Zaaknr. : 16.ZK03879/16.B0065
Kenmerk : 16IT010129
Barcode :

Communicatiestrategie belastingen

Mededeling voor het algemeen bestuur van 20 april 2016

Portefeuillehouder: Th. Schots

Aanleiding
Deze mededeling gaat in op communicatiestrategie rondom de belastingen en begrotingscyclus en geeft antwoord op de door het algemeen bestuur gestelde vragen en ingebrachte aandachtspunten tijdens de algemene beschouwingen bij de Kadernota:

- Vergadering algemeen bestuur 11 november 2015: Leesbaarheid belastingaanslag verbeteren.
- Beschouwingen Kadernota:
  - De fracties Bedrijven en Water Natuurlijk vragen het DB om aandacht voor goede communicatie over de tarieven.
  - De fractie Bedrijven vindt het belangrijk dat er goed wordt uitgelegd waarom voor sommige categorieën de tarieven meer stijgen dan voor andere.
  - Water Natuurlijk vraagt het dagelijks bestuur om in één oogopslag duidelijk te maken waarvoor wordt betaald.

Aanpak

Uitgangspunten

- Het waterschapswerk, de mens en naamsbekendheid staan centraal in de belastingcommunicatie. Het accent wordt gelegd op de besteding van het belastinggeld en de mens achter het werk.
- De informatiebehoefte van de belastingbetalers is leidend voor de communicatie. Hiervoor brengen het waterschap en de Belastingsamenwerking West-Brabant (BWB) elkaar op de hoogte van statistieken over de contactmomenten.
- Digitale communicatie staat voorop. Zoveel mogelijk wordt gestreefd naar digitale communicatie, zoals de website als centraal middel en een digitale balie (beantwoording vragen via de website).
- Uit kostenoverwegingen is in het verleden afgezien van papieren bijsluiters bij de aanslagen.
- De verwachting van de BWB is dat volgend jaar 70% van de inwoners geen fysieke aanslagen meer krijgt en de aanslagen worden verzonden via de berichtenbox van MijnOverheid.nl. Dit heeft gevolgen voor de communicatieaanpak in de volgende jaren. Het is de wens van het waterschap om aanvullende informatie voortaan bij de digitale aanslagen te doen. Dit werkt dan alleen voor degenen die op MijnOverheid.nl zijn aangesloten. Gemeenten Bergen op Zoom en Breda hebben dat overigens dit jaar al gedaan.
- Evaluatie belastingcommunicatie vindt plaats via het algemene communicatieonderzoek, waarna de communicatiestrategie belastingen wordt geactualiseerd.

Belastingcommunicatie

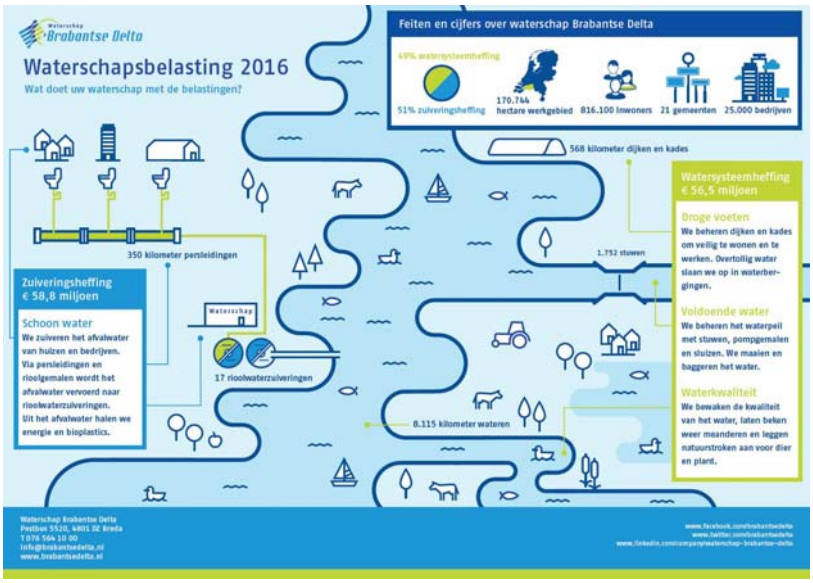
De belastingcommunicatie bestaat uit twee sporen:

1. Communicatie over de tarieven en aanslagen: door de Belastingsamenwerking West-Brabant (BWB). De BWB heeft sinds 2015 de communicatiestrategie vernieuwd. Het accent ligt op digitale communicatie. Hiervoor heeft de BWB onder andere de website geprofessionaliseerd, de digitale balie op de website verbeterd en is sinds dit jaar gestart met interactieve video's over de meest gestelde vragen. Statistieken onderschrijven het succes van de ingezette koers van de BWB. Contact met de BWB is mogelijk via de digitale balie en een contactformulier op de website, telefonisch en een persoonlijk bezoek.

   Door de BWB is de leesbaarheid van de belastingaanslag verbeterd door de toelichting in te korten, overzichtelijker te maken onder andere door de toevoeging van symbolen en toegespitst op de vragen en behoeften van de belastingbetaler.

2. Communicatie over de bestedingsdoelen van het belastinggeld: door het waterschap.
   Belasting betalen vindt niemand leuk. Dat veranderen we niet. Het waterschap zet met de communicatiestrategie in op:
   - Zorgen dat belastingbetalers met vragen zo snel mogelijk worden geholpen en bij de BWB terecht komen;
   - Informeren over de besteding van belastingen (het waterschapswerk) en het vergroten van de naamsbekendheid;
   - En daarmee begrip te creëren voor waterschapsbelastingen.

   Dit gebeurt door inzet van de volgende middelen rondom de verspreiding van de belastingaanslagen:
   - Op de website van waterschap Brabantse Delta is algemene informatie te vinden over de waterschapsbegroting en –belasting en een directe link naar de BWB op de homepagina.
   - Nieuwsberichten op intranet, website en social media kanalen.
   - Instructie voor de receptiemedewerkers van het waterschap.
   - Fullcolour advertentie over het waterschapswerk in huis-aan-huisbladen over het gehele werkgebied.
   - Bij de communicatie op de website, intranet en social media kanalen wordt gebruik gemaakt van een infographic over de besteding van de waterschapsbelastingen (zie afbeelding). De infographic maakt in één oogopslag duidelijk waarvoor belasting wordt betaald. Dit sluit aan op het verzoek van de fractie Water Natuurlijk.



Begrotingscycluscommunicatie

De vaststelling van de Kadernota en Begroting worden eveneens aangegrepen om de belastingbetalers te laten zien waarvoor belasting wordt betaald. Dit gebeurt via persgesprekken op locatie met projectbezoek, persberichten en social media kanalen. Communicatie over de jaarrekening wordt meegenomen met de communicatie over de Kadernota.

De communicatie over de begroting is vooral gericht op de tarieven. Hiervoor vragen de fracties bedrijven en Water Natuurlijk aandacht. Daarnaast is een overzicht van tarieven te vinden op www.bwbrabant.nl, waarnaar verwezen wordt vanuit de website van Brabantse Delta. Uitleg over waarom voor sommige categorieën de tarieven meer stijgen dan voor anderen - gevraagd door de fractie Bedrijven - wordt meegenomen in de communicatie over de Begroting.

De Unie van Waterschappen brengt jaarlijks een rapport en persberichten uit over de ontwikkeling van de tarieven bij de waterschappen. Inzicht in de kosten van het landelijke waterschapswerk is te vinden via de website waterschapsspiegel.nl. Waterschap Brabantse Delta sluit hierop aan.

Datum: 4 maart 2016
Naam schrijver: Tessa van Beurden