

Wanneer doet u belastingaangifte?

Aangiftecompliance onder eerstejaars verzuimende particulieren na ontvangst van de herinneringsbrief

Masterthesis
Juil Schoorl
Radboud Universiteit Nijmegen
Juli 2017



Belastingdienst

Masterthesis Gedragsverandering

In opdracht van de Belastingdienst

Auteur

Juul Schoorl
+31 6 22079595

Begeleiding

Intern: Dr. Martijn de Lange
Extern: Drs. Dana Schreur

Radboud Universiteit Nijmegen
Juli 2017

INHOUDSOPGAVE

Managementsamenvatting	4
Situatieschets	7
Aangifteverzuim inkomstenbelasting particulieren	7
Effectiviteit van de aangifteherinnering	8
Mogelijke verklaringen van aangiftecompliance	9
Probleemanalyse	10
Willen is nog geen kunnen en kunnen is nog geen doen	11
Theoretisch kader	14
Procesmodel	15
Attitudes ten aanzien van belastingen	15
Zelfeffectiviteit	17
Een positieve intentie is geen garantie voor gedrag	18
Aantrekkelijkheid van de taak	18
Gevoel van urgentie ten aanzien van de deadline	19
De herinneringsbrieven	20
Timeframing brief	21
Servicegerichte brief	23
Stappenplan brief	24
Methode	25
Resultaten	27
Aangiftecompliance	27
Tijdigheid	29
Aanvullende analyses	30
Discussie	31
Mogelijke verklaringen	31
Aanbevelingen	33
Referenties	33
Bijlagen	35

MANAGEMENTSAMENVATTING

Elk jaar verzuimt een grote groep belastingplichtigen aangifte te doen van inkomstenbelasting. In 2017 werden er na het verstrijken van de deadline maar liefst 217.344 herinneringsbrieven verstuurd. De afgelopen jaren bedroeg de aangiftecompliance op de herinnering circa 65%, dit betekent dat twee derde de aangifte indient, de rest ontvangt een aanmaning en daaropvolgend een ambtshalve aanslag. Dit is een kostbaar proces. Om deze reden wordt getracht om aangiftecompliance op de herinneringsbrief te verhogen, met andere woorden:

Het doel van dit onderzoek is om, middels het toevoegen van sociaalpsychologische technieken aan de herinneringsbrief, een grotere groep eerstejaars verzuimende particulieren aan te zetten tot het indienen van de aangifte.

Theoretische achtergrond

Aangifte indienen is een intentionele gedraging, dat wil zeggen dat men zich bewust moet voornemen aangifte te gaan doen. Dit onderzoek richt zich op verzuimende belastingplichtigen die een overwegend positieve intentie hebben om aangifte te doen, maar het nog niet hebben gedaan. Er is sprake van een intentie-gedrag gat: voornemens zijn nog niet omgezet in gedrag. Deze discrepantie wordt als volgt verklaard:

Uit vooronderzoek blijkt dat een deel van de belastingplichtigen inertia ervaren, dit is psychologische weerstand die zich uit in [uitstelgedrag](#). Daarnaast weet een deel van de doelgroep niet goed wat te doen bij het invullen van de belastingaangifte, waardoor men onvoldoende gelooft de aangifte goed te kunnen indienen. Dit is een teken van een [laag gevoel van zelfeffectiviteit](#).

Interventiebrieven

De drie interventiebrieven spelen in op bovengenoemde factoren. Elke brief bevat meerdere technieken, hieronder worden de belangrijkste kort toegelicht:



Om uitstelgedrag te verlagen erkent de [servicegerichte](#) brief mogelijke weerstand die men kan voelen ten aanzien van aangifte doen. Daarnaast wordt men, met behulp van een sociale norm, gestimuleerd hulp in te schakelen indien dat nodig is.



Om het gevoel van zelfeffectiviteit te verhogen wordt de taak aangifte doen middels een **stappenplan** opgedeeld in kleine concrete handelingen.

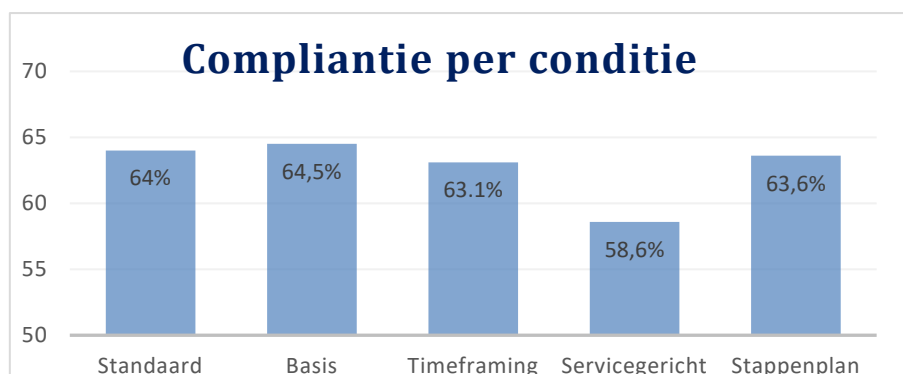


Om de kans op uitstelgedrag te verkleinen is de formulering en weergave van de deadline aangepast, ook wel **timeframing** genoemd. Dit kan het gevoel van urgentie ten aanzien van de deadline verhogen.

De standaardbrief bevat al psychologische technieken, dus om de effectiviteit van de brieven zuiver te kunnen meten er een basisbrief gemaakt (standaardbrief zonder technieken) die als controle diende naast de standaardbrief. Op 1 juni 2017 zijn de vijf verschillende herinneringsbrieven aan totaal 8.889 belastingplichtigen verzonden. Na het verstrijken van de aangiftedeadline is er een effectmeting gedaan, waarbij werd gekeken naar het aantal ingediende aangiften per brief.

Het effect van de interventiebrieven op aangiftegedrag

De standaardbrief zet in 64% van aan tot het indienen van de aangifte of het aanvragen van uitstel, dit is vergelijkbaar met het compliantiepercentage van voorgaande jaren. In tegenstelling tot de verwachting hebben de **timeframing** en de **stappenplan** brief geen extra effect op aangiftecompliance: deze brieven zorgen niet voor meer ingediende aangiften. De **servicegerichte** brief blijkt minder effectief in het aanzetten tot compliance; belastingplichtigen die deze brief ontvangen dienen minder vaak de aangifte in dan belastingplichtigen die één van de andere brieven ontvangen.



Figuur 1. Percentage ingediende aangiften per conditie

Concluderend, het aanpassen van de herinneringsbrief heeft niet geresulteerd in een verhoging van het aantal aangiften onder eerstejaars verzuimende particulieren.

Een verklaring kan zijn dat 65% aangiftecompliance op de herinneringsbrief al optimaal is aangezien de overige 35% mogelijk onvoldoende bereikt worden middels een brief. Zo bestaat de helft van de doelgroep uit jongeren, bij wie het gevoel van urgentie bij fysieke post wellicht laag is. Daarnaast kunnen belastingplichtigen ten gevolge van een life event overbelast zijn. Men leest mogelijk de brief niet (goed), waardoor psychologische interventies onvoldoende of geen invloed kunnen hebben op gedrag.

De daling in aangiftecompliance als reactie op de servicegerichte brief kan komen door een boemerang effect; een deel belastingplichtigen die in staat zijn zelfstandig aangifte te doen, hebben zich aangepast aan de gecommuniceerde norm, door na het lezen van de brief hulp te zoeken. Hierdoor vertraagt de aangifte.

Aanbevelingen

Aangezien uit het vooronderzoek en de literatuur blijkt dat de besproken processen wel degelijk een rol spelen bij aangiftecompliance wordt aanbevolen om te onderzoeken of de voorgestelde technieken uit dit onderzoek op andere tijdstippen binnen het aangifteproces of bij meer specifieke doelgroepen wel effectief zijn. Daarnaast wordt aanbevolen om te onderzoeken of het inzetten van andere kanalen (bijvoorbeeld email of WhatsApp) van meerwaarde kan zijn bij het verhogen van aangiftecompliance. Denk hierbij aan het vlak voor de deadline van 1 mei, sturen van een Whatsapp aan jongeren. Tot slot wordt geadviseerd om [de standaardbrief als aangifteherinnering te behouden](#).



Belastingdienst

SITUATIESCHETS

Aangezien de Belastingdienst verantwoordelijk is voor het heffen en innen van belastingen en premies heeft bijna iedereen met de Belastingdienst te maken. Zo is bijvoorbeeld elke burger die inkomen heeft verplicht inkomstenbelasting af te dragen. De Belastingdienst streeft er naar om het nalevingstekort, het bedrag aan verschuldigde belasting dat niet binnen komt, zo klein mogelijk te maken. De strategische doelstelling voor alle (handhaving)activiteiten is het onderhouden en versterken van de compliantie. Compliantie is het door de belastingplichtige zoveel mogelijk uit zichzelf nakomen van fiscale verplichtingen. Dit onderzoek tracht aan deze doelstelling bij te dragen.

Een belastingplichtigen is volledig compliant indien hij/zij:

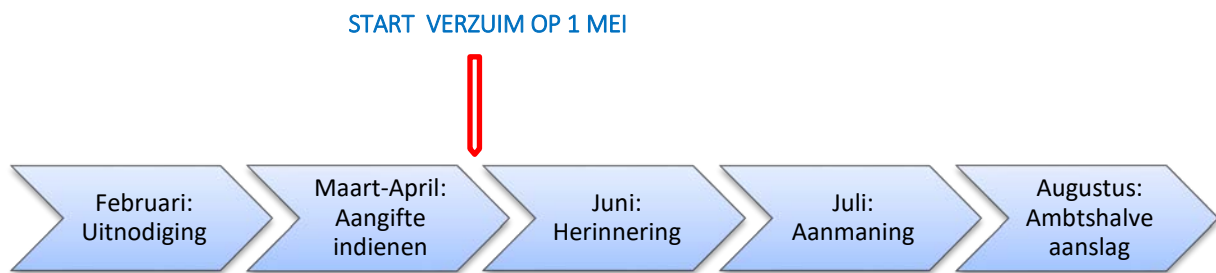
- ✓ Correct geregistreerd staat
- ✓ **Tijdig aangifte indient**
- ✓ Juist en volledig aangifte doet
- ✓ Verschuldigde belasting tijdig betaalt

In de Nalevingsmonitor Particulieren 2016 is te lezen dat 65% van de belastingplichtigen op alle vier de pijlers compliant zijn. De overige 35% is op één van de vier pijlers, bewust of onbewust, nalatig (Belastingdienst, 2016a). Dit onderzoek richt zich op de tweede pijler, specifiek op tijdig aangifte doen voor de inkomstenbelasting onder particulieren.

AANGIFTEPROCEDURE INKOMSTENBELASTING PARTICULIEREN

De aangifteprocedure (Figuur 1) is als volgt. In februari ontvangt men een uitnodigingsbrief om aangifte inkomstenbelasting te doen. Wanneer men deze brief ontvangt is men wettelijk verplicht aangifte te doen, ofwel belastingplichtig. De uiterste inleverdatum van de aangifte is 1 mei, hierna start het verzuim. Men krijgt daarna

een herinneringsbrief waarin wordt verzocht binnen twee weken aangifte te doen. Indien men niet reageert volgt een aanmaning. Wanneer reactie wederom uitblijft wordt er een ambtshalve aanslag¹ opgelegd.



Figuur 1. De aangifteprocedure.

In 2017 kregen 7.4 miljoen particulieren een uitnodigingsbrief voor de inkomstenbelasting. Hiervan hebben circa 7.1 miljoen aangifte gedaan. Dit resulteert in 291.175 verzuimende particulieren (W. Reckers, persoonlijke communicatie, 26 mei 2017). Dit kost de Belastingdienst veel geld. Zo bedroegen de kosten voor het versturen van de herinneringen in 2016 maar liefst €450.000, en voor de aanmaningen €150.000. Het opleggen van ambtshalve aanslagen heeft in datzelfde jaar €3.000.000 gekost (Belastingdienst, 2016c). Daarnaast leidt aangifteverzuim tot opbrengstenderving; te innen belastinggeld komt niet binnen.

EFFECTIVITEIT VAN DE AANGIFTEHERINNERING

De eerste stap in het handhavingproces is het verzenden van een herinneringsbrief. Met deze brief wordt getracht belastingplichtigen aan te zetten tot compliantie. **Onder compliantie wordt verstaan: het indienen van de aangifte of het aanvragen van uitstel.** Aangiftecompliantie na de herinnering ligt momenteel tussen de 60-65% Belastingdienst (2016b).

Het aanpassen van herinneringsbrieven is relatief goedkoop en resulteert mogelijk in minder aanmaningen en ambtshalve aanslagen. De Belastingdienst wil om deze reden de effectiviteit van de herinneringsbrief optimaliseren. Aangezien veruit de grootste groep (62%) van de verzuimers bestaat uit eerstejaars verzuim (Belastingdienst (2016b), richt dit onderzoek zich specifiek op particulieren die voor het eerste jaar verzuimen.

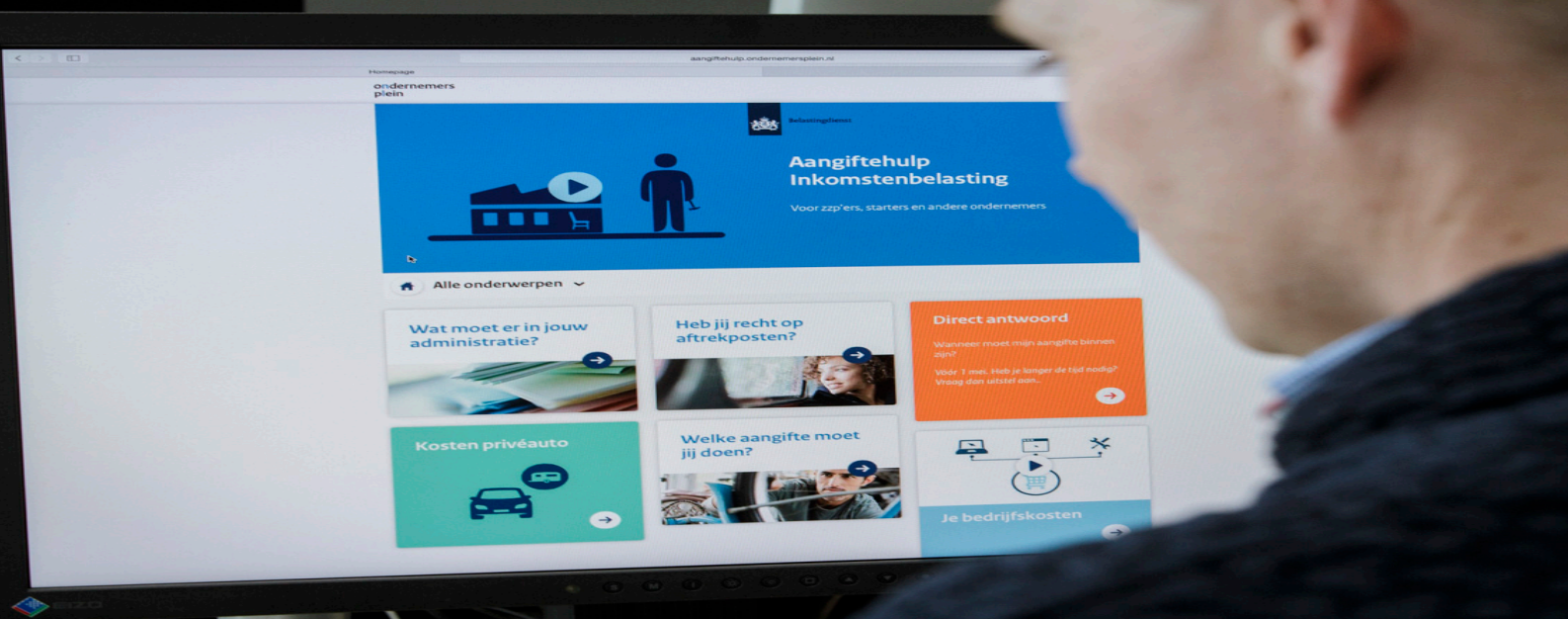
¹ Een belastingaanslag die, bij gebrek aan medewerking van de belastingplichtige, op basis bekende gegevens en een redelijke schatting door de belastinginspecteur wordt vastgesteld. Daarnaast wordt een verzuimboete opgelegd.

Het doel van dit onderzoek is om, middels het toevoegen van sociaalpsychologische technieken aan de herinneringsbrief, een grotere groep eerstejaars verzuimende particulieren aan te zetten tot het indienen van de aangifte.

MOGELIJKE VERKLARINGEN VAN AANGIFTECOMPLIANTIE

Gedrag komt tot stand door een combinatie van persoonseigenschappen en de omgeving. De eerste wetenschappelijke onderzoeken over belastingcompliance waren vooral gericht op economische motieven, zoals de pakkans en de sanctiehoogte bij een ontdekte overtreding (Allingham & Sandmo, 1972). Dit klassieke economische model is zeer invloedrijk geweest, maar onderzoek heeft laten zien dat deze benadering tekort schiet in het verklaren van fiscaal gedrag van belastingplichtigen. In een review van Kirchler, Muelbacher, Kastlunger & Wahl (2010) wordt bijvoorbeeld geïllustreerd dat de keuze om compliant te zijn niet uitsluitend voortkomt uit een puur individualistisch en calculerend motief. Zo heeft onder andere het gedrag van andere belastingplichtigen invloed (waargenomen sociale normen). Ook zijn mensen complianter naarmate ze het belastingstelsel en de behandeling door de Belastingdienst rechtvaardiger vinden (Kirchler, 2007). Verder zijn kennis over belastingen (Kirchler, Hoelzl & Wahl, 2008), kennis over procedures rondom aangifte doen (Kamleiter, Koruna & Kirchler, 2012) en schaamte- en schuldgevoelens belangrijke psychologische factoren die invloed hebben op aangiftecompliance. Bovendien kunnen negatieve attitudes tegen de Belastingdienst de mate van compliance verminderen (Kirchler, 1999).

Er is al veel onderzoek gedaan naar determinanten van aangiftecompliance. De volgende stap is het identificeren welke factoren in het bijzonder van invloed zijn bij eerstejaars verzuimende particulieren. Om dit te bepalen werd vooronderzoek gedaan; middels het grondig doornemen van interne rapporten en de Fiscale Monitor is inzicht verkregen in oorzaken van aangifteverzuim. Het volgende deel bespreekt de belangrijkste bevindingen.



PROBLEEMANALYSE

Om inzicht te krijgen in oorzaken van aangifteverzuim onder eerstejaars verzuimende particulieren, is gebruik gemaakt van interne rapporten en de Fiscale Monitor. De hoofdvragen waren: Wat onderscheidt particuliere belastingplichtigen van andere groepen belastingplichtigen en welke gedragsoorzaken worden aangewezen voor aangifteverzuim, specifiek onder eerstejaars verzuimers? Antwoord op deze vragen dient als basis voor de interventie. Hieronder volgt een weergave van de bevindingen uit het vooronderzoek.

De *Fiscale Monitor* (<https://www.fiscalemonitor.nl/>) meet percepties en gerapporteerd gedrag van belastingplichtigen over het functioneren en het imago van de Belastingdienst, waardering van de dienstverlening, het aangifteproces, belastingmoraal en compliantie. De resultaten worden per doelgroep² uitgesplitst, wat de monitor een waardevolle bron maakt voor het beantwoorden van de vraag of er verschil is tussen particulieren en andere groepen belastingplichtigen.

Allereerst valt op dat de mate van interesse in en bekendheid met belastingzaken per doelgroep verschilt. Van de groep particulieren geeft 37% aan (helemaal) niet geïnteresseerd te zijn in belastingzaken. Dat is duidelijk meer dan bij ondernemers (18%) en toeslaggerechtigden (14%). Tevens is de mate van (zelf gerapporteerde) bekendheid met belastingzaken onder particulieren lager dan bij de andere doelgroepen. Van de particulieren geeft 23% aan zeer slecht tot slecht bekend te zijn met belastingzaken. Onder toeslaggerechtigden is dit 16%. Daarnaast verschilt het gevoel dat particulieren hebben ten aanzien van belasting betalen van de andere doelgroepen. Gemiddeld, over alle groepen samen, vindt 43% dat men vooral iets bijdraagt door belasting te betalen, 36% dat men vooral iets afstaat en 21% dat er iets van hen wordt afgenomen. Opvallend is het grote verschil met particulieren, namelijk 39% van de particulieren vindt dat door belasting te betalen er iets wordt afgenomen.

² douane, fiscaal dienstverleners, ondernemers, particulieren, toeslagen intermediairs en toeslaggerechtigden

Uit de Fiscale Monitor 2016 volgt dat de mate van interesse in en de bekendheid met belastingzaken onder particulieren lager is dan onder de andere doelgroepen. Daarnaast verschillen particulieren van gevoel ten aanzien van belasting betalen, ze hebben in hogere mate het gevoel dat door belasting te betalen hen iets wordt afgenomen. Het is aannemelijk dat dit invloed heeft op aangiftegedrag, op welke manier dit werkt wordt in het theoretisch kader gesproken.

Uitstellen

Uit clusteranalyses van de Belastingdienst (2016b) blijkt dat de groep eerstejaars verzuimende particulieren voor 43% bestaat uit jongeren, dat wil zeggen belastingplichtigen tot 30 jaar. In deze groep speelt gemakzuchtigheid een grote rol; men vergeet het of stelt aangifte doen uit Belastingdienst (2016b). Vergeten en uitstellen werd ook aangewezen als verzuimredenen in een belactie die gehouden werd onder eerstejaars verzuimers (Belastingdienst, 2017). In dit onderzoek werd getracht belastingplichtigen die in het ambtshalve proces zaten middels een telefoongesprek te motiveren tot het doen van aangifte. Daarnaast werd er gevraagd naar de verzuimredenen. Hieruit volgt dat maar liefst 28.4% dacht al aangifte gedaan te hebben gedaan, dit valt onder de noemer onbewust verzuim. Dit betekent dat men wel bezig is geweest in de aangifte, maar hem uiteindelijk niet (goed) heeft ingediend. Op de tweede plek (18%) stond *vergeten* als verzuimredenen. Verder werden administratie niet op orde (7.7%), privé problemen (4.4%) en scheiding (3.3%) als verzuimredenen aangewezen (Belastingdienst, 2017).

WILLEN IS NOG GEEN KUNNEN EN KUNNEN IS NOG GEEN DOEN

Bovenstaande bevindingen ³ doen vermoeden dat een groot deel van de verzuimers de aangifte wel wil indienen. Waarom is men er nog niet in geslaagd de aangifte daadwerkelijk in te dienen? Dat passiviteit niet perse hoeft te duiden op onwil, maar ook kan voortkomen uit bijvoorbeeld onvermogen of overbelasting wordt onderstreept door het volgende citaat van de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid: *“Burgers zijn niet in staat altijd om overal verstandige keuzes te maken en daarnaar te handelen. Beslissingen worden uitgesteld, aanmaningen worden niet geopend en boetes worden niet altijd op tijd betaald. Niets menselijks is ons vreemd”* (WRR, 2017). Hieronder worden factoren besproken die kunnen verklaren waarom men, ondanks een positieve intentie, toch verzuimt de aangifte in te dienen.

³ Er kan sprake zijn van sociaal wenselijke antwoorden.

Life events

Onderzoeksbureau MARE (Steinhaus-Karelse & Derikx, 2015) wijst, naar aanleiding van diepte interviews met verzuimende belastingplichtigen, het meemaken van een life event aan als aanleiding om geen aangifte te doen. Denk bij een life event bijvoorbeeld aan een scheiding, een overleden partner of inkomstendaling door ziekte, ontslag of een baanwissel. Deze bevindingen sluiten aan bij de eerder genoemde belactie, waar privé problemen en scheiding ook als verzuimredenen werden aangewezen (Belastingdienst, 2017).

Hoe groot de groep particulieren is die verzuimen en een life event meemaken valt niet te zeggen; de Belastingdienst kan niet alle vormen van een life event signaleren in het systeem. Aangezien het onder de doelgroep duidelijk aangewezen wordt als aanleiding van verzuim, wordt in het volgende besproken wat de gevolgen kunnen zijn van een life event, en op welke manier dit invloed heeft op de kans dat de aangifte tijdig wordt ingediend.

Een life events gaat meestal gepaard met een verandering in inkomen. Dit vraagt om directe actie, denk aan het doorgeven van wijzigingen bij diverse instanties. Er moet veel geregeld worden in een situatie waarin rust en overzicht vaak ontbreken. Tegelijk is er sprake van stress of verdriet. Hierdoor loopt het vermogen om zaken goed te regelen terug; een reductie in mentale belasting kan het gevolg zijn (WRR, 2017). De eerstejaars verzuimende particulieren in het onderzoek van MARE geven aan dat ze door het meemaken van het life event overzicht en controle verliezen. Het gevolg is dat de aangifte wordt uitgesteld of vergeten (Steinhaus-Karelse & Derikx, 2015). Daarnaast vindt men het moeilijk om vooraf ingevulde gegevens te controleren, gevraagde bedragen te berekenen en te bepalen waar bedragen ingevuld moeten worden (Van Ulden et al., 2013).

Dat vergelijkbare problemen bij het indienen van de aangifte ook bij belastingplichtigen die geen life event hebben meegemaakt kunnen spelen, wordt in het volgende onderschreven: *“Door de complexiteit van het systeem en het voortdurend veranderen van de regels bestaat er onzekerheid onder belastingplichtigen. Wie zien dat mensen verzendingst ervaren”* (E. Neijenhuis, persoonlijke communicatie, 12 mei 2017). Dat onzekerheid een rol speelt bij het indienen van de aangifte blijkt tevens uit redenen die mensen geven voor het inschakelen van hulp. De belangrijkste reden om hulp in te roepen is om zeker te willen weten dat de aangifte goed ingevuld wordt (56%). Verder vraagt 12% hulp bij de aangifte omdat zij zelf invullen te ingewikkeld vinden en 11% vraagt hulp uit gewoonte (Van Ulden et al., 2013).

(On)zelfredzaamheid

Kennelijk lopen veel belastingplichtigen tegen problemen aan gedurende het aangifteproces. Schakelt men hulp in wanneer dit nodig is? Onderzoek naar de zelfredzaamheid van de Nederlandse belastingbetaler geeft hier inzicht in (Van Ulden et al, 2013). Het blijkt dat slechts 21% van de Nederlanders belastingzaken zelfstandig regelt, deze groep is zelfredzaam. De meerderheid, 62% is hulpvragend zelfredzaam en zoekt al dan niet betaalde hulp. De laatste groep, 17%, is onzelfredzaam; ze doen hun aangifte zonder hulp, terwijl ze dit wel nodig zouden hebben.

Een deel van deze groep doet helemaal geen aangifte (Van Ulden et al., 2013). Van de onredzamen geeft 85% aan hulp te kunnen gebruiken. Men weet niet waar ze hulp kunnen krijgen, of durft het niet te vragen.

Zelfeffectiviteit

Van de onredzamen en de hulpvragend redzamen vindt 10% zichzelf deskundig op het gebied van belastingaangifte doen. Dit is laag in vergelijking met zelfredzamen, waarvan 38% zichzelf deskundig acht (van Ulden et al., 2013). Men geeft bijvoorbeeld aan minder goed te weten wat te doen bij het doorvoeren van een ingewikkelde wijziging. Ook geeft 36% van de onredzamen aan niet te weten wat te doen bij het invullen van de belastingaangifte. Dit tegenover 5% onder zelfredzame belastingplichtigen. Deze bevindingen sluiten aan bij de conclusies vanuit de Fiscale Monitor. Dit is een teken van een verlaagd gevoel van zelfeffectiviteit ten aanzien van het regelen van belastingzaken, waaronder aangifte doen. Zelfeffectiviteit betreft “het geloof van mensen over hun mogelijkheden om controle uit te oefenen over het eigen functioneren en over gebeurtenissen die van invloed zijn op hun leven” (Bandura, 1993). Het overgrote deel (79%) van de populatie belastingplichtigen is hulpvragend redzaam of onredzaam. Om deze reden wordt het gevoel van zelfeffectiviteit ten aanzien van belastingaangifte doen opgenomen in het theoretisch kader.

De Belastingdienst wil door middel van handhaving compliantie verhogen. De aanname in dit onderzoek is dat een groot deel particuliere belastingplichtigen die nu niet reageren op de brief wel willen, maar door uitstelgedrag en een verlaagd gevoel van zelfeffectiviteit ten aanzien van aangifte doen, er niet te komen. De onderzoeksvraag kan ook als volgt geformuleerd worden: Hoe kan de belastingdienst burgers ondersteunen in hun compliantiewens? In dit onderzoek wordt getracht om deze intentie van belastingplichtigen om aangifte te doen, te laten resulteren in gedrag.

Uit de probleemanalyse volgen verschillende oorzaken waarom men de aangifte niet heeft ingediend. Zo vertonen jongeren, maar ook belastingplichtigen die een life event hebben meegemaakt of verlaagd zelfredzaam zijn, passiviteit ten aanzien van het regelen van belastingzaken. De aangifte wordt hierdoor uitgesteld. Daarnaast wordt een verlaagd gevoel van zelfeffectiviteit ten aanzien van het indienen van de aangifte aangewezen als oorzaak van aangifteverzuim. In een dergelijke situatie heeft men hulp nodig, maar deze wordt lang niet altijd ingeschakeld.



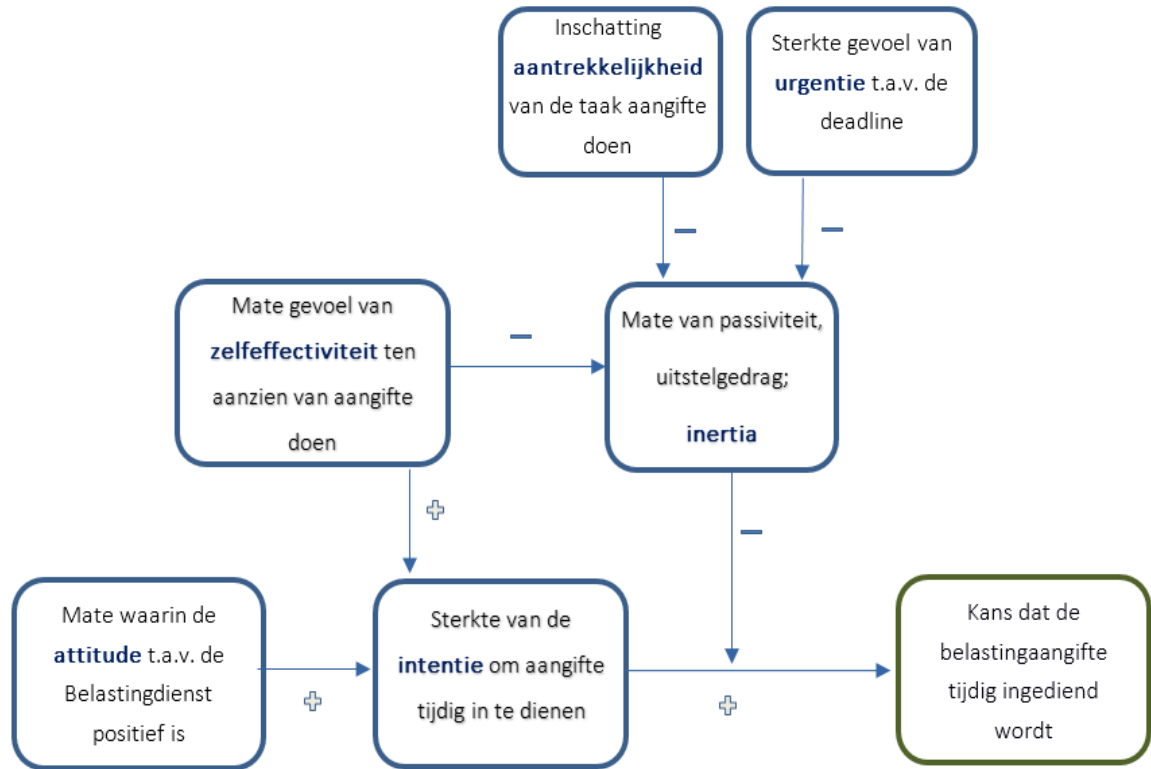
THEORETISCH KADER

Stel jezelf voor dat je net een huis hebt gekocht. Bij het controleren van de vooraf ingevulde aangifte constateer je dat de gegevens niet overeenkomen met je eigen berekeningen. Ondertussen raak je verward door de formulering van fiscale termen, dit is namelijk geen dagelijkse kost. Omdat je onzeker bent geworden en graag wilt weten of je het goed doet, ga je informatie verifiëren bij diverse instanties. Hier gaat tijd overheen, je besluit na de vakantie nog een poging te doen. Bij terugkomst ligt er een herinnering op de mat met de boodschap: “U bent te laat met het indienen van de aangifte”.

De persoon in kwestie wil, net als de meeste mensen, compliant gedrag vertonen. Toch is het niet gelukt de aangifte op tijd in te dienen. In dit voorbeeld is aangifte indienen door de aankoop van een huis ingewikkelder geworden, hierdoor kost het meer tijd. Dit is slechts één van de vele mogelijke scenario's; het geeft aan hoe complex het proces van het invullen van een belastingaangifte kan zijn. In dit deel worden de oorzaken van verzuim die in de probleemanalyse zijn aangedragen, gekoppeld aan psychologische processen vanuit de wetenschappelijke literatuur. In onderstaand procesmodel (Figuur 2) wordt weergegeven via welke psychologische processen aangiftegedrag verloopt; praktijk en wetenschap komen hier samen.

Belastingaangifte doen is een intentionele gedraging; dat wil zeggen dat men zich bewust moet voornemen om aangifte te gaan doen. Deze intentie staat voor de motivationele factoren van het uit te voeren gedrag (Ajzen, 1991). Wanneer men een intentie maakt heeft men een doel voor ogen, in dit geval aangifte indienen. Vervolgens wordt er een plan gemaakt hoe men dit doel kan bereiken. Dit onderzoek richt zich op eerstejaars verzuimende particulieren met een overwegend positieve intentie om aangifte te doen⁴.

⁴ belastingplichtigen die doelbewust frauderen blijven buiten beschouwing



Figuur 2. Het procesmodel is een visuele weergave van aangiftegedrag. De + geeft een positief effect aan, de - een negatief effect.

Hierop volgend wordt het bovenstaande procesmodel toegelicht. Allereerst wordt aandacht besteed aan attitudes en zelfeffectiviteit; op grond van de probleemanalyse zijn deze opgenomen als predictoren van de intentie om de aangifte tijdig in te dienen. Vervolgens wordt besproken op welke manier uitstelgedrag van invloed is op de kans dat men tijdig belastingaangifte doet.

ATTITUDES TEN AANZIEN VAN BELASTINGEN – EEN SPEELVELD VOOR AMBIVALENTIE

Intenties worden voor een deel bepaald door attitudes (Ajzen, 1991). Attitudes zijn waarderingen over bijvoorbeeld objecten of mensen (Eagly & Chaiken, 1993). De attitudes die belastingplichtigen hebben over de Belastingdienst en over belastingen in het algemeen zijn voor een deel van invloed op aangiftegedrag. Zo is de intentie om compliant te zijn sterker naarmate men positiever staat tegenover de dienstverlening van de Belastingdienst (Gangl et al., 2013) en zijn mensen complianter naarmate ze het belastingsysteem en de behandeling door de Belastingdienst rechtvaardiger vinden (Kirchler, 2007). De responsieve regulatie benadering van Braithwaite (2002) schetst vijf motivationele houdingen die van invloed zijn op belastingcompliance. Deze houdingen omvatten de attitude van een belastingplichtige ten aanzien van belastingen in het algemeen en over de Belastingdienst als organisatie:

De eerste twee, *commitment* en *capitulation* staan voor een overwegend positieve attitude ten aanzien van de Belastingdienst. Iemand met de houding *commitment* voelt zich moreel verplicht, gelooft dat de overheid belastinggeld goed zal besteden en accepteert dat hij/zij een eerlijk deel belasting hoort te betalen (Braithwaite, 2002). *Capitulation* kenmerkt zich door het geloof dat wanneer je samenwerkt met de Belastingdienst, de Belastingdienst ook samenwerkt met jou. De houding reflecteert tevens acceptatie van de Belastingdienst als legitieme autoriteit. De derde houding, *resistance* staat met voorgaande in contrast. Het betreft attitudes over onder andere de beeldvorming van het repressieve toezicht van de Belastingdienst. Denk hierbij aan bijvoorbeeld het gevoel dat de Belastingdienst meer bezig is om mensen op fouten te betrappen dan ze te helpen. Ook betreft *resistance* twijfels over de intentie van de Belastingdienst om hulpvaardig te zijn naar belastingplichtigen. De laatste twee houdingen, *game playing* en *disengagement*, betreffen onwil en een negatief belastingmoraal.

Braithwaite benadrukt dat de verschillende houdingen naast elkaar kunnen bestaan. Men kan zowel *commitment* als *resistance* ervaren. In het verlengde hiervan is het belangrijk te onderkennen dat er onder eerstejaars verzuimende particulieren meerdere, soms tegenstrijdige attitudes over belastingen in het algemeen en over de Belastingdienst bestaan. Zo bleek uit de probleemanalyse dat particulieren aan de ene kant een overwegend positief belastingmoraal hebben, aan de andere kant bestaat er onder een deel van de doelgroep weerstand tegen belasting betalen: 39% van de particulieren heeft het gevoel dat er door belasting te betalen iets van hen afgepakt wordt (Fiscale Monitor, 2016). Daarnaast kenmerkt de houding van onredzamen zich door meer wantrouwen ten opzichte van de Belastingdienst; als enige groep zijn ze bovengemiddeld bang voor de Belastingdienst en slechts 13% vindt dat de Belastingdienst de burger vertrouwt. Ten slotte denkt twee derde van de onredzamen dat de Belastingdienst oneerlijk is en ze beoordelen het repressieve toezicht van de Belastingdienst minder positief (Blauw Research, 2013). Deze ambivalente attitudes hebben invloed op de sterkte van de intentie om de aangifte tijdig in te dienen.

Braithwaite (2002) stelt dat de uitdaging bij het bereiken van duurzame, vrijwillige compliantie in het geval van ambivalente attitudes is om beide kanten van de medaille van verzuim te belichten: “deal with the wrongdoing today, while nurturing consent for tomorrow” (p. 35). Het advies luidt om belastingplichtigen te wijzen op hun verzuim, maar tevens oog te hebben voor weerstand en je als organisatie coöperatief op te stellen. Daarnaast is het belangrijk in de communicatie met name de bereidwillige attitude aan te spreken. Om de intentie om aangifte te gaan doen bij belastingplichtigen te versterken, zal in de interventie gebruik gemaakt worden van deze benadering.

ZELFEFFECTIVITEIT – AANGIFTE DOEN KAN IK (NU) NIET

Naast attitudes, is het gevoel van zelfeffectiviteit van invloed op de sterke van intenties. Zelfeffectiviteit betreft het geloof van mensen over hun mogelijkheden om controle uit te oefenen over het eigen functioneren en over gebeurtenissen die van invloed zijn op hun leven (Bandura, 1993). In het geval van aangiftegedrag betreft zelfeffectiviteit de inschatting van belastingplichtigen in hoeverre ze zichzelf in staat achten aangifte te kunnen doen.

In de probleemanalyse werd vastgesteld dat een deel van de particulieren niet weet wat te doen bij het invullen van de belastingaangifte, waardoor men onvoldoende gelooft de aangifte goed te kunnen indienen. Dit is een teken van een verlaagd gevoel van zelfeffectiviteit. Zelfeffectiviteit beïnvloedt het functioneren, en hiermee ook het regelen van belastingzaken, op verschillende manieren. Een laag gevoel van zelfeffectiviteit kan een negatief effect hebben op de verwachtingen van iemand over het volbrengen van een taak (Bandura, 1986). Het bepaalt hoeveel moeite men doet om doelen te behalen, hoe lang men volhoudt en hoe veerkrachtig men is bij het verwerken van tegenslagen. Mensen met een hoog gevoel van zelfeffectiviteit zijn eerder geneigd om ambitieuzere doelen te stellen, vooruit te kijken en zich te concentreren op resultaten behalen in plaats van op wat er mis kan gaan. In de probleemanalyse werd het uitstellen van de aangifte aangewezen als oorzaak kan zijn van aangifteverzuim. Zelfeffectiviteit heeft, naast invloed op intenties, tevens een directe invloed op uitstelgedrag. Wanneer men gelooft competent te zijn om een taak te uit te voeren, is men minder geneigd tot uitstelgedrag (Steel, 2007).

Attitudes en zelfeffectiviteit hebben invloed op de sterkte van de intentie om belastingaangifte te gaan doen. Het gevoel van zelfeffectiviteit ten aanzien van aan aangifte doen heeft tevens invloed op uitstelgedrag. Hieruit volgt dat het wenselijk is dat belastingplichtigen een hoog gevoel van zelfeffectiviteit hebben ten aanzien van aangifte doen. Dit kan de intentie versterken en uitstelgedrag verlagen. Om deze reden worden in de interventie technieken verwerkt die gericht zijn op het verhogen van het gevoel van zelfeffectiviteit.

EEN INTENTIE IS GEEN GARANTIE VOOR GEDRAG

Uitstelgedrag impliceert dat er een intentie bestaat, maar dat deze niet ten uitvoer komt. Deze discrepantie tussen intentie en gedrag is een bekend psychologisch fenomeen en wordt het intentie-gedrag gat genoemd (Webb & Sheeran, 2006). Het hebben van een positieve intentie is niet voldoende en leidt dus niet altijd tot het daadwerkelijk uitvoeren van het gedrag. Een meta analyse (Sheeran, 2002) laat bijvoorbeeld zien dat ondanks een positieve intentie meer te bewegen, gemiddeld bijna 50% van de mensen deze intentie niet omzet in gedrag. Eén van de verklarende factoren voor het intentie-gedrag gat is de psychologische weerstand *inertia*. Bij deze weerstand is er een overwegend positieve houding ten aanzien van het doelgedrag, maar dit wordt niet omgezet in gedrag (Knowles & Linn, 2004). Mensen die inertia ervaren zijn passief en stellen verandering uit omdat het makkelijker is om niets te doen. Zo zagen we bijvoorbeeld dat een deel van de belastingplichtigen hulp nodig heeft, maar passief is ten aanzien van dit inschakelen.

Uitstelgedrag wordt gedefinieerd als het vrijwillig vertragen of stoppen van een voorgenomen taak, ondanks de verwachting hierdoor slechter af te zijn (Steel, 2007). Het is een bewuste vermijding van een taak. De uitgestelde taak kan op een later punt uitgevoerd worden, zoals gesignaleerd in de Nalevingsmonitor (Belastingdienst, 2016a). Hier deed een grote groep mensen nog in de laatste dagen voor de deadline aangifte of vraagt uitstel aan. Echter zodra taken worden onderbroken bestaat de kans dat ze nooit meer worden opgepakt (Ariely & Wertenbroch, 2002). In het geval van aangifte doen ontstaat er in een dergelijk geval verzuim.

De (on)aantrekkelijkheid van de taak en het gevoel van urgentie ten aanzien van de deadline zijn van invloed op de mate van uitstelgedrag. Deze factoren worden in de volgende alinea's besproken.

AANTREKKELIJKHEID VAN DE TAAK

De intrinsieke aantrekkelijkheid van een taak kan bepalend zijn voor de kans op uitstellen. Hoe leuker we een taak vinden, hoe minder snel we uitstellen (Steel, 2007). De mate waarin een taak onprettig, saai of oninteressant wordt gevonden heeft invloed op uitstelgedrag. Tevens wordt gedrag eerder uitgesteld op het moment dat men verwacht dat een taak ingewikkeld is (Krijnen, Breugelmans, & Zeelenberg, 2014). Hoe (on)aantrekkelijk vinden belastingplichtigen de taak aangifte doen?

De kennis over belastingzaken is onder particulieren lager dan onder de andere doelgroepen. Een gebrek aan kennis maakt aangifte doen *ingewikkeld*. Het voorbeeld aan het begin van het hoofdstuk illustreert dat een life event, bijvoorbeeld een verhuizing, financiële gevolgen met zich mee brengt waardoor de aangifte *complexer* wordt. Belastingplichtigen die een life event meemaken vinden het moeilijk om vooraf ingevulde gegevens te controleren, gevraagde bedragen te berekenen en te bepalen waar bedragen ingevuld moeten worden (Van Ulden et al., 2013). Ten slotte impliceert de slogan van de Belastingdienst “*Leuker kunnen we het niet maken, wel makkelijker*”, dat belastingzaken regelen geen leuke taak is. Hieruit volgt dat het aannemelijk is dat een groot deel van doelgroep het doen van belastingaangifte een onaantrekkelijke taak vindt. Dit maakt de kans op passiviteit en uitstellen groter.

GEVOEL VAN URGENTIE TEN AANZIEN VAN DE DEADLINE

Hoe verder weg een taak is, hoe lager het gevoel van urgentie en hoe meer we de neiging hebben om uit te stellen. Zelfs als dat betekent dat we er uiteindelijk meer tijd aan kwijt zijn. Dit wordt ook wel de *present-bias* genoemd (O’Donoghue & Rabin, 1999). Dit betekent dat directe voordelen van gedrag psychologisch zwaarder wegen dan voordelen in de toekomst. Doordat er meer gewicht ligt op het heden is de perceptie van de nadelen van aangifte doen in de toekomst minder negatief dan in het heden: “Vandaag kost het veel moeite, maar volgende week lukt het vast wel”. De *construal level theory* van Trope en Liberman (2000) vult hier op aan dat mensen de neiging hebben om gebeurtenissen in de toekomst abstract te vertalen (waarom moet ik aangifte doen?) en gebeurtenissen die dichtbij zijn concreet te vertalen (hoe kan ik aangifte doen?).

De uitnodigingsbrief voor het doen van aangifte wordt drie maanden voor de deadline verzonden. Op het moment van ontvangst is de aangifteperiode nog niet begonnen. Vanuit de *construal level theory* volgt dat deze lange termijn deadline een abstracte verwerkingsstijl uitlokt in plaats van een concrete. Dit maakt de kans groter dat belastingplichtigen aangifte doen niet op een to-do lijstje zetten, maar uitstellen. Hieruit volgt dat de sterkte van het gevoel van urgentie ten aanzien van de deadline en de aantrekkelijkheid van een taak worden opgenomen als oorzaken van aangifteverzuim.

Uitstelgedrag kan verklaard worden door de inschatting van de aantrekkelijkheid van de taak en het gevoel van urgentie ten aanzien van de deadline. Door in de herinneringsbrief in te spelen op deze processen kan uitstelgedrag mogelijk verlaagd worden. Hiermee wordt het intentie-gedrag gat kleiner en wordt de kans dat men tijdig aangifte indient groter.



DE HERINNERINGSBRIEVEN

Belastingplichtigen die op 1 mei 2017 geen aangifte hebben gedaan of uitstel hebben aangevraagd ontvangen begin juni een herinneringsbrief. Men wordt hierin verzocht alsnog binnen twee weken aangifte te doen. Het doel van dit onderzoek is het percentage belastingplichtigen dat na ontvangst van de herinnering aangifte doet verhogen. In dit hoofdstuk wordt besproken op welke manier de technieken in de interventiebrieven inspelen op de factoren die invloed hebben op aangiftecompliance, namelijk: het gevoel van zelfeffectiviteit ten aanzien van aangifte doen en uitstelgedrag.

De standaardherinnering (Bijlage 1) die naar de hele groep verzuimende belastingplichtigen wordt gestuurd bevat al beïnvloedingstechnieken. Zo opent de brief bijvoorbeeld met een sociale norm: “De meeste mensen doen op tijd aangifte”. Omdat dit geen neutrale conditie is, is er voor gekozen om als extra controleconditie een basisbrief (Bijlage 2) te maken waarin de meeste technieken zijn verwijderd. Aan deze basisbrief zijn vervolgens sociaalpsychologische technieken toegevoegd, hieruit volgen drie interventiebrieven.



Om de kans op uitstelgedrag te verkleinen is de formulering en weergave van de deadline aangepast, ook wel **timeframing** genoemd. Dit kan het gevoel van urgentie ten aanzien van de deadline verhogen.



Om uitstelgedrag te verlagen erkent de **servicegerichte** brief weerstand in de vorm van inertia. Daarnaast wordt men, met behulp van een sociale norm, gestimuleerd hulp in te schakelen indien dat nodig is.



Om het gevoel van zelfeffectiviteit te verhogen wordt de taak aangifte doen middels een **stappenplan** opgedeeld in kleine concrete handelingen.

TIMEFRAMING BRIEF

De eerste interventiebrief (Bijlage 3) is er op gericht het gevoel van urgentie ten aanzien van de deadline te verhogen om zo uitstelgedrag te reduceren. Dit wordt gedaan door de formulering en weergave van de deadline aan te passen, ook wel timeframing genoemd (Tu & Soman, 2014).

In tegenstelling tot de uitnodigingsbrief van februari, waar er een lange termijn deadline van drie maanden is, stelt de herinneringsbrief een termijn van twee weken. Vanuit de *construal level theory* volgt dat door deze verschuiving van lange naar korte termijn (uitnodigingsbrief versus herinneringsbrief) de verwerkingsstijl veranderd van abstract (waarom moet ik aangifte doen?) naar concreet (hoe kan ik aangifte doen?). Dit maakt dat de herinneringsbrief een meer actie georiënteerde mindset ten gevolg heeft dan de uitnodigingsbrief. Er is echter nog een manier om de kans dat mensen aan een taak beginnen te verhogen, Tu en Soman (2014) noemen dit timeframing.

Door middel van timeframing, het aanpassen van de formulering en weergave van de deadline, wordt de categorisatie van een taak beïnvloedt. Dit heeft invloed op de mindset en taakinitiatie (zie Figuur 3). Met andere woorden, dezelfde taak kan door een andere formulering en weergave van de deadline verschillend gecategoriseerd worden. Door timeframing van een deadline is men te sturen om eerder te beginnen aan een taak (Tu & Soman, 2014). In de herinneringsbrief is dit als volgt toegepast.

In de standaardbrief wordt alleen de uiterste inleverdatum genoemd. Door hier de zin "U hebt nog maar 14 dagen de tijd." aan toe te voegen wordt een sterkere implementatie mindset opgeroepen. Er is gekozen voor de formulering in dagen in plaats van in weken. Uit het onderzoek van Tu & Soman (2014) blijkt dat dagen als zijnde dichterbij gecategoriseerd worden dan weken.



Figuur 3. Timeframing model van Tu & Soman

Ten tweede is de weergave van de deadline aangepast door het toevoegen van een kalender (Figuur 4). Tu en Soman (2014) vonden dat door de achtergrondkleur in de kalender te manipuleren de categorisatie van taken beïnvloedt kon worden. Het visueel maken van de deadline verhoogt de kans dat de taak aangifte doen in het heden wordt gecategoriseerd.

Dit is gedaan door de tijd tot de deadline in lichtgrijs en de tijd na de deadline in wit weer te geven. Met als doel een sterkere implementatie mindset te creëren en de kans de verhogen dat men daadwerkelijk start met het indienen van de aangifte.

JUNI 2017

MAA	DIN	WOE	DON	VRIJ	ZAT	ZON
			01	02	03	04
05	06	07	08	09	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29			

Figuur 4. Kalender in de timeframing conditie

Naast timeframing is de aanhef van de brief aangepast. Een effectieve, overtuigende boodschap richt aandacht direct op datgene dat belangrijk is; in dit geval aangifte doen. De brief opent daarom met de vraag “Wanneer doe jij je aangifte?”. Vragen stellen is een manier om antwoorden of oplossingen te impliceren en om aandacht in de gewenste richting te sturen. Hiermee wordt geïmpliceerd dat men aangifte gaat doen. De techniek stimuleert belastingplichtigen om een voorspelling te doen over wanneer men aangifte gaan doen. Hiermee verhoogt de kans dat het gedrag daadwerkelijk uitgevoerd wordt, ook wel het *question-behavior effect* genoemd (Pratkanis, 2007). Dit proces werkt via cognitieve dissonantie; mensen voelen zich onprettig als hun gedrag niet strookt met overtuigingen of voornemens (Festinger, 1962). Het niet nakomen van voornemens, bijvoorbeeld: “Ik doe dinsdag mijn aangifte”, kan cognitieve dissonantie opwekken. Om dit onprettige gevoel te reduceren is men geneigd gedrag in de richting van het gemaakte voornemen aan te passen.

De technieken in de timeframing brief zijn er op gericht urgentie ten aanzien van de deadline te verhogen en belastingplichtigen te stimuleren een voorspelling te doen over wanneer ze aangifte gaan doen. Hiermee wordt verwacht dat uitstelgedrag reduceert.

SERVICEGERICHTE BRIEF

In het theoretisch kader werd besproken dat belastingplichtigen inertia vertonen ten aanzien van het indienen van de aangifte. Daarnaast kunnen ambivalente attitudes invloed hebben op de sterkte van de intentie om aangifte te doen. De visie van de responsieve regulatie benadering van Braithwaite (2002) is om belastingplichtigen te wijzen op hun verzuim, maar tevens oog te hebben voor weerstand en je als organisatie coöperatief op te stellen. De tweede interventiebrief (Bijlage 4) richt zich op inertia en ambivalente attitudes door dit advies als volgt toe te passen.

De aandacht van de lezer wordt getrokken met de **beeldend geformuleerde openingszin**: *“De blauwe envelop ligt misschien op de dat-moet-ik-doen-maar-stel-het-liever-uit-stapel”*. Beeldende informatie vangt en houdt aandacht vast omdat het emotioneel interessant is, concreet is en beelden oproept (Pratkanis, 2007). De rest van de alinea tracht inertia te verlagen. Inertia is passiviteit om te veranderen; geen aangifte doen kost minder moeite dan wel aangifte doen. Met de zin: *“Wij begrijpen dat aangifte doen tijd en moeite kost”*, wordt dit erkent. Het **erkennen van weerstand** is één van de simpelste en tegelijkertijd één van de meest effectieve manieren om weerstand te reduceren (Knowles & Riner, 2007). Weerstand erkennen kan er tevens voor zorgen dat negatieve attitudes ten aanzien van de Belastingdienst verzwakt worden. Er wordt namelijk een blijk van empathie gecommuniceerd.

Uit de probleemanalyse bleek dat van de groep onredzamen 85% hulp kan gebruiken, maar dit niet inschakelt. Deze passiviteit is tevens een uiting van inertia: geen hulp zoeken kost minder moeite dan wel hulp zoeken. Om deze reden heeft het laatste deel van de brief als doel om deze groep belastingplichtigen te motiveren hulp bij hun aangifte in te schakelen. De HUBA⁵ is niet meer beschikbaar na de deadline van 1 mei en diverse initiatieven op het gebied van ondersteuning bij aangifte (bijvoorbeeld samenwerking met de Koninklijke Bibliotheek) staan nog in de kinderschoenen. Om mensen te **informer**en waar ze hulp kunnen krijgen wordt, naast het vermelden van het nummer van de Belastingtelefoon, verwezen naar externe hulpbronnen: *“Denk aan hulp uit de directe omgeving, een financieel dienstverlener of de vak- en ouderenbonden”*.

Omdat men niet altijd hulp durft te vragen (Steinhaus-Karelse & Derikx, 2015), is er een **sociale norm** verwerkt in de boodschap: *“Meer dan de helft van de Nederlanders heeft hulp bij het doen van de belastingaangifte”*. Men kijkt vaak naar gedrag van anderen en past daarop eigen gedrag aan. Sociale normen hebben daarom sterke invloed op gedrag (Cialdini, 2004). Door te benoemen dat meer dan de helft van de Nederlanders hulp heeft, wordt aangegeven dat men niet afwijkt van de groep als belastingaangifte indienen niet zelfstandig lukt. Dit kan de terughoudendheid die belastingplichtigen ten aanzien van hulp vragen verminderen.

⁵ Hulp Bij Aangifte

STAPPENPLAN BRIEF

De derde interventiebrief (Bijlage 5) heeft als doel het verhogen van het gevoel van zelfeffectiviteit ten aanzien van het doen van aangifte en het verlagen van de inschatting van complexiteit van de taak. Wanneer men een laag gevoel van zelfeffectiviteit heeft kan het helpen om te werken in kleine concrete stappen. Zo is het gedrag op te delen in handelingen die haalbaar zijn. *Focussen op uitvoerbare onderdelen van een taak verhoogt het gevoel van zelfeffectiviteit* (Gist & Mitchell, 1992). Om deze reden is er een stappenplan (Figuur 5) in de brief toegevoegd. Hierin wordt aangifte doen in vijf overzichtelijke stappen weergegeven.

Hoe kunt u aangifte doen? Volg deze stappen:

1. Ga naar belastingdienst.nl/aangifte en klik op 'Inloggen op Mijn Belastingdienst'.
2. Klik nogmaals op inloggen en kies voor 'Inloggen met DigiD'.
3. Klik op het tabblad 'Inkomstenbelasting', daarna op 'Belastingjaar 2016' en vervolgens op 'Ik wil aangifte inkomstenbelasting doen'.
4. Controleer de gegevens die wij voor u ingevuld hebben, vul waar nodig gegevens aan.
5. Bent u klaar? Onderteken uw aangifte met uw DigiD en klik op verzenden.

Figuur 5. Stappenplan van de derde interventiebrief

In de probleemanalyse werd 'onbewust verzuim' besproken. Men is in de veronderstelling dat de aangifte al ingediend is, maar men heeft nog niet op verzenden geklikt. Om deze reden wordt expliciet benoemd dat men op het einde van de aangifte moet ondertekenen met de DigiD en op verzenden moet klikken.

Er is tevens aandacht besteed aan een vloeiende opmaak van het stappenplan, ook wel *perceptuele fluency*. Dit houdt in dat de tekst zo wordt weergegeven dat het helder en goed leesbaar is (Reber, Winkielman & Schwarz, 2004). Een manier om het stappenplan perceptueel vloeiend weer te geven is het vergroten van het lettertype en de regelafstand. Dat het aanpassen van de fluency in een tekst kan aanzetten tot gedrag blijkt uit een onderzoek van Song en Schwartz (2008). Door de fluency van een instructietekst te manipuleren hadden proefpersonen die de vloeiende instructie kregen, het idee dat de instructie makkelijker uit te voeren was en minder tijd zou kosten. Zij waren ook meer bereid de instructie te gaan uitvoeren dan deelnemers in de controleconditie. Naast een groter lettertype en regelafstand dragen de cijfers voor de stappen en het kader om de tekst bij aan de perceptuele fluency.

METHODE

DEELNEMERS EN PROCEDURE

Uit de populatie van particuliere belastingplichtigen met een eerste verzuim die zelf aangifte doen (zonder fiscaal intermediair) en geen uitstel hebben gevraagd zijn 10.168 belastingplichtigen geselecteerd. Deze groep is vervolgens at random toegewezen aan de vijf condities. De brieven zijn op 1 juni 2017 verzonden, 2 juni is de matdatum (de datum waarop de brief op de mat viel bij belastingplichtigen). Na de aangiftedeadline van 15 juni is een dataset opgevraagd met de volgende selectiecriteria: aangiftegedrag (ja/nee), uitstel aangevraagd (ja/nee), datum waarop de aangifte ontvangen is, geboortedatum en geslacht.

Na het versturen van de herinneringen is om diverse redenen uitval ontstaan. Een kleine groep mensen reageerde per brief dat ze al aangifte hadden gedaan of uitstel hadden aangevraagd en enkele belastingplichtigen hadden een ongeldig adres of bleken overleden. Om deze reden zijn in totaal 45 (0,5%) belastingplichtigen uitgesloten. Daarnaast bleek dat 1235 intermediairs (12%) wel waren meegenomen in de selectie. Al deze belastingplichtigen, in totaal 12,5%, zijn als uitval opgenomen en uitgesloten van de analyses. Dit zorgt voor een afname van het aantal deelnemers per conditie, uiteindelijk zijn 8889 belastingplichtigen meegenomen in de analyse, 5068 mannen en 3821 vrouwen, met een gemiddelde leeftijd van 48,16 jaar. De verdeling over de condities is als volgt:

Conditie	Aantal belastingplichtigen bij selectie	Na uitval
Standaardconditie	2.034	1.781
Basisconditie	2.034	1.769
Timeframe conditie	2.034	1.788
Servicegerichte conditie	2.033	1.770
Stappenplan conditie	2.033	1.781
Totaal	10.168	8.889

Tabel 1. Aantal belastingplichtigen per conditie

DESIGN EN HYPOTHESEN

Het onderzoek had een between-subjects design met als enige onafhankelijk variabele de brief die verstuurd werd. Deze variabele had vijf niveaus, namelijk: basis, standaard, timeframing, servicegericht, stappenplan. Er werd gekeken naar hoe de groepen na ontvangst van de brief van elkaar verschillen wat betreft aangiftecompliance. Aangiftecompliance is als volgt gedefinieerd: het binnen de deadline van de herinnering indienen van de aangifte of het aanvragen van uitstel.

Er werd verwacht dat een interventiebrief in een hoger percentage ingediende aangiften of uitstelaanvragen resulteert dan de standaard- of de basisbrief. Hierbij bestonden geen specifieke verwachtingen over welke interventiebrief het meest effectief zou zijn, alle drie de brieven bevatten immers wetenschappelijk onderbouwde technieken. Deze hypothese is getoetst middels een chi square analyse, met als onafhankelijke variabele 'brief' en als afhankelijke variabele 'aangiftecompliance'.

Daarnaast werd verwacht dat een interventiebrief resulteert in het sneller indienen van de aangifte dan de standaard- of de basisbrief. Deze hypothese is getoetst middels een one-way ANOVA, met als onafhankelijke variabele 'brief' en als afhankelijke variabele 'tijdigheid'.

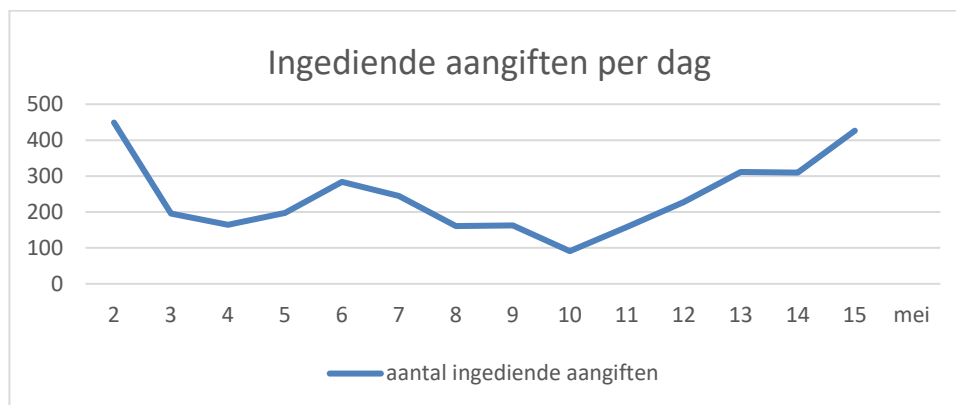
Het doel van dit onderzoek is het percentage belastingplichtigen dat na het ontvangen van de herinnering aangifte doet verhogen. Om te toetsen welke invalshoek hiervoor het meest effectief is zijn er drie interventiebrieven ontworpen, namelijk een timeframing, servicegerichte en stappenplan brief. Met deze brieven wordt getracht uitstelgedrag te verlagen en de zelfeffectiviteit ten aanzien van aangifte doen te verhogen.

KIJK GOED OF JE AANGIFTE VOLLEDIG IS

Belastingdienst

RESULTATEN

Allereerst is in beeld gebracht hoeveel aangiften, over alle condities, per dag zijn ingediend. In totaal deden 5.580 belastingplichtigen (62,8%) aangifte of vroegen uitstel aan. De herinneringsbrieven zetten het meest aan tot gedrag vlak na ontvangst en vlak voor het verstrijken van de deadline. Dit blijkt uit onderstaande figuur; er is te zien dat er een piek is op 2 mei en op 15 mei.

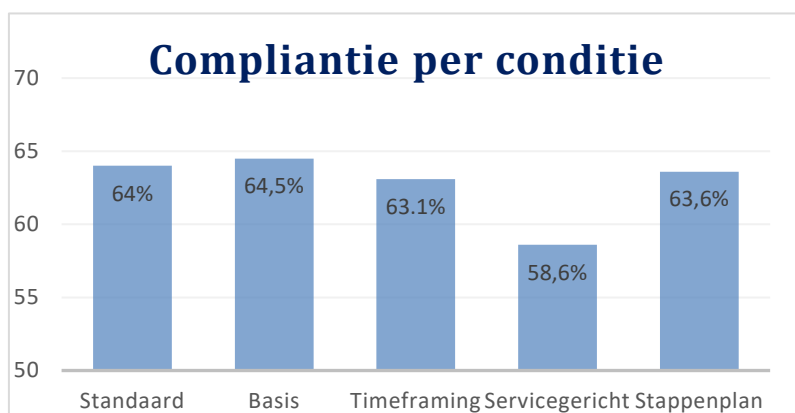


Figuur 6. Totaal aantal ingediende aangiften per dag

AANGIFTECOMPLIANTIE PER CONDITIE

In Figuur 7 is het percentage ingediende aangiften en uitstelaanvragen per conditie (soort brief) weergegeven. Om te onderzoeken of er wat betreft aangiftegedrag een verschil bestaat tussen de vijf condities, is er een (5x2) chi square analyse uitgevoerd. Hieruit bleek dat er een significante verschil is tussen de brieven en aangiftegedrag

($\chi^2(4), n=8889$)=16.88, $p = .002$). Met andere woorden, het percentage belastingplichtigen dat aangifte doet of uitstel aanvraagt is verschillend tussen de vijf condities. De effectgrootte ($\phi c = .04$) is klein.



Figuur 7. Percentage ingediende aangiften en uitstelaanvragen per conditie

Bovenstaande toets geeft geen inzicht in welke condities significant van elkaar afwijken, om deze reden zijn er afzonderlijke (2x2) chi square analyses gedaan waarin de drie interventie brieven los vergeleken worden vergeleken met de basisbrief. Hierbij wordt getoetst of het percentage belastingplichtigen dat aangifte doet of uitstel aanvraagt na het ontvangen van de basisbrief significant afwijkt van het percentage belastingplichtigen dat aangifte doet of uitstel aanvraagt na het ontvangen van één van de interventiebrieven. Zie tabel 2 voor de resultaten.

Basisbrief ten opzichte van	Chi square	P-waarde	Odds Ratio ⁶
Timeframing	$\chi^2(1), n=3557) = .65$	$p = .40$	1.06
Servicegericht	$\chi^2(1), n=3539) = 12.82$	$p < .001$	1.28
Stappenplan	$\chi^2(1), n=3550) = .26$	$p = .60$	1.04

Tabel 2. Verschillen tussen de basisconditie en de afzonderlijke interventiebrieven

De timeframing en de stappenplan brief verschillen niet significant van de basisbrief; deze brieven zijn niet effectiever in het aanzetten tot aangiftecompliantie dan de basisbrief. De servicegerichte brief verschilt wel significant van de basisconditie. In tegenstelling tot de verwachting was het percentage belastingplichtigen dat na het ontvangen van de servicegerichte brief aangifte doet of uitstel aanvraagt lager dan het percentage belastingplichtigen dat na het ontvangen van de basisbrief aangifte doet of uitstel aanvraagt. Het verschil is echter klein; de kans dat men na ontvangst van de servicegerichte brief aangifte indient of uitstel aanvraagt is 1.28 keer kleiner dan wanneer men de basisbrief ontvangt.

⁶ Een Odds Ratio van 1.5 is een klein effect, 2,5 is gemiddeld en 4.3 is een groot effect.

Om te toetsen of de servicegerichte brief tevens afwijkt van de overige condities zijn opnieuw 2x2 chi square analyses uitgevoerd. Hierbij werd de servicegericht brief vergeleken met de andere drie brieven. Hieruit volgt dat de servicegerichte brief significant verschilt van de standaard, timeframing en de stappenplan brief (zie Tabel 3). De effectgroottes waren in alle gevallen klein; de kans dat men na ontvangst van de servicegerichte brief aangifte indient is ongeveer 0.80 keer kleiner dan wanneer men een van de andere brieven ontvangt.

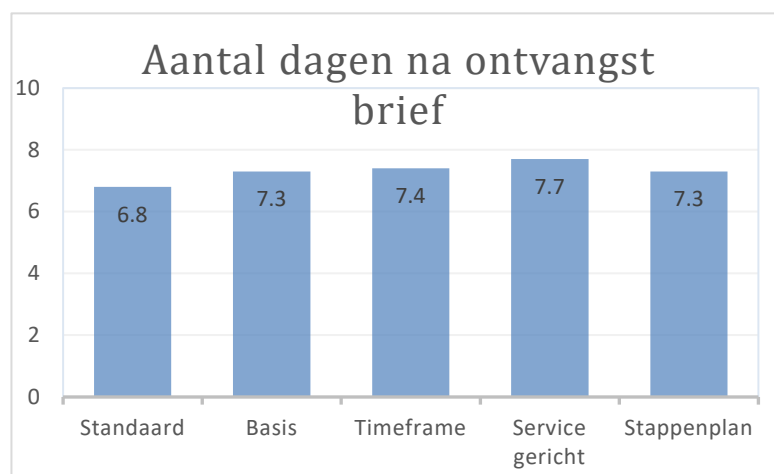
Servicegerichte brief ten opzichte van	Chi square	P-waarde	Odds Ratio
Standaard	$\chi^2 (1), n= 3551) = 10.32$	$p < .001$	0.80
Timeframing	$\chi^2 (1), n= 3558) = 7.37$	$p = .006$	0.83
Stappenplan	$\chi^2 (1), n= 3551) = 9.03$	$p < .001$	0.81

Tabel 3. Verschillen tussen de servicegerichte conditie en de overige brieven

Concluderend, de drie interventiebrieven hebben niet geresulteerd in een hoger percentage aangiftecompliance ten opzicht van de basisconditie. De servicegerichte brief is minder effectief dan de andere vier herinneringsbrieven in het aanzetten van belastingplichtigen tot het doen van aangifte of uitstel aanvragen.

TIJDIGHEID

Vervolgens is getoetst of de tijdigheid van het indienen van de aangifte verschilt per conditie. Onder tijdigheid wordt verstaan: het aantal dagen dat men erover doet om aangifte te doen, na ontvangst brief. Uit een ANOVA blijkt dat er een significant verschil is in de gemiddelde snelheid van het indienen van de aangifte tussen de verschillende condities ($F(4)= 3.28, p=.01, \eta p^2=.004$). Hoewel er sprake is van een significant effect is de effectgrootte klein.



Grafiek 3: Gemiddeld aantal dagen vanaf de matdatum tot indienen van de aangifte

Met een post hoc Tukey HSD is getoetst welke condities significant van elkaar verschillen. Hieruit blijkt dat de servicegerichte conditie ($M=7.70$, $SD= 4.85$) significant verschilt van de standaardconditie ($M=6.81$, $SD=4.68$), maar niet van de beoogde controleconditie (de basisbrief). Dit betekent dat belastingplichtigen die de servicegerichte herinnering ontvangen ongeveer een dag later reageren dan de groep die de standaard herinnering ontvangt. Er waren geen andere significante verschillen tussen de groepen.

AANVULLENDE ANALYSES

Aangezien er in de servicegerichte brief gestimuleerd werd om bij vragen aangaande de aangifte hulp in te schakelen, is het denkbaar dat men hulp heeft ingeroepen. Omdat hulp zoeken tijd kost, was het voor deze mensen mogelijk niet haalbaar om binnen de gestelde deadline van 14 dagen te reageren. Mogelijk hebben deze mensen na de deadline alsnog aangifte gedaan. Om deze hypothese te toetsen is er op 29 juni een tweede dataset opgevraagd.

Op 29 juni heeft in totaal 71,9% aangifte ingediend of uitstel aangevraagd, dit is een stijging van 9,4% ten opzichte van het eerste meetpunt. Dit betekent dat het ruimer nemen van de aangifteperiode zorgt voor meer ingediende aangiften of uitstelaanvragen. Uit de analyses volgt eenzelfde patroon in de resultaten; ook twee weken na de deadline verschilt alleen de servicegerichte conditie significant van de basisconditie op compliantie ($\chi^2 (1)$, $n= 3539$)= 17.46, $p <.001$, $phi=.07$). Het verleggen van de deadline zorgt in dit onderzoek niet voor een verhoging van effectiviteit van de servicegerichte brief.

Tegen de verwachting in hebben de drie interventiebrieven, in vergelijking met de basisbrief, niet geresulteerd in een verhoging van aangiftecompliantie onder eerstejaars verzuimende particulieren. Opvallend is dat de servicegerichte brief relatief minder belastingplichtigen aanzet tot uitstel aanvragen of het indienen van de aangifte dan de andere brieven. In de discussie wordt ingegaan op mogelijke verklaringen.



DISCUSSIE

De basisbrief heeft in dit onderzoek 64,5% van de eerstejaars verzuimende belastingplichtigen aangezet tot het indienen van de aangifte of het aanvragen van uitstel. Dit percentage is vergelijkbaar met aangiftecompliance op de herinnering van voorgaande jaren. De combinatie van sociaalpsychologische technieken in de interventiebrieven hebben niet geresulteerd in een hoger percentage ingediende aangiften. Verder blijkt de servicegerichte brief minder effectief dan de andere brieven, men dienst na ontvangst van deze brief relatief minder vaak aangifte in dan na ontvangst van één de andere vier brieven.

In deze discussie wordt naar mogelijke verklaringen gezocht waarom geen van de drie interventiebrieven heeft geresulteerd in een verhoging van aangiftecompliance. Verder wordt besproken wat kan verklaren waarom de servicegerichte brief relatief minder belastingplichtigen aanzet tot het indienen van de aangifte dan de andere brieven. Tot slot wordt er met een kritische blik gereflecteerd op het onderzoek en volgen enkele aanbevelingen.

MOGELIJKE VERKLARINGEN

Zowel in dit onderzoek als in de pilot in 2016 (Belastingdienst, 2016d), wordt circa twee derde van de eerstejaars verzuimende belastingplichtigen door de herinneringsbrief aangezet tot aangifte doen. Dit wekt de indruk dat 65% aangiftecompliance op de herinneringsbrief al optimaal is. Een mogelijke verklaring is dat de overige 35% belastingplichtigen onvoldoende worden bereikt middels een brief. Zo bestaat meer dan de helft van de eerstejaars particulieren die verzuimen uit jongeren (Belastingdienst, 2016b), die wellicht de voorkeur hebben voor digitaal communiceren. Ook bestaat de groep verzuimers voor een deel uit belastingplichtigen die een life event hebben meegemaakt. Stress en overbelasting nemen een groot deel van de cognitieve capaciteit in beslag,

waardoor men minder capaciteit over heeft voor andere gedachten en taken. Het 'handelingsvermogen' kan door stress tijdelijk sterk verminderen (WRR, 2017). Daarnaast heeft schaarste (in bijvoorbeeld geld of tijd) invloed op financieel gedrag; men gaat op de lange termijn steeds onverstandigere beslissingen nemen, waaronder het ook het volledig vermijden van belangrijke taken (Mullainathan & Shafir, 2013), zoals belastingaangifte doen. Tenslotte bleek uit telefoongesprekken met belastingplichtigen dat men door een taalbarrière de brief mogelijk niet goed begrijpt. Hieruit volgt dat de brief door deze doelgroepen mogelijk niet (goed) wordt gelezen, waardoor psychologische interventies onvoldoende of geen invloed kunnen hebben op gedrag.

Daarnaast kan het zijn dat de [technieken in de interventiebrieven op verschillende doelgroepen andere effecten](#) hebben gehad, met als gevolg dat er geen effect gevonden is. Zo toont een onderzoek naar het effect van een flyer met informatie over pensioen (Clark, Maki & Morrill, 2014) dat dezelfde interventie tegenovergestelde effect kan hebben bij twee verschillende leeftijdsgroepen. Jonge werknemers die de flyer ontvingen, gingen vaker meedoen dan de controlegroep. Oudere werknemers gingen juist minder vaak meedoen. Het nettoresultaat is dat er geen positief effect van de interventie is. Wanneer de doelgroep van de flyer beperkt wordt tot jonge werknemers heeft de interventie wel effect. Jongeren vertonen meer uitstelgedrag dan ouderen (O'Donoghue & Rabin, 1999). Het is dan ook mogelijk dat de timeframing brief, die gericht was op het verminderen van uitstelgedrag, met name jongeren heeft aangesproken. Dit kan tot gevolg hebben dat de timeframing brief een grotere groep jongeren heeft aangezet tot het indienen van de aangifte dan de standaardbrief. Aan de andere kant is het mogelijk dat ouderen minder aangesproken worden door de technieken in de timeframing brief en hiermee minder aangezet worden tot aangifte doen. In een dergelijke situatie gaat er geen nettoresultaat van de brief uit.

[De servicegerichte brief zet relatief minder belastingplichtigen aan tot het indienen van de aangifte dan de andere brieven.](#) In deze brief werd getracht weerstand te erkennen en werd er gestimuleerd om, indien wenselijk hulp in te schakelen. Hoe heeft deze benadering, tegen verwachting in geresulteerd in een lichte daling in aangiftecompliance? Mogelijk heeft de sociale norm ('meer dan de helft van de Nederlanders heeft hulp bij het doen van de belastingaangifte') een groep belastingplichtigen die geen hulp nodig hebben aangezet hebben tot het zoeken van hulp. Dit wordt ook wel een '[boemerang effect](#)' (Schultz, Nolan, Cialdini, Goldstein & Griskevicius, 2007) genoemd; ongeacht de eigen prestatie is men geneigd zich aan een norm aan te passen. Omdat het zoeken van hulp tijd kost wordt de reactie vertraagd. Dit verklaart mogelijk het negatieve effect op aangiftegedrag in dit onderzoek.

Ook al doet men langer over de aangifte, het betreft in dit geval echter nog steeds compliant gedrag. Men is wel actief bezig met de aangifte, het resulteert alleen niet in tijdig indienen. Aangezien het wel kan leiden tot kwalitatief betere aangiften is het interessant om te toetsen of er minder fouten werden gemaakt in de aangiften. Indien dit het geval is kan het toepassen van de sociale norm mogelijk wel effectief zijn om eerder in het aangifteproces toe te passen, bijvoorbeeld in de uitnodigingsbrief.

REFLECTIE

Een beperking van het onderzoek is dat elke brief meerdere technieken bevat. Hierdoor is niet te toetsen of technieken afzonderlijk van elkaar effect zouden hebben gehad. Meerdere technieken in een brief kunnen elkaar opheffen. Een belastingplichtige in het belonderzoek zegt over de servicegericht brief het volgende: "Ik moest lachen om de brief vanwege de aanhef. Het erkende dat aangifte doen geen leuke taak is en dat mensen, net als ik, het uitstellen. Ik voelde me door deze manier van communiceren minder beschaamd, dat was heel fijn". De aangifte is echter te laat ingediend, ze had het uitgesteld tot na de vakantie. Mogelijk heeft de aanhef in de servicegerichte brief gezorgd voor positievere attitudes ten aanzien van de belastingdienst, maar heeft het erkennen van weerstand het gevoel van urgentie ten aanzien van de deadline verlaagd. In een meer gecontroleerd onderzoek kunnen technieken beter getoetst worden op hun causale rol. Denk hierbij aan het toepassen van één techniek per brief en een combinatieconditie waarin meerdere technieken verwerkt worden.

Een volgende kanttekening is dat de interventiebrieven, door de tijdsdruk van het project, niet vooraf met een pilot zijn getoetst. Het uitvoeren van een pilot is zinvol om een indicatie te krijgen of de brieven overkomen zoals ze bedoeld zijn; wordt er daadwerkelijk meer urgentie ervaren na het lezen van de timeframing brief en krijgt men door het stappenplan echt het gevoel dat belastingaangifte doen een overzichtelijke taak is die men aan kan? Na het onderzoek is getracht deze informatie alsnog te verkrijgen door mensen telefonisch te benaderen (Bijlage 6). Vanwege een lage respons was het niet mogelijk om hier conclusies aan te verbinden. Door het ontbreken van een pilot is niet na te gaan of de technieken in de brieven de juiste psychologische constructen aanspreken. Dit betekent dat de interventie mogelijk niet het beoogde (effectieve) mechanisme bevatte en daarom minder effect had.

AANBEVELINGEN – WAT KAN DE BELASTINGDIENST MEENEMEN UIT DIT ONDERZOEK?

Ten eerste een procesgerichte aanbeveling. In de laatste dagen voor de deadline van 1 mei zijn er 29.475 uitstelaanvragen gedaan. Het blijkt dat er in het systeem een vertraging zit in de verwerking van deze aanvragen, waardoor op de dag van de selectie nog niet alle uitstelaanvragen verwerkt waren. Dit betekent dat een deel van de belastingplichtigen in dit onderzoek onterecht een herinnering heeft ontvangen. Dit creëert onzekerheid en frustratie bij belastingplichtigen, met als resultaat dat men de Belastingtelefoon belt of een brief stuurt. Om dit te voorkomen is het raadzaam hier in de toekomst als volgt rekening mee te houden:

- Voeg de volgende zin toe aan de herinneringsbrief: "Indien u bij het ontvangen van deze brief uw aangifte al heeft verstuurd of uitstel hebt aangevraagd, beschouw deze brief dan als niet verzonden".

Aangezien uit zowel de wetenschappelijke literatuur als uit de probleemanalyse volgt dat uitstelgedrag en zelfeffectiviteit wel degelijk van invloed zijn op aangiftegedrag is het raadzaam om te onderzoeken of de voorstelde technieken wel effect hebben op specifieke subgroepen. Denk aan bijvoorbeeld aan het sturen van een brief gericht op het reduceren van uitstelgedrag, specifiek aan jongeren.

- Onderzoek of doelgroep gerichter communiceren effectief is bij het verhogen van aangiftecompliance.

Daarnaast is het interessant om de effectiviteit van andere kanalen, bijvoorbeeld email of WhatsApp, te onderzoeken. Tevens kunnen sociaal psychologische technieken eerder in het aangifteproces ingezet worden. Een voorbeeld hiervan kan zijn: vlak voor de deadline van 1 mei een Whatsapp sturen aan jongeren. Indien dit effectief blijkt resulteert het in minder herinneringsbrieven, dit werkt kostenbesparend.

- Onderzoek het (proactief) inzetten van andere kanalen effectief is bij het verhogen van aangiftecompliance.

De steekproef in het onderzoek was niet representatief, aangezien taalbegrip wel degelijk een verklaring kan zijn van aangifteverzuim wordt het volgende aanbevolen.

- Onderzoek of taalbegrip een oorzaak is van aangifteverzuim.

Tot slot geven de resultaten van dit onderzoek geen aanleiding om de standaardbrief aan te passen.

- Behoud de standaardbrief als aangifteherinnering.

REFERENTIES

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Allingham, M., & Sandmo, A. (1972). Income tax evasion: A theoretical analysis. *Journal of Public Economics*, 1(3), 323-338.
- Ariely, D., & Wertenbroch, K. (2002). Procrastination, deadlines, and performance: Self-control by precommitment. *Psychological science*, 13(3), 219-224.
- Bandura, A. (1986). The explanatory and predictive scope of self-efficacy theory. *Journal of social and clinical psychology*, 4(3), 359-373.
- Bandura, A. (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. *Educational psychologist*, 28(2), 117-148.
- Belastingdienst (2016a). *Nalevingsmonitor Particulieren*. Intern document van de Belastingdienst.
- Belastingdienst (2016b). *Handhavingsplan Aangifteverzuim IH 2016*. Intern document van de Belastingdienst.
- Belastingdienst (2016c). *Thema Aangifteverzuim*. Intern document van de Belastingdienst.
- Belastingdienst (2016d). *Effectmeting Doelgroep Verzuimers*. Expertisecentrum Handhaving. Intern document van de Belastingdienst.
- Belastingdienst (2017). *Effectmeting belactie verzuimers IH 2015*. Intern document van de Belastingdienst.
- Braithwaite, V. (2003). Dancing with tax authorities: Motivational postures and non-compliant actions. *Taxing democracy*, 15-39.
- Cialdini, R. B. (2004) *Influence: Science and practice*. (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Croonen, J., & Luesink, L. (2009). *Met andere ogen. Het effect van verschillende beïnvloedingstechnieken op het aangiftegedrag van de ondernemer* (Master Thesis). Radboud Universiteit Nijmegen.
- Clark, R. L., Maki, J. A. & Morrill, M. S. (2014) Can Simple Informational Nudges Increase Employee Participation in a 401(k) Plan? *Southern Economic Journal*, 80(3), pp. 677-701.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Festinger, L. (1962). *A theory of cognitive dissonance* (Vol. 2). Stanford university press.
- Gangl, K., Muehlbacher, S., de Groot, M., Goslinga, S., Hofmann, E., Kogler, C., & Kirchler, E. (2013). "How can I help you?" Perceived service orientation of tax authorities and tax compliance. *FinanzArchiv: Public Finance Analysis*, 69(4), 487-510.
- Gist, M. E., & Mitchell, T. R. (1992). Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *Academy of Management review*, 17(2), 183-211.
- Kamleiter, B., Koruna, C., & Kirchler, E. (2012). Tax compliance of small business owners: A review. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 18(3), 330-351.
- Kirchler, E., Muehlbacher, S., Kastlunger, B. & Wahl, I. (2010). Why pay taxes? A review of tax compliance decisions. In: J. Alm, Martinez-Vazquez, & B. Torgler (Eds). *Developing alternative frameworks for explaining tax compliance*. New York: Routledge.
- Kirchler, E. (2007). *The economic psychology of tax behaviour*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Kirchler, E., Hoelzl, E., & Wahl, I. (2008). Enforced versus voluntary tax compliance: The “slippery slope” framework. *Journal of Economic Psychology*, 22(2), 173-194.
- Kirchler, E. (1999). Reactance to taxation: Employers’ attitude towards taxes. *Journal of Socio-Economics*, 28(2), 131-138.
- Knowles, E. S., & Linn, J. A. (Ed.). (2004). *Resistance and persuasion*. New York, US: Psychology Press.
- Knowles, E. S., & Riner, D. D. (2007). Omega approaches to persuasion: Overcoming resistance. *The science of social influence: Advances and future progress*, 83-114. East Sussex, GB: Psychology Press.
- Krijnen, J., Breugelmans, S., & Zeelenberg, M. (2014). Waarom mensen de pensioenvoorbereiding uitstellen en wat daar tegen te doen is. *NEA Paper*, 52.
- Mullainathan, S., & Shafir, E. (2013). Decision making and policy in contexts of poverty. *Behavioral foundations of public policy*, 281-300.
- Nisbett, R. E., & Ross, L. (1980). Human inference: Strategies and shortcomings of social judgment.
- O'Donoghue, T., & Rabin, M. (1999). Doing it now or later. *American Economic Review*, 103-124.
- Pratkanis, A. R. (Ed.). (2011). *The science of social influence: Advances and future progress*. East Sussex, GB: Psychology Press.
- Reber, R., Schwarz, N., & Winkielman, P. (2004). Processing fluency and aesthetic pleasure: Is beauty in the perceiver's processing experience?. *Personality and social psychology review*, 8(4), 364-382.
- Schultz, P. W., Nolan, J. M., Cialdini, R. B., Goldstein, N. J., & Griskevicius, V. (2007). The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms. *Psychological science*, 18(5), 429-434.
- Sheeran, P. (2002). Intention—behavior relations: A conceptual and empirical review. *European review of social psychology*, 12(1), 1-36.
- Song, H., & Schwarz, N. (2008). If it's hard to read, it's hard to do: Processing fluency affects effort prediction and motivation. *Psychological Science*, 19(10), 986-988.
- Steinhaus-Karelse, D., & Derix, D. (2015). *Exploratie doelgroep eerstejaars mijders*. MARE Research. Amsterdam.
- Steel, P. (2007). The nature of procrastination: a meta-analytic and theoretical review of quintessential self-regulatory failure.
- Trope, Y., & Liberman, N. (2000). Temporal construal and time-dependent changes in preference. *Journal of personality and social psychology*, 79(6), 876.
- Tu, Y., & Soman, D. (2014). The categorization of time and its impact on task initiation. *Journal of Consumer Research*, 41(3), 810-822.
- Ulden, A. van, Remmers, N., & Roose, W. (2013). *Zelfredzaamheid van burgers. Onderzoek naar de zelfredzaamheid van de Nederlandse Belastingbetalers en toeslaggerechtigden*. Blauw Research bv.
- Webb, T. L., & Sheeran, P. (2006). Does changing behavioral intentions engender behavior change? A meta-analysis of the experimental evidence. *Psychological bulletin*, 132(2), 249.
- Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2017). *Weten is nog geen doen. Een Realistisch perspectief op redzaamheid*. Geraadpleegd op 10 juni 2017 van <https://www.wrr.nl/publicaties/rapporten/2017/04/24/weten-is-nog-geen-doen>.

BIJLAGE 1

Standaardbrief

Betreft: Herinnering aangifte inkomstenbelasting 2016

Geachte heer/mevrouw,

De meeste mensen doen op tijd aangifte. We informeren ze dan snel over het bedrag dat zij terugkrijgen of moeten betalen. Helaas blijkt uit onze gegevens dat u nog aangifte inkomstenbelasting/premie volksverzekeringen en de inkomensafhankelijke bijdrage Zorgverzekeringswet moet doen over 2016.

U moest vóór 1 mei aangifte doen. U hebt dit nog niet gedaan. Misschien bent u vergeten om aangifte te doen, of heeft uw aangifte ons niet bereikt.

Voorkom een boete

We willen uw aangifte graag in behandeling nemen. Uw aangifte moet nu uiterlijk 15 juni bij ons binnen zijn. U kunt geen uitstel meer krijgen. Als u uw aangifte niet voor deze datum instuurt, krijgt u een aanmaning. Reageert u niet op tijd op deze aanmaning, dan kunt u een boete krijgen.

Hoe kunt u alsnog aangifte doen?

De meeste mensen doen digitaal aangifte. Voor de digitale aangifte gaat u naar www.belastingdienst.nl. Hier kunt u het aangifteprogramma 2016 downloaden. Om digitaal aangifte te doen, hebt u een DigiD nodig. Hebt u geen DigiD? Vraag deze dan nu aan op www.digid.nl. Binnen 5 dagen ontvangt u uw gegevens.

Meer informatie

Hebt u nog vragen over de aangifte? Kijk dan op belastingdienst.nl/aangifte.

Hoogachtend,



drs. J.M. Melsen
Belastingdienst/Centrale administratieve processen

BIJLAGE 2

Basisbrief

Betreft: Herinnering aangifte inkomstenbelasting 2016

Geachte heer/mevrouw,

Volgens onze gegevens moet u nog aangifte inkomstenbelasting over 2016 doen. In een eerdere brief hebben wij u gevraagd dit vóór 1 mei te doen. Tot nu toe hebben wij uw aangifte helaas nog niet ontvangen. Misschien bent u het vergeten. Of hebt u uw aangifte wel ingevuld, maar nog niet verzonden.

Voorkom een boete

Als u uw aangifte alsnog wilt insturen, doe dat dan **vóór 16 juni**. Reageert u niet of niet op tijd op dit verzoek, dan riskeert u een boete. U kunt geen uitstel meer krijgen.

Hoe doet u alsnog aangifte?

De meeste mensen doen aangifte via belastingdienst.nl/aangifte. Daar kunt u inloggen op Mijn Belastingdienst met uw DigiD. Hebt u geen DigiD? Vraag deze dan nu aan op digid.nl. Binnen 5 dagen ontvangt u uw gegevens.

Meer informatie

Hebt u nog vragen over de aangifte? Kijk dan op belastingdienst.nl/aangifte.

Hoogachtend,



drs. J.M. Melsen
Belastingdienst/Centrale administratieve processen

BIJLAGE 3

Timeframing brief

Betreft: Herinnering aangifte inkomstenbelasting 2016

Geachte heer/mevrouw,

Wanneer doet u aangifte? U hebt daarvoor nog maar 14 dagen de tijd. Uw aangifte moet vóór 16 juni bij ons binnen zijn.

Volgens onze gegevens moet u nog aangifte inkomstenbelasting over 2016 doen. In een eerdere brief hebben wij u gevraagd dit vóór 1 mei te doen. Tot nu toe hebben wij uw aangifte helaas nog niet ontvangen. Misschien bent u het vergeten. Of hebt u uw aangifte wel ingevuld, maar nog niet verzonden.

Doe aangifte vóór 16 juni

Als u uw aangifte alsnog wilt insturen, doe dat dan vóór 16 juni. Reageert u niet of niet op tijd op dit verzoek, dan riskeert u een boete. U kunt geen uitstel meer krijgen.

Hoe doet u alsnog aangifte?

De meeste mensen doen aangifte via belastingdienst.nl/aangifte. Daar kunt u inloggen op Mijn Belastingdienst met uw DigiD. Hebt u geen DigiD? Vraag deze dan nu aan op digid.nl. Binnen 5 dagen ontvangt u uw gegevens.

JUNI 2017

MAA	DIN	WOE	DON	VRJ	ZAT	ZON
			01	02	03	04
05	06	07	08	09	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29			

Hebt u nog vragen over de aangifte? Kijk dan op belastingdienst.nl/aangifte.

Hoogachtend,



drs. J.M. Melsen
Belastingdienst/Centrale administratieve processen

BIJLAGE 4

Servicegerichte brief

Betreft: Herinnering aangifte inkomstenbelasting 2016

Beste heer/mevrouw,

De blauwe envelop ligt misschien op de dat-moet-ik-doen-maar-stel-het-liever-uit-stapel. Wij begrijpen dat aangifte doen tijd en moeite kost. Maar tegenwoordig kost het minder tijd dan u denkt. We hebben dit jaar meer gegevens dan ooit al voor u ingevuld. Grote kans dus dat u alleen nog hoeft te controleren of alles klopt.

Doe aangifte vóór 16 juni

Volgens onze gegevens moet u nog aangifte inkomstenbelasting doen over 2016. Als u uw aangifte alsnog wilt insturen, doe dat dan vóór 16 juni. Reageert u niet of niet op tijd op dit verzoek, dan riskeert u een boete. U kunt geen uitstel meer krijgen.

Hoe doet u alsnog aangifte?

De meeste mensen doen aangifte via belastingdienst.nl/aangifte. Daar kunt u inloggen op Mijn Belastingdienst met uw DigiD. Hebt u geen DigiD? Vraag deze dan nu aan op digid.nl. Binnen 5 dagen ontvangt u uw gegevens.

Tip!

Op belastingdienst.nl/aangifte vindt u een checklist waarin staat welke gegevens u nodig hebt om aangifte te doen.

Hebt u nog vragen? Schakel dan hulp in.

Meer dan de helft van de Nederlanders heeft hulp bij het doen van de belastingaangifte. Denk aan hulp uit de directe omgeving, een financieel dienstverlener of de vak- en ouderenbonden. Ook medewerkers van de BelastingTelefoon Buitenland: +31 555 385 385 kunnen uw vragen beantwoorden.

Succes met uw aangifte!

Met vriendelijke groet,



drs. J.M. Melsen
Belastingdienst/Centrale administratieve processen

BIJLAGE 5

Stappenplan brief

Betreft: Herinnering aangifte inkomstenbelasting 2016

Geachte heer/mevrouw,

Volgens onze gegevens moet u nog aangifte inkomstenbelasting over 2016 doen. In een eerdere brief hebben wij u gevraagd dit vóór 1 mei te doen. Tot nu toe hebben wij uw aangifte helaas nog niet ontvangen. Misschien bent u het vergeten. Of hebt u uw aangifte wel ingevuld, maar nog niet verzonden.

Doe aangifte vóór 16 juni

Als u uw aangifte alsnog wilt insturen, doe dat dan vóór 16 juni. Reageert u niet of niet op tijd op dit verzoek, dan riskeert u een boete. U kunt geen uitstel meer krijgen.

Hoe kunt u aangifte doen? Volg deze stappen:

1. Ga naar belastingdienst.nl/aangifte en klik op 'Inloggen op Mijn Belastingdienst'.
2. Klik nogmaals op inloggen en kies voor 'Inloggen met DigiD'.
3. Klik op het tabblad 'Inkomstenbelasting', daarna op 'Belastingjaar 2016' en vervolgens op 'Ik wil aangifte inkomstenbelasting doen'.
4. Controleer de gegevens die wij voor u ingevuld hebben, vul waar nodig gegevens aan.
5. Bent u klaar? Onderteken uw aangifte met uw DigiD en klik op verzenden.

Hebt u geen DigiD? Vraag deze dan nu aan op digid.nl. Binnen 5 dagen ontvangt u uw gegevens.

Hebt u nog vragen? Kijk dan op belastingdienst.nl/aangifte.

Hoogachtend,



drs. J.M. Melsen
Belastingdienst/Centrale administratieve processen

BIJLAGE 6

Belonderzoek

Naast het opvragen van een extra dataset is er een kleinschalig aanvullend telefonisch onderzoek gedaan onder belastingplichtigen die de servicegerichte brief hadden ontvangen. De selectie bestond uit twee groepen:

1. 15 belastingplichtigen die helemaal niet hebben gereageerd
2. 15 belastingplichtigen die hun aangifte hebben ingediend tussen 15 en 29 juni.

Het doel was (kwalitatieve) informatie te verkrijgen over de indruk die de brief achterlaat en de reden van het uitblijven van een reactie of voor de vertraagde reactie. In totaal namen 12 belastingplichtigen de telefoon op. Gezien de geringe reacties kunnen er geen kwalitatieve analyses gedaan worden. Wel zijn er naar aanleiding van de selectie en de gesprekken enkele opvallende bevindingen, welke hieronder besproken worden.

Onder belastingplichtigen die helemaal niet hebben gereageerd op de brief viel bij het selecteren op dat er overwegend ouderen (70+) en jonge belastingplichtigen met een buitenlandse klinkende achternaam geen aangifte hadden ingediend. Van de ouderen was er veelal geen telefoonnummer bekend, deze konden daarom niet opgenomen worden in de bellijst. De overige telefoongesprekken hebben geen informatie opgeleverd over de indruk die de brief heeft achtergelaten. Dit omdat men slecht te verstaan was of ontwijkend reageerde op vragen. Belastingplichtigen die tussen 15 en 29 juni aangifte hebben ingediend gaven diverse redenen voor de vertraagde reactie. Het inschakelen van hulp werd genoemd, maar ook het niet goed lezen van de brief en het uitstellen tot na een vakantie.

Belscript

Hallo, u spreekt met Juul Schoorl van de Belastingdienst. Bel ik gelegen? We zijn een onderzoek aan doen hoe we onze diensten kunnen verbeteren. Hiervoor zijn we mensen aan het bellen om hun mening te geven over de herinneringsbrieven. Dit duurt een paar minuten, gegevens worden anoniem verwerkt, wilt u meewerken?

U heeft begin juni een herinnering ontvangen voor de aangifte inkomstenbelasting 2016, klopt dat?
Heeft u de brief gelezen?

Indien mensen de inhoud niet meer weten, de eerste zin herhalen (de blauwe envelop ligt misschien op de dat moet ik doen maar stel het liever uit stapel

Wat was uw algemene indruk van de brief? Vond u de brief duidelijk?

Hoe vond u de toon in de brief: formeel-neutraal-informeel?

De brief heeft u niet tot aangifte indienen gebracht, wat heeft u nodig om wel aangifte te gaan doen?

OF:

Ik heb gezien dat u op aangifte heeft ingediend. Dit is iets later dan de deadline, wat is de reden dat het u niet gelukt is om voor 15 juni aangifte te doen?

Zijn er nog andere zaken over de inhoud van de brief die u kwijt wilt?

Indien mensen aangeven het niet interessant te vinden of blijk geven niet op de hoogte te zijn van hun plicht: Zodra u een uitnodiging hebt gekregen in februari dan bent u verplicht aangifte te doen. Als u het niet doet krijgt u een aanmaning en kort daarop een boete van 369, dit is voor beide partijen niet wenselijk. Ik adviseer dan ook om als z.s.m. de aangifte in te dienen.

Indien vragen over de procedure: stappenplan doorlopen.

Ik ben een stagiaire en doe onderzoek, ik kan u verder niets vertellen over fiscale zaken, daarvoor wil ik u doorverwijzen naar BelTel (0800-0543)

Succes met het doen van uw aangifte en bedankt voor uw tijd!