

Handreiking voor gemeenten

Communicatie inzetten om WOZ-bezwaren te beheersen

23 september 2020



Inhoud

Samenvatting	3
1 Inleiding.....	5
1.1 Aanpak.....	6
1.2 Leeswijzer	7
2 Ingezette communicatiemiddelen	8
2.1 De aanslag	8
2.2 Overige communicatiemiddelen	10
2.3 Tekst op de website over ncnp	13
2.4 Communicatiebudget.....	14
3 Eigen ervaringen.....	15
4 Effectiviteit van de communicatie	17
4.1 Vertrouwensonderzoek WOZ.....	20
4.2 De propositie van ncnp-bureaus	21
5 Conclusies en aanbevelingen	23
6 Bijlage – Analyse.....	26

Samenvatting

Nederlandse gemeenten zien een toename in het aantal WOZ-bezwaren dat wordt ingediend door WOZ-adviesbureaus op basis van *no cure no pay* (hierna: ncnp). In 2020 is ongeveer de helft van alle WOZ-bezwaren ingediend door een ncnp-bureau. Dit kost gemeenten veel tijd en geld. Gemeenten moeten de proceskosten vergoeden als een bezwaar of beroep gegrond wordt verklaard.

Met deze handreiking willen wij gemeenten helpen en inspireren om aan de slag te gaan met de vraag:

Hoe kunnen gemeenten hun communicatie inzetten om het aantal WOZ-bezwaren en het aandeel ncnp te beheersen?

Deze handreiking is gebaseerd op een onderzoek dat wij hebben uitgevoerd. Wij hebben 45 gemeenten en belastingsamenwerkingen gevraagd welke communicatiemiddelen zij inzetten in 2020. De tabel hiernaast toont de ingezette middelen en het percentage van de 45 die het middel inzet. Ook hebben wij gevraagd naar de ervaringen met de effectiviteit van deze middelen.

Vervolgens hebben wij de ingezette communicatie naast het aantal WOZ-bezwaren en het aandeel ncnp gezet. Wij waren op zoek naar een verband tussen het aantal ingezette communicatiemiddelen en het aantal bezwaren.

¹ Wij hebben ook andere gegevens geanalyseerd om het aantal WOZ-bezwaren per gemeente te verklaren, zoals de gemiddelde WOZ-waardestijging en de stijging van het ozb-tarief. Echter, bij geen van deze gegevens zien wij een sterk verband met het aantal (ncnp-)bezwaren.

Onze veronderstelling was dat de inzet van effectieve communicatiemiddelen moet leiden tot minder (ncnp-)bezwaren.

Middel	Ingezet bij	Middel	Ingezet bij
Website	100%	Virtueel huisbezoek bij bezwaar	20%
Taxatieverslag	100%	Uitleg op achterkant aanslag	18%
Telefoon	100%	Inloopsprekuren/ bijeenkomst	16%
Online bezwaar maken	96%	Contact notoire bezwaarmakers	16%
Informele bezwaarafhandeling	89%	Filmpje	13%
Krant	73%	Sms of Whatsapp	11%
Twitter en andere sociale media	56%	Online chat	7%
Bijsluiter bij de aanslag	53%	Interview op televisie	4%
Huisbezoek bij bezwaarmakers	27%	Google Ads	2%
Voormeldingen WOZ	24%	Facebook-bericht	2%
Bericht bij grote waardeestijging	22%	Emailen met een taxateur	2%

Statistisch gezien zien wij echter geen significant verband tussen het aantal ingezette communicatiemiddelen en het aantal (ncnp-)bezwaren. Gemeenten die naar verhouding veel communicatiemiddelen inzetten, ontvangen niet minder (ncnp-)bezwaren dan gemeenten die minder communicatiemiddelen inzetten¹. Wij moeten concluderen dat de huidige communicatie van de gemeente niet leidt tot een gedragsverandering bij inwoners.

Met deze handreiking willen wij gemeenten helpen het schip te keren.

U leest ervaringen, inzichten en tips en u ziet welke communicatie uw collega's inzetten. Ook kijken wij naar de propositie van ncnp-bureaus en leren van het Vertrouwensonderzoek WOZ van de Waarderingskamer.

Deze handreiking is samen te vatten in vijf adviezen:



Communiceer doorlopend en zet meer budget in voor communicatie

Begin vroegtijdig met communicatie over de WOZ in aanloop naar de WOZ-beschikking. Zet daarnaast communicatie in om doorlopend te werken aan het vertrouwen in de WOZ. Beperk de communicatie niet tot alleen rond de aanslagoplegging maar herhaal de boodschap. De propositie van ncp-bureaus speelt in op de drijfveer van inwoners om minder belasting te betalen en op het beeld dat de gemeente er niks van kan. Met de huidige communicatie leggen gemeenten het af tegen de ncp-propositie. Gemeenten betalen in 2020 ruim € 12 miljoen proceskosten. Wat ons betreft zetten gemeenten hier meer communicatiekracht tegenover dan zij nu doen.



Zorg ervoor dat bezwaar maken supermakkelijk is

Eerst inloggen met DigiD vormt voor veel inwoners een drempel. Zoek naar mogelijkheden om DigiD als afsluiting van het bezwaarproces in te zetten. Zet een gemakkelijke link naar 'bezwaar maken' op de schriftelijke aanslag en een knop op de digitale aanslag. Eenvoudig bezwaar kunnen maken heeft een positieve invloed op het vertrouwen in de uitvoering van de WOZ. Bovendien, een aanmelding bij een ncp-bureau kost twee minuten, zonder inlog. Gemeenten kunnen daar alleen mee concurreren als zij de toegang tot bezwaar maken laagdrempeliger maken.



Investeer in telefonie

Maak capaciteit vrij om inwoners telefonisch te woord te staan. Niks gaat boven een direct en persoonlijk telefoongesprek met een WOZ-specialist. Een telefoongesprek zorgt er vaak voor dat inwoners geen bezwaar maken.



Verhoog de online zichtbaarheid van de gemeente

Ontwikkel manieren om potentiële bezwaarmakers online te bereiken. Het inschakelen van een ncp-bureau gebeurt meestal online. Op dit moment zijn gemeenten onvoldoende in beeld als mensen Googelen op 'WOZ' of 'WOZ-bezwaar'. Zet daarnaast online chat in om direct met websitebezoekers te communiceren.



Positioneer de WOZ-beschikking los van de aanslag

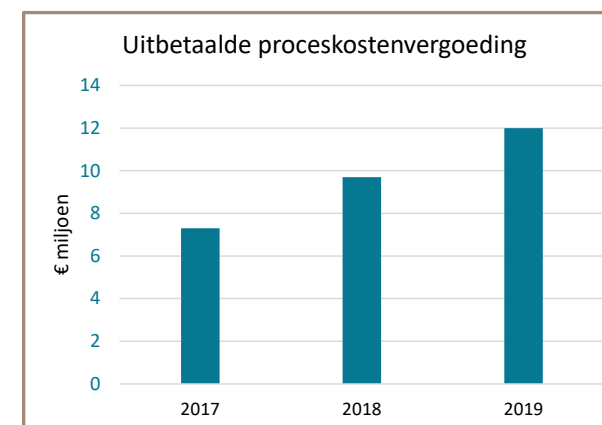
Wij menen dat de huidige vorm en inhoud van de aanslag niet helpt in het beheersen van ncp. De aanslag is het medium om inwoners te laten weten hoeveel belasting zij moeten betalen. De WOZ-beschikking staat op de aanslag en is daardoor onderdeel van een boodschap die weerstand oproept (want belasting betalen is voor weinigen een hobby). De huidige aanslag legt niet uit hoe een WOZ-waarde is berekend en werkt niet uitnodigend voor inwoners om contact op te nemen als zij de WOZ-waarde te hoog vinden. Wij adviseren gemeenten om de WOZ-beschikking meer te gebruiken als voorlichting en als uitnodiging voor contact.

1 Inleiding

Nederlandse gemeenten zien een toename in het aantal WOZ-bezwaren dat wordt ingediend door WOZ-adviesbureaus op basis van *no cure no pay* (hierna: ncnp). Het totaal aantal WOZ-bezwaren is de afgelopen jaren vrij stabiel. Met een landelijk gemiddelde van 2,3% objecten onder bezwaar, is dit aantal 'onder controle'. Maar het is zorgelijk dat het aandeel ncnp-bezwaren jaarlijks toeneemt. In 2020 is ongeveer de helft van alle WOZ-bezwaren ingediend door een ncnp-bureau.

² De effecten van de coronacrisis op de proceskostenvergoeding zijn nog niet bekend bij ons.

Dit kost gemeenten veel tijd en geld. Gemeenten moeten de proceskosten vergoeden als een bezwaar of beroep gegrond wordt verklaard. De Waarderingskamer heeft berekend dat gemeenten in 2019 € 12 miljoen aan proceskostenvergoeding uitbetaalden. In 2018 was dit € 9,7 miljoen en in 2017 was dit € 7,3 miljoen. Gezien deze trend verwachten wij dat de proceskosten in 2020 weer hoger zijn dan vorig jaar².



Natuurlijk doen gemeenten³ er alles aan om deze kosten te beheersen. De belangrijkste maatregelen die zij nemen zijn:

- Investeren in de kwaliteit van de gegevens en de WOZ-waarderingen. Als minder bezwaren gegrond zijn, dan neemt het verdienmodel van ncnp-bureaus vanzelf af.
- Gedegen voorbereiding van de procesgang. Gemeenten proberen meer

³ Waar wij in dit document spreken over 'gemeenten' bedoelen wij ook belastingsamenwerkingen.

procedures te winnen door de belanghebbende en de rechter in begrijpelijke taal uit te leggen hoe een waardering tot stand komt.

- Laagdrempelige dienstverlening. Gemeenten maken het voor inwoners zo makkelijk mogelijk om contact op te nemen of om zelf bezwaar te maken.
- De inzet van publiciteit en communicatie.

Over dit laatste punt gaat deze handreiking. De centrale vraag die wij beantwoorden is:

Hoe kunnen gemeenten hun communicatie inzetten om het aantal (ncnp-)bezwaren te beheersen?

Met deze handreiking willen wij uitvoerders helpen en inspireren om zelf met deze vraag aan de slag te gaan.

De handreiking is onderdeel van Modelmatig Waarderen Woningen⁴, een project om de WOZ toekomstbestendiger te maken. Binnen dat project worden ook pilots uitgevoerd op het gebied van gegevens, het waarderingsmodel en wet- en regelgeving.

⁴ Dit project is een uitwerking van Gemeentelijke Basisprocessen Belastingen, het sluit aan bij de beweging Samen Organiseren. De projectondersteuning wordt gefinancierd uit het Fonds Gezamenlijke Gemeentelijke Uitvoering (GGU).

1.1 Aanpak

Wij hebben een vragenlijst ontwikkeld over de ingezette communicatiemiddelen en de ervaringen die gemeenten hebben met hun communicatie. In telefoongesprekken hebben wij deze vragenlijst doorgenomen met de communicatiemedewerker of de WOZ-coördinator.

Het aantal ingezette communicatiemiddelen per gemeente hebben wij vervolgens naast het aantal WOZ-bezwaren en het aandeel ncnp-bezwaren per gemeente gezet. Op die manier onderzoeken wij of er een verband is tussen het aantal ingezette communicatiemiddelen en het aantal bezwaren. Onze veronderstelling was dat de inzet van effectieve communicatiemiddelen moet leiden tot minder (ncnp-)bezwaren.

Het onderzoek richt zich op de aanslagronde van februari 2020.

Het aantal respondenten is 45:

Gemeenten		Belastingssamenwerkingen
Aalten	Horst aan de Maas	1Stroom
Almere	Kampen	BghU
Amersfoort	Meerijstad	BSDA
Amsterdam	Noordoostpolder	BsGW
Baarn	Nunspeet	BSOB
Barneveld	Oude IJsselstreek	BSR
Borger-Odoorn	Putten	BWB
Buren	Rijssen-Holten	De Connectie
De Fryske Marren	Staphorst	De RBG
Den Haag	Steenwijkerland	GBLT
Hardenberg	Tilburg	GBTwente
Heemskerk	Urk	NBK
Heerenveen	Wageningen	SVHW
Het Hogeland	Waterland	Tribuut
Hilversum	Zevenaar	
Hof van Twente		

Wij danken alle respondenten voor hun inzet en hun openheid. In het bijzonder danken wij Ger Moonen, communicatieadviseur van BsGW, die een belangrijke bijdrage leverde aan de opzet van het onderzoek en de inhoud van deze handreiking.

1.2 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 laten wij zien welke communicatiemiddelen de gemeenten inzetten in 2020. In hoofdstuk 3 gaan wij in op de ervaringen die de respondenten hebben met deze communicatie. In hoofdstuk 4 onderzoeken wij het verband tussen de ingezette communicatiemiddelen en het aantal bezwaren. In hoofdstuk 5 staan onze conclusies en aanbevelingen. Een bijlage sluit het document af.

2 Ingezette communicatiemiddelen

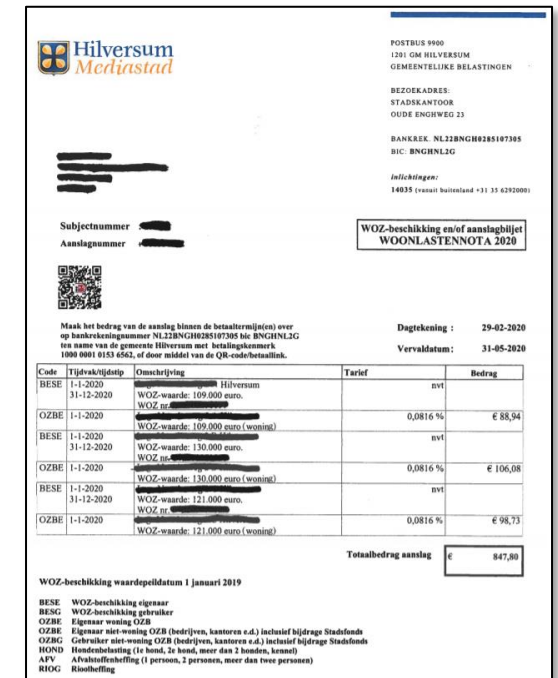
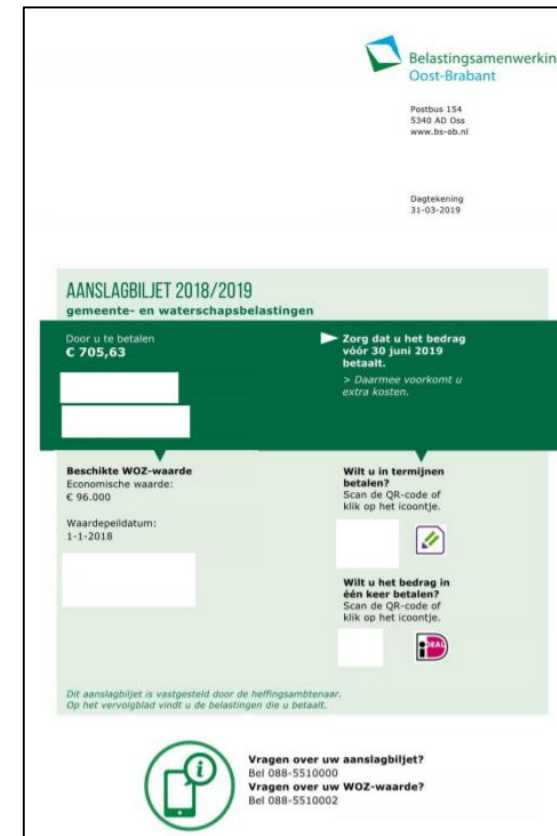
In dit hoofdstuk laten wij zien welke communicatiemiddelen de 45 onderzochte gemeenten inzetten en welk budget zij daarvoor hebben.

De tabel hieronder toont de middelen die de 45 gemeenten inzetten in 2020. Ook toont de tabel het percentage van de 45 die het middel inzet.

Middel	Ingezet bij	Middel	Ingezet bij
Website	100%	Virtueel huisbezoek bij bezwaar	20%
Taxatieverslag	100%	Uitleg op achterkant aanslag	18%
Telefoon	100%	Inloopspreekuur/ bijeenkomst	16%
Online bezwaar maken	96%	Contact notoire bezwaarmakers	16%
Informele bezwaarafhandeling	89%	Filmpje	13%
Krant	73%	Sms of Whatsapp	11%
Twitter en andere sociale media	56%	Online chat	7%
Bijsluiter bij de aanslag	53%	Interview op televisie	4%
Huisbezoek bij bezwaarmakers	27%	Google Ads	2%
Voormeldingen WOZ	24%	Facebook-bericht	2%
Bericht bij grote waarde stijging	22%	Emailen met een taxateur	2%

2.1 De aanslag

Het ontvangen van de jaarlijkse aanslag is voor de meeste inwoners de eerste en enige communicatie met de gemeente over de WOZ. Enkele voorbeelden van voorbladen staan hieronder:



GB LT Gemeente en Waterschapgebieden

Postbus 1098
8001 BB Zwolle
www.gbl.nl
@gblservice

Te betalen bedrag
€ 353,08

U hoeft niets te doen
U betaalt in delen via automatische incasso. Hieronder staat wanneer CBLT een bedrag van uw rekening afschrijft.

Kwijtschelding aanvragen of bezwaar maken

Controleer of u (een deel) niet heeft te betalen en in aanmerking komt voor kwijtschelding. Bent u het niet eens met (delen van) dit aanslagbiljet? Dan kunt u bezwaar maken. Doe dit binnen zes weken na de datum van dit aanslagbiljet.

Bezwaar maken

U betaalt in delen
CBLT schrijft op de volgende dagen het bedrag van rekeningnummer NL11000****123:

Bedrag	Datum	Bedrag	Datum
€35,31	28-9-2018	€35,31	28-8-2018
€35,31	28-4-2018	€35,31	28-9-2018
€35,31	28-5-2018	€35,31	28-10-2018
€35,31	28-6-2018	€35,31	28-11-2018
€35,31	28-7-2018	€35,31	28-12-2018

Heeft u vragen of hulp nodig?
Kijk voor meer informatie op www.gbl.nl.
Of bel 088 - 064 55 55 (maandag tot en met vrijdag van 9.00 tot 17.00 uur).

CBLT stuurt u dit aanslagbiljet voor:

BsGW Beslagingsenverrekening Cassaties en Waterschapen Limburg
www.bsgrw.nl
088 - 8424 420
Postbus 1271 | 6040 KG Roermond
Kantooradres: Nieuwvelden 1 | 6042 Z Roermond
rekeningnr. IBAN: NL 18 INGB 000120467
BIC: INGBNL3A

aanslagbiljet
Gemeentelijke belastingen
Waterschapsbelastingen

eerste vervaldatum: 31-07-2017
laatste vervaldatum: 31-09-2017

Naam: PC Woonplaats
Te betalen bedrag **C 284,18**

Betaal dit bedrag in maximaal 2 termijnen. Vermeld bij uw betaling het volgende betalingsmerk: 0000 0000 0000

aanslagnummer	jaar	dagtekening	classificatienummer	IBSN / BSZN	vervalddatum
9000000000	2017	30-06-2017	00000000	000000000	31-07-31-08

Gemeentelijke belastingen Heerlen

soort belasting	betreft	tj/vak/tjdelst	heffingsmaatstaf	tarief	bedrag
afvalstoffenheffing	Voorbeeldstraat 89 , 6411 AA Heerlen	01-05 t/m 31-12-2017	Tweepersoons- huishouden	€ 180,64	€ 120,56
rioolheffing gebruiker	Voorbeeldstraat 89 6411 AA Heerlen	01-05 t/m 31-12-2017	1m3 t/m 200m3		€ 69,46

Waterschapsbelastingen Waterschap Limburg

soort belasting	betreft	tj/vak/tjdelst	heffingsmaatstaf	tarief	bedrag
zuiveringsheffing woning	Voorbeeldstraat 89 6411 AA Heerlen	01-05 t/m 31-12-2017	Meerpersoons- huishouden	€ 47,08	€ 94,16

gemeente HORST A/D MAAS
Aanslagbiljet gemeentelijke belastingen

Kopie aanslagbiljet

Belastingjaar	2020	Waardepeildatum WOZ	01-01-2019
Aanslagnummer	2020000000000000	Toestandsdatum-WOZ	01-01-2020
Dagtekening	28-02-2020	Eerste vervaldag	31-03-2020
		Laatste vervaldag	30-04-2020

Heffing	Tj/vak / Tjdelst	Omschrijving	Bedrag van de aanslag
WOZ-beschikking	01-01-2020 t/m 01-01-2021	Mxxxxxxxxxxxxxxx 01 WOZ-waarde: € 334.000	
OZB eigenaar woning	01-01-2020	Mxxxxxxxxxxxxxxx 01 OZB-waarde: € 334.000	€ 495,32
Rioolheffing	01-01-2020	Mxxxxxxxxxxxxxxx 01	€ 217,00
Totaalbedrag aanslag			€ 712,32

Let op: u neemt geen deel aan de automatische incasso. U verzinkt u het aanslagbedrag o.v.v. enkel het aanslagnummer 2020000000000000 over te maken op IBAN NL48RAB0123601150 ten name van Gemeente Horst aan de Maas.

Voor meer informatie: zie achterzijde van dit biljet.

Postbus 8005 | 5963 AA Horst | T 077 - 477 87 77 | Bankrekening: NL36 0155 050205027302190 | www.horstaandemaas.nl
Bazookade | F 077 - 477 87 50 | IBAN NL48RAB0123601150 | Gemeente Horst aan de Maas
Wijkstratzen 6, Horst | BIC RABONL2U | IBAN NL83929966801

Den Haag
Aanslagbiljet gemeentelijke belastingen (woonlasten)

T N M B R B N N B S - N R O P Z N

nr.	soort	jaar	tarief	omschrijving	waarde	bedrag
1	WOZ	2019	879471	A.DOGGELIED 12 Heggenlaan: 01-01-2019	1.100,000	
2	OZB	01-01-2019	W 0,0641 %	A.DOGGELIED 12	1.100,000	185,10
3	RIOOL	01-01-2019	144,19	A.DOGGELIED 12		144,10

Totaal te betalen € 739,20

Vanaf dit jaar ontvangt u geen reactieformulier meer om een bezwaarschrift in te dienen of een formulier voor kwijtschelding aan te vragen. Hierof wilt u kunt doen, leed u op de achterkant van dit aanslagbiljet. Hier vindt u ook meer informatie over bezwaarschijpboden en kwijtschelding.

Betalen
Het bedrag van € 739,20 dient u binnen de gestelde termijn(jen) te voldoen.
IBAN : NL 12 BNGH 0285 1336 76
Ten name van : Gemeentelijke Belastingen
Verniedt bij de betaling het betalingsmerk, anders kan uw bedrag niet worden vereenvoudigd. 1089 9819 0106 3486
Betalen vanuit het buitenland kan met een internationale overschrijving. De BIC code is: BNGHNL2G.
U kunt de gemeente meedelen om het bedrag in 12 maandelijkse termijnen van uw rekening af te laten schrijven. U betaalt dan elke maand een vast bedrag en hoeft daarbij geen rente te betalen.
Betalen met IDEAL? De naam MyDirect, de persoonlijke online omgeving van de gemeente Den Haag. U logt in met uw DigD en kunt meteen veilig uw zaken regelen.

gemeente **Wageningen**
Publieke Dienstverlening
Team Belastingen
Postbus 1
6700 AA Wageningen
Telefoon: 0317-892811
9:00-17:00 (behalve op zaterdag)
E-mail: belastingen@wageningen.nl
Internet: www.wageningen.nl
IBAN: NL88BNGH0285040448
BIC: BNGHNL2G

AANSLAG GEMEENTELIJKE HEFFINGEN 2020

Periode/datum	Aanslagbedrag
01-01-2020 t/m 31-12-2020	514,00
01-01-2020 t/m 31-12-2020	514,00
Totaalbedrag van de aanslag	€ 514,00

Vervaldatum	Bedrag	Onder vermelding van
1e termijn 31-07-2020	€ 257,00	100527524
2e termijn 30-09-2020	€ 257,00	100527524

Wil u in 1 termijn betalen? Scan QR code

Postbus 42, 7080 AA Gendingen
Bezoekadres: Staringsstraat 25, 7081 BN Gendingen
T (0315) 292 292 | Bank: NL45 BNGH 0285 1142 63
F (0315) 292 293
E belastingen@oude-ijsselstreek.nl

gemeente Oude IJsselstreek

debiteurnummer : 633500002
aanslagnummer : 779146
belastingjaar : 2020
dagtekening : 13-feb-2020

waardep. datum : 01-jan-2019
tjdvak van : 01-jan-2020
tot : 01-jan-2021

AANSLAGBIJLET GEMEENTELIJKE BELASTINGEN

soort/beschknr.	tar. code	omschrijving/lokatieaanduiding/objectnummer	vastgestelde waarde/factor	bedrag
BESCH 202016336	2	Bringingborg 12 150900010800	178.000	0,00
Afvalst.heff.	2	Bringingborg 12 150900010800		183,60
Rioolheffing	1	Bringingborg 12 150900010800		231,00
Totaal bedrag aanslag				414,60

Voor nadere informatie: zie achterzijde

Incasso data:
1e termijn 31-mar-2020
2e termijn 30-apr-2020
3e termijn 29-mei-2020
4e termijn 30-jun-2020
5e termijn 31-jul-2020
6e termijn 31-aug-2020
7e termijn 30-sep-2020
8e termijn 30-okt-2020
Let op: niet betalen l.v.m. automatische incasso wordt het bedrag automatisch van uw rekening afgeschreven!

Bij alle aanslagen zien wij dat gemeenten de WOZ-beschikking combineren met de aanslag ozb. Op één pagina melden gemeenten zowel de WOZ-waarde als het bedrag aan ozb dat betaald moet worden.

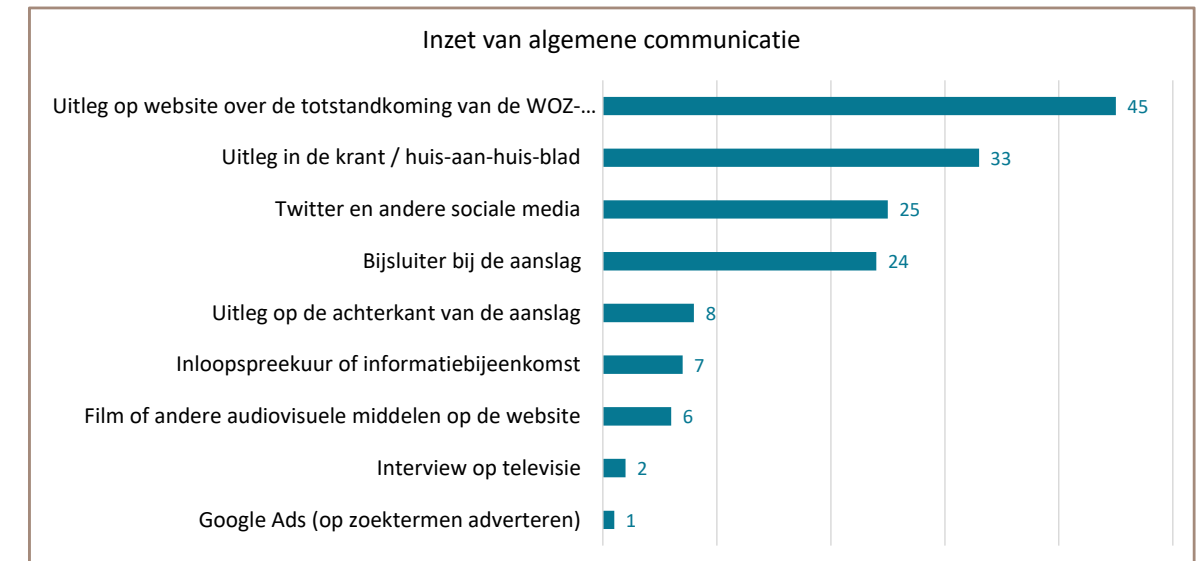
Kijkend naar de layout van de voorbladen die wij hebben ontvangen, valt ons op dat het overgrote deel van de ruimte op de pagina wordt ingenomen door het gemeentelogo, de geadresseerde en de aanslaggegevens. Er wordt nauwelijks ruimte genomen voor een uitleg over de WOZ⁵ of de ontwikkeling van de WOZ-waarde sinds vorig jaar. Ook zien wij dat op het voorblad weinig ruimte wordt genomen om inwoners uit te nodigen om contact op te nemen met de gemeente⁶. De aanslag is precies wat de titel aangeeft: een AANSLAGBILJET.

2.2 Overige communicatiemiddelen

Wij hebben de respondenten gevraagd welke communicatiemiddelen hun organisatie heeft ingezet. Daarbij maakten wij een onderscheid tussen algemene communicatie en individuele communicatie. Met algemene communicatie bedoelen wij de kanalen die aan alle belastingbetalers zijn gericht, zoals de website. Met individuele communicatie bedoelen wij de communicatie die een-op-een plaatsvindt tussen een medewerker van de gemeente en een inwoner (overigens, in dit deel van het onderzoek hebben wij niet gekeken naar de inhoud of naar de kwaliteit van de communicatie).

⁵ Op de achterkant van de aanslag of in een bijsluiter staat meestal wel een algemene uitleg over de totstandkoming van de WOZ-waarde.

De ingezette algemene communicatiemiddelen zijn:



Een toelichting bij een aantal van deze middelen:

- Het gebruik van Twitter houdt doorgaans in dat de gemeente met een tweet aankondigt dat de jaarlijkse belastingaanslag eraan komt.
- Eén organisatie, BsGW, heeft via Google Ads geadverteerd op bepaalde zoektermen. Dit doen ncnp-bureaus veelvuldig. Als iemand in Google zoekt op “WOZ” of “WOZ bezwaar” dan toont Google boven de zoekresultaten advertenties van ncnp-bureaus. De gemeente of

⁶ De aanslag van BSOB is een uitzondering.

belastingsamenwerking is op dat moment niet prominent in beeld. BsGW heeft via Google Ads € 10.000 geïnvesteerd om ook bovenaan te staan bij de zoekresultaten.

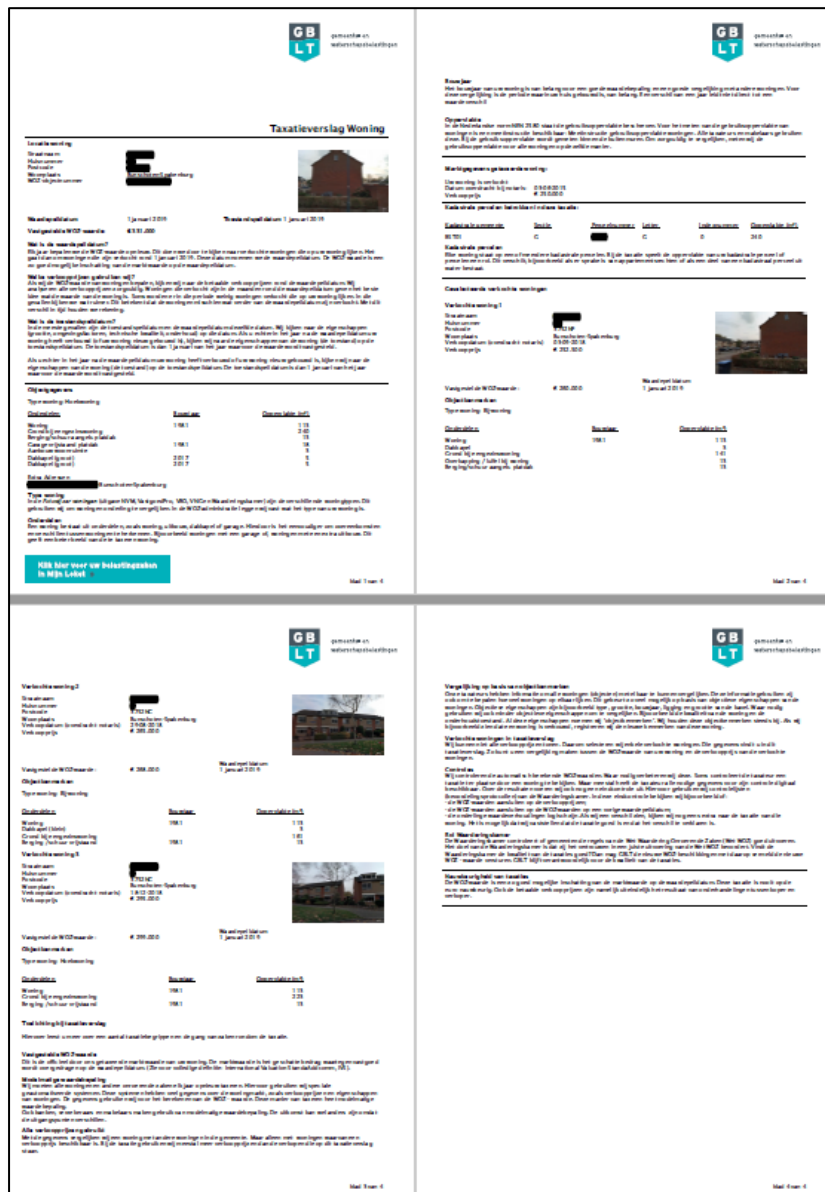
Hieronder staan voorbeelden van een bijsluiters (gemeente Nunspeet) en van uitleg op de achterkant van de aanslag (BSOB):

De ingezette individuele communicatiemiddelen zijn:



Een toelichting bij een aantal van deze middelen:

- Wat ons opvalt is dat alle taxatieverslagen dezelfde inhoud en indeling hebben, conform de uitvoeringsregeling instructie waardebepaling Wet WOZ Bijlage 4. Doorgaans heeft het taxatieverslag vier pagina's, zoals hieronder:



- Om online bezwaar te maken, moeten inwoners doorgaans inloggen met hun DigiD gebruikersnaam en paswoord⁷. 7 van de 43 organisaties stellen inwoners in staat om via de website bezwaar te maken zonder inlog.
- Informele bezwaarafhandeling houdt in dat inwoners de gemeente bellen en dat een WOZ-medewerker beziet of een bezwaar kan worden voorkomen. Dit doet de medewerker meestal door uit te leggen dat de waarde goed is of door gegevens aan te passen zodat de waarde afneemt. 13 van de 40 organisaties zetten informele bezwaarafhandeling ook in nadat een formele bezwaar al is ontvangen⁸. Dan belt een WOZ-medewerker de bezwaarmaker op, luistert naar de grieven en past de WOZ-waarde zo nodig aan. Het doel is om de inwoner het formele bezwaar te doen intrekken.
- Voormeldingen WOZ houdt in dat de gemeente meerdere weken vóór de aanslag laat weten wat de WOZ-waarde gaat worden. De inwoner kan de gegevens controleren en corrigeren. Van de 11 gemeenten die dit doen, sturen 5 gemeenten een algemene aankondiging (bijvoorbeeld in de krant) en 6 gemeenten sturen een individuele aankondiging (bijvoorbeeld een brief met een unieke inlogcode waarmee de inwoner direct bij zijn eigen woning uitkomt).
- De coronacrisis noodzaakte gemeenten om creatief te zijn met huisbezoeken. Zij zetten het virtuele huisbezoek in. De gemeente gebruikt dan een speciaal ontwikkelde app om virtueel op bezoek te gaan.

⁷ Conform de eisen van de Awb.

⁸ Deze mogelijkheid hebben gemeenten niet bij ncpn-bezwaren, omdat direct contact met de belanghebbende dan niet is toegestaan.

Daarnaast zetten gemeenten sms en Whatsapp in om inwoners foto's van de woning naar de gemeente te laten sturen.

2.3 Tekst op de website over ncnp

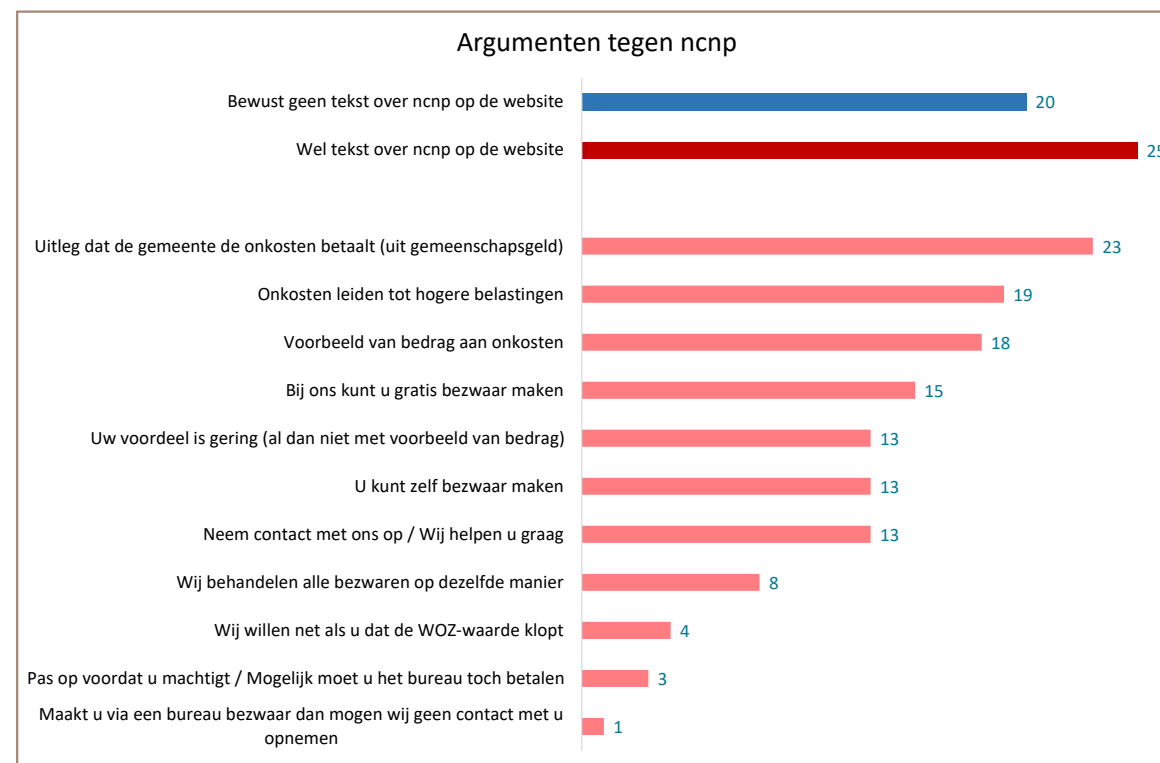
Wij hebben apart gekeken naar de teksten die gemeenten op hun website hebben gezet om inwoners te bewegen om geen ncnp-bureau in te schakelen om bezwaar te maken.

Gemeenten worstelen met een groeiend aantal ncnp-bezwaren. Bij belastingmedewerkers leeft bovendien het gevoel dat sommige ncnp-bureaus moedwillig misbruik maken van de regels omtrent proceskostenvergoeding. Wij begrijpen daarom dat gemeenten proberen hun communicatie in te zetten om het aantal ncnp-bezwaren te beheersen.

De vraag die gemeenten zichzelf dan stellen is of zij hun inwoners actief moeten afraden om een ncnp-bureau in te schakelen. Wij zien verschillende aanpakken bij de 45 organisaties. 20 organisaties hebben ervoor gekozen om op hun website niks te schrijven over ncnp. Dit deden zij om het onderwerp geen onnodige aandacht te geven en omdat zij zich nadrukkelijk willen richten op hun eigen kracht. 25 organisaties hebben op hun website juist wel geschreven over ncnp.

Wij hebben geturfd welke argumenten deze 25 organisaties gebruiken om inwoners af te raden om een ncnp-bureau in te schakelen.

Onderstaande grafiek toont de gebruikte argumenten.



Bijna alle teksten geven een uitleg hoe ncnp werkt. De boodschap is dat de gemeente veel gemeenschapsgeld kwijt is aan ncnp-bureaus. 18 van de 25 teksten geeft een voorbeeld van de betaalde onkosten, meestal rond de € 800 per gegrond bezwaar. Als inwoners maar wisten dat de gemeente veel moet betalen, dan zouden zij minder snel een ncnp-bureau inschakelen, zo is de redenatie. 13 organisaties voegen daaraan toe dat het voordeel voor de individuele belastingbetaler gering is, ongeveer € 10 per jaar.

19 van de 25 organisaties leggen een verband tussen de betaalde onkosten en een verhoging van de belastingen. De boodschap is dat ncnp niet echt

gratis is omdat de hele gemeenschap meer ozb moet betalen. De boodschap is: “als u een ncnp-bureau inschakelt dan betaalt u volgend jaar meer belasting.” Geen van de gemeenten geeft aan *hoeveel* de belasting zou stijgen als gevolg van ncnp.

In Hoofdstuk 4 onderzoeken wij of deze teksten hebben geleid tot minder ncnp-bezwaren. *Spoiler alert*, het antwoord is nee.

2.4 Communicatiebudget

Wij hebben de respondenten gevraagd of zij een specifiek of afgebakend budget hebben voor de communicatie over de WOZ. Dat is niet het geval. Nagenoeg alle respondenten geven aan dat hun organisatie geen apart budget heeft voor communicatie. De gemaakte kosten vallen binnen het algemene budget of het budget voor dienstverlening.

3 Eigen ervaringen

Wij hebben de respondenten gevraagd naar de ervaringen met de verschillende communicatiemiddelen. Met welke communicatie werden veel inwoners bereikt en met welke weinig inwoners? Hoe reageerden inwoners op de communicatie van de gemeente?

De respondenten konden deze vragen niet met zekerheid beantwoorden. Geen van de organisaties doet structureel onderzoek naar de effectiviteit van hun communicatie. De respondenten konden echter wel een inschatting maken van de effectiviteit. Onderstaande tabel vat de ervaringen samen. Onder de tabel een toelichting.

Effectief	Gemengd beeld	Ineffectief	Onbekend
Telefonie	Online bezwaar maken	Informatiebijeenkomst / inloopspreekuur	Uitleg op website
Informeel bezwaarafhandeling	Voormeldingen WOZ	Sms en Whatsapp	Taxatieverslag
(Virtueel) huisbezoek	Bijsluiter of uitleg op de achterkant van de aanslag		Krant
Interview op televisie	Brief aan inwoners wiens WOZ-waarde sterk was gestegen		
Emailen met een taxateur			

Effectief

Telefonie is het belangrijkste individuele kanaal. Alle respondenten geven aan dat persoonlijk contact met inwoners het beste werkt. Zij vertellen dat niks gaat boven direct contact met een medewerker met kennis van zaken. Volgens de respondenten voorkomt persoonlijk contact veel bezwaren. Inwoners willen gehoord worden en zij willen een uitleg horen over hoe de gemeente hun woning heeft gewaardeerd.

Daarnaast hebben respondenten goede ervaringen met virtuele huisbezoeken.

Twee organisaties hebben een televisie-interview gegeven. Zij geven aan hier tevreden over te zijn omdat zij goed hebben kunnen uitleggen over de WOZ en over de werking van ncpn.

Eén organisatie, de gemeente Wageningen, heeft een apart emailadres gemaakt waar inwoners een vraag kunnen stellen aan een taxateur. Wageningen is hier tevreden over omdat het honderden reacties opleverde.

Gemengd beeld

Respondenten zijn gemengd over het online bezwaar maken. Sommige geven aan dat het moeten inloggen met DigiD voor veel inwoners een te hoge drempel is. Anderen hebben goede ervaringen met dit communicatiemiddel.

De ervaringen zijn ook gemengd met Voormeldingen WOZ. Sommige organisaties zijn tevreden omdat zij met de Voormeldingen WOZ veel bezwaren afvangen en veel goede objectgegevens inwinnen. Een aantal organisaties, zoals De RBG, wil de Voormeldingen WOZ permanent beschikbaar stellen. Andere organisaties zien weinig meerwaarde in de Voormeldingen WOZ. Bijvoorbeeld de gemeente Almere, die Voormeldingen WOZ deed met een algemene aankondiging, geeft aan hooguit honderd reacties te hebben ontvangen.

Gemengde ervaringen zijn er ook met het versturen van een brief aan inwoners waarbij de WOZ-waarde sterk⁹ was gestegen. 10 van de 45 organisaties deden dit. Sommige respondenten zijn tevreden omdat op deze manier veel potentiële bezwaren werden voorkomen. Anderen zijn niet

tevreden omdat maar weinig mensen reageerden of omdat veel inwoners toch bezwaar maakten.

Tenslotte zijn de meningen over een bijsluiter ook verdeeld. Sommige respondenten vertellen dat deze goed gelezen worden. Andere vertellen het tegenovergestelde.

Ineffectief

Nagenoeg alle organisaties die een inloopspreekuur of informatiebijeenkomst hielden, geven aan dat de opkomst erg laag was. Ook de ervaringen met sms en Whatsapp vielen tegen. Respondenten geven aan dat de WOZ complex is en dat sms en Whatsapp daarom ongeschikt zijn.

Onbekend

Respondenten hebben geen beeld van de effectiviteit van de uitleg op de website en de krant. De algemene indruk is dat inwoners deze uitleg nauwelijks lezen. De respondenten kunnen deze indruk echter niet staven omdat hun organisatie dit niet onderzoekt. De effectiviteit van het taxatieverslag is ook meestal onbekend bij de respondenten.

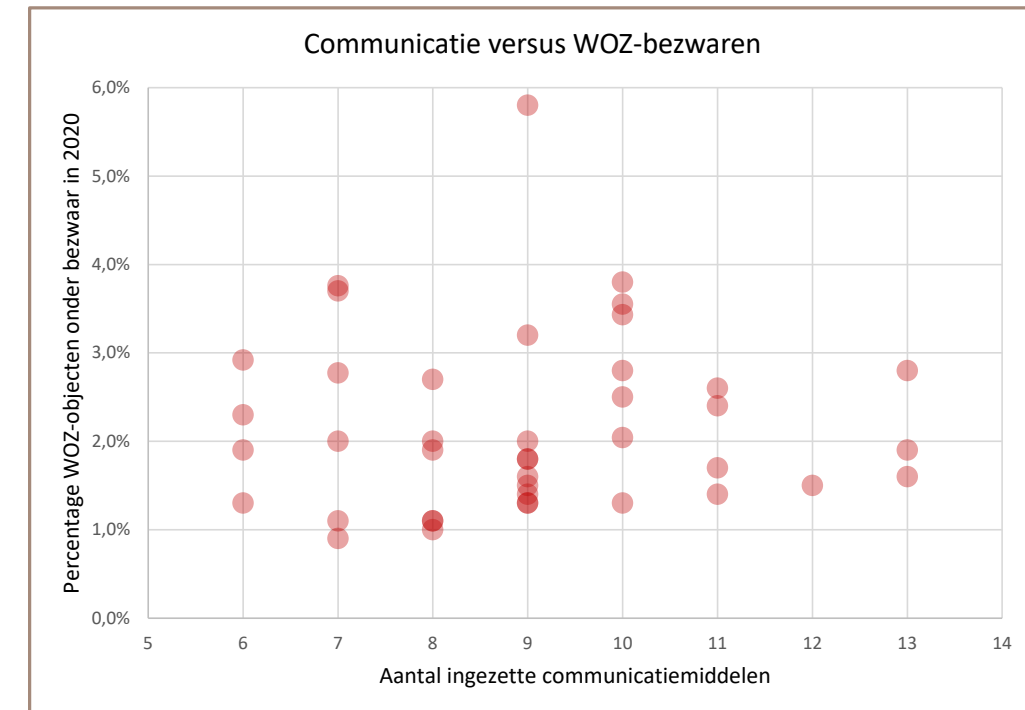
⁹ Doorgaans een stijging van 15% of meer.

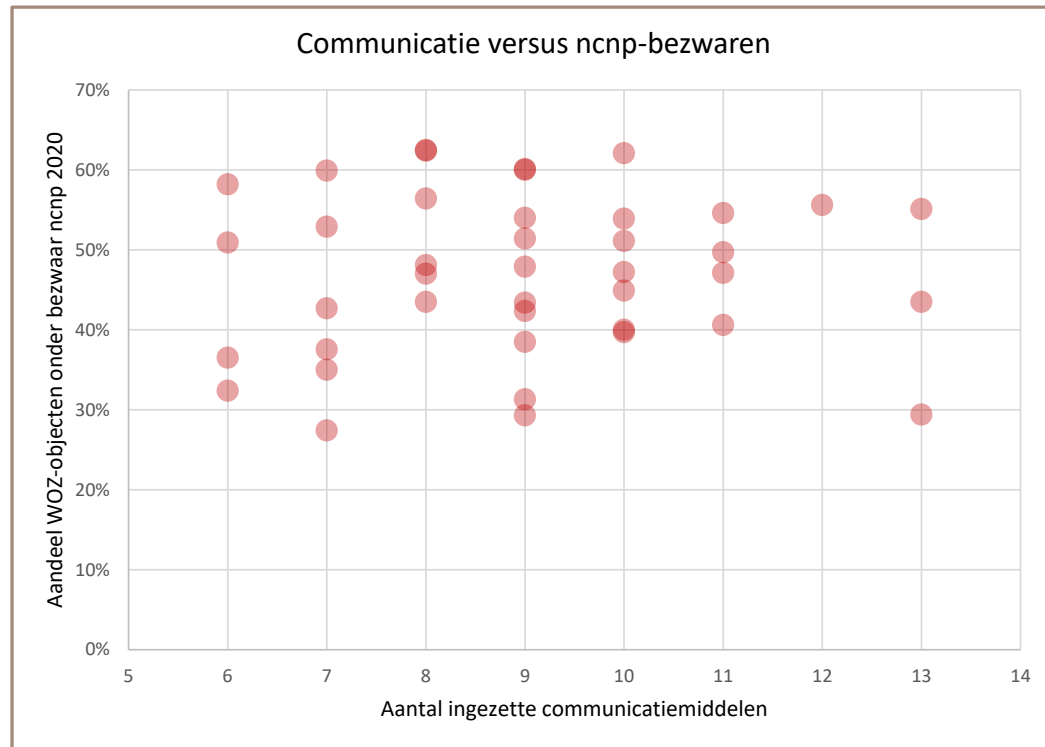
4 Effectiviteit van de communicatie

Wij hebben onderzocht of er een verband is tussen het aantal ingezette communicatiemiddelen en het aantal (ncnp-)bezwaren. Van de Waarderingskamer ontvingen wij gegevens over het aantal WOZ-bezwaren (woningen en niet-woningen) en het aandeel ncnp per organisatie. Onze veronderstelling was dat de inzet van effectieve communicatiemiddelen moet zorgen voor een verlaging van het aantal (ncnp-)bezwaren. Immers, de communicatie is erop gericht om de werking van de WOZ uit te leggen en om inwoners uit te nodigen om contact op te nemen met de gemeente als zij vragen hebben of als zij de WOZ-waarde te hoog vinden.

Uit de cijfers spreekt geen duidelijk verband. Statistisch gezien is er geen significante correlatie tussen de inzet van communicatiemiddelen en het aantal (ncnp-)bezwaren.

Deze constatering illustreren wij met twee grafieken. In deze grafieken is elke stip een gemeente of belastingsamenwerking. Op de horizontale as staat het aantal ingezette communicatiemiddelen. Op de verticale as staat het bezwaarpercentage (eerste grafiek) en het aandeel ncnp-bezwaren (tweede grafiek). De puntenwolken tonen geen duidelijke trend. De inzet van meer communicatiemiddelen leidt blijkbaar niet tot meer of minder (ncnp-)bezwaren. Als dat wel het geval was geweest, dan hadden de punten meer op een schuine lijn moeten liggen.





Wij hebben ook puntenwolken bekeken van andere kenmerken van de communicatie. Geen van de puntenwolken liggen op een lijn. Wij concluderen daarom dat er geen duidelijk (lineair) verband is tussen communicatie en het aantal (ncnp-)bezwaren. Dit geldt voor de volgende kenmerken van de communicatie (in de bijlage staat de cijfermatige analyse):

- Het aantal ingezette algemene communicatiemiddelen
- Het aantal ingezette individuele communicatiemiddelen
- Het wel of niet inzetten van informele bezwaarafhandeling
- Het wel of niet inzetten van Voormeldingen WOZ

- Het wel of niet mogelijk maken om online bezwaar te maken
- Het wel of niet publiceren van tekst op de website over ncnp (en bij de organisaties die dat deden, het aantal gebruikte argumenten)
- Het aantal weken vóór de aanslagoplegging dat gemeenten begonnen met actieve voorlichting over de WOZ

Verklaren andere variabelen het aantal bezwaren?

Toen wij geen verband zagen tussen het aantal ingezette communicatiemiddelen en het aantal (ncnp-)bezwaren, hebben wij beredeneerd of er misschien andere omstandigheden zijn die het aantal bezwaren per gemeente beïnvloeden. Wij kwamen hierop omdat enkele respondenten vertelden dat een stijging van de WOZ-waarde ook kan leiden tot meer bezwaren.

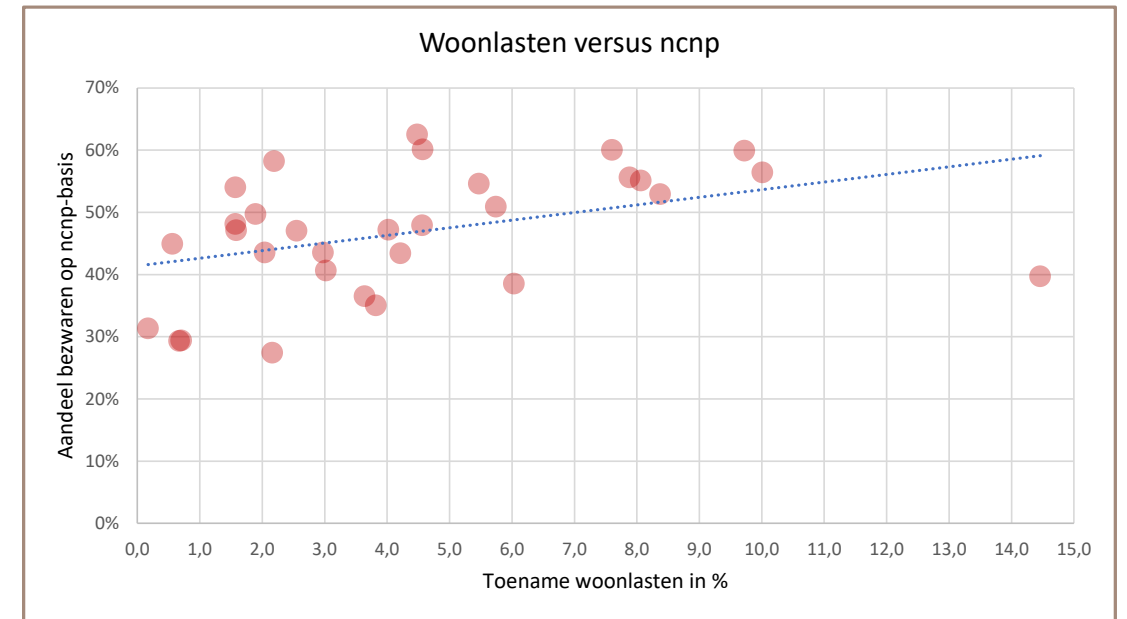
Wij hebben de volgende gegevens verzameld:

- **Stedelijkheid**, oftewel het percentage inwoners in stedelijk gebied. Gemeenten zoals Den Haag en Amsterdam hebben een hoog percentage, gemeenten zoals Borger-Odoorn en Oude IJsselstreek hebben een laag percentage. Wij wilden weten of er een verschil is tussen stedelijke gemeenten en plattelandsgemeenten.
- **Inkomen**, gemeten naar het gemiddeld gestandaardiseerd inkomen van particuliere huishoudens exclusief studenten. Wij waren nieuwsgierig of het gemiddelde inkomen, en daarmee het gemiddelde opleidingsniveau, een invloed heeft op het aantal bezwaren.

- **WOZ-waardestijging**, gemeten als de gemiddelde ontwikkeling van WOZ-waarden in 2020 ten opzichte van 2019. Onze verwachting was dat inwoners gemiddeld meer bezwaar maken als WOZ-waarden sterk stijgen.
- **Woonlasten**, oftewel de mutatie van de totale woonlasten van meerpersoonshuishoudens (in procenten) in 2020. Onze verwachting was dat inwoners gemiddeld meer bezwaar maken tegen de WOZ-waarde als het totaalbedrag van de gemeentelijke aanslag sterk toeneemt.
- **Ozb-tarief**, oftewel de mutatie van de gemiddeld betaalde ozb woningen (in procenten) in 2020. Ook hier was onze verwachting dat inwoners gemiddeld eerder bezwaar maken tegen de WOZ-waarde als de ozb sterk toeneemt.

Op basis van onze analyse (die is toegelicht in de bijlage) concluderen wij dat geen van deze gegevens een sterke invloed lijken te hebben op het aantal bezwaren en op het aandeel ncp.

De enige uitzondering is de stijging van de woonlasten en het aandeel ncp-bezwaren. Onderstaande grafiek toont dit verband. De blauwe stippellijn is de trendlijn. Deze grafiek suggereert dat mensen eerder geneigd zijn een ncp-bureau bezwaar te laten maken als hun woonlasten naar verhouding sterk stijgen. De correlatie is echter niet sterk, want de punten liggen maar nauwelijks op een lijn. Wij zijn daarom voorzichtig om te concluderen dat een stijging van de woonlasten leidt tot meer ncp-bezwaren.



Kortom, wij zien geen lineair verband tussen het aantal ingezette communicatiemiddelen van de gemeente en het aantal (ncp-)bezwaren. Ook kunnen wij het aantal WOZ-bezwaren per gemeenten niet duiden met andere gegevens. Echter, mogelijk gaat het minder over communicatie, maar meer over *vertrouwen*. Het al dan niet openstaan voor de communicatie van de gemeente, het al dan niet bezwaar maken tegen de WOZ-waarde en het al dan niet inschakelen van een ncp-bureau, hangt mogelijk meer af van het vertrouwen dat inwoners hebben in de gemeente en minder van de communicatiemiddelen die de gemeente inzet. Wat weten wij over het vertrouwen in de WOZ?

4.1 Vertrouwensonderzoek WOZ

Wij maken een uitstap naar het Vertrouwensonderzoek WOZ dat de Waarderingskamer liet uitvoeren in 2020¹⁰. Onderstaande tekst is overgenomen uit het onderzoeksrapport van 2020:



Conclusie is dat Nederlanders ten opzichte van 2017 meer vertrouwen hebben in de uitvoering van de Wet WOZ. Hiermee is de trend die in 2014 begon, verder doorgezet. Er is echter ruimte voor verbetering in het vertrouwen, door:

- 1. Meer bekendheid te creëren over de Waarderingskamer als onafhankelijk toezichthouder, [...]*
- 2. meer richtbaarheid te geven aan de consequenties voor gemeenten bij tekortkomingen in de uitvoering van de Wet WOZ,*
- 3. te laten zien hoe gemeenten de belastingen gebaseerd op de WOZ-waarden besteden.*

[Over dit laatste punt.] Een derde van de Nederlanders vindt de OZB een onzinbelasting. Opvallend is echter dat drie op de tien niet weten hoe de gemeente de OZB besteedt. Door hier transparant over te zijn en meer inzicht te bieden in een zinvolle besteding van de OZB kan het vertrouwen in de uitvoering van de Wet WOZ verhoogd worden.

Nederlanders hebben over het algemeen weinig vertrouwen in de deskundigheid, betrouwbaarheid en integriteit van de landelijke overheid en de gemeente. Een sterker vertrouwen in een deskundige, betrouwbare en integere overheid hangt samen met meer vertrouwen in de uitvoering van de Wet WOZ. Slechts één op de tien Nederlanders heeft echter het gevoel dat de gemeente hetzelfde doel nastreeft als haar burgers, en een kwart gelooft niet dat de OZB door de gemeente goed besteed wordt. Slechts een klein deel van de Nederlanders (10-16%) heeft wel vertrouwen in een deskundige, betrouwbare en integere overheid.

Eén op de drie Nederlanders vond de WOZ-waarde hoger dan verwacht, en overwoog hierover bezwaar te maken. De derde pijler, het idee dat de WOZ-waarde te hoog is, heeft een negatief effect op het vertrouwen in de uitvoering van de Wet WOZ. Eén op de drie vindt dat hun WOZ-waarde die in

¹⁰ Bron: <https://www.waarderingskamer.nl>

maart 2020 is vastgesteld (waardepeildatum 1 januari 2019) te hoog is en overweegt hiertegen bezwaar te maken.

Vier op de tien Nederlanders weten niet goed hoe moeilijk of makkelijk het is om bezwaar in te dienen tegen de WOZ-waarde. De laatste pijler, de overtuiging dat bezwaar maken tegen de WOZ niet eenvoudig is, is eveneens van negatieve invloed op het vertrouwen.

Dit Vertrouwensonderzoek WOZ concludeert dat gemeenten vier dingen kunnen doen om het vertrouwen in de uitvoering van de WOZ te verhogen:

- Laat inwoners weten dat een onafhankelijke organisatie toezicht houdt op de uitvoering van de WOZ en vertel dat de gemeente alleen toestemming krijgt om ozb-aanslagen te versturen als de uitvoering van de WOZ op orde is.
- Maak inzichtelijk hoe de gemeente de ozb-inkomsten besteedt.
- Vertel inwoners dat de gemeente de WOZ uitvoert om belastingen eerlijk te verdelen.
- Maak het zo eenvoudig mogelijk om bezwaar te maken tegen de WOZ-waarde.

Een opmerking over deze laatste aanbeveling. Een aantal respondenten vertelde ons dat sommige medewerkers in de organisatie vinden dat bezwaar maken vooral niet te eenvoudig moet zijn. Want eenvoudig bezwaar kunnen maken, zou inwoners juist uitlokken om bezwaar te maken en daardoor zou het aantal bezwaren te veel toenemen. De vinding van het Vertrouwensonderzoek WOZ staat hier haaks op: de overtuiging dat bezwaar maken tegen de WOZ niet eenvoudig is, heeft een negatieve invloed op het

vertrouwen. Met andere woorden, eenvoudig bezwaar kunnen maken, versterkt het vertrouwen in de uitvoering.

4.2 De propositie van ncnp-bureaus

Wat natuurlijk ook meespeelt is de aantrekkingskracht van ncnp-bureaus. Hun propositie is:

- ✓ de gemeente doet maar wat
- ✓ wij helpen u snel en gratis
- ✓ baat het niet dan schaadt het niet
- ✓ wij winnen bijna altijd
- ✓ U betaalt minder belasting

Bezwaarmaken.nl en vastelastenbond.nl verwoorden deze propositie als volgt:



Verlaag gratis uw WOZ-Waarde

Al 84.084 particulieren en bedrijven gingen u voor.

Gemiddelde besparing €272

Maak nu bezwaar >

Klaar in 2 minuten, Gratis!

Waarom klopt de WOZ-waarde vaak niet?

Gemeenten maken op basis van rekenmodellen inschattingen van de WOZ-waarde. Het is niet mogelijk om elke woning elk jaar afzonderlijk te taxeren). Sommige gemeente voeren deskundig taxaties uit, andere zitten met de handen in het haar.

Veel gemeenten bezuinigen al jaren flink op de uitvoering van de wet WOZ en de WOZ-beschikkingen. De gebruikte databases zijn vaak niet up-to-date. Daarnaast wordt de WOZ-waarde gebaseerd op de waarde van 'vergelijkbare' woningen in jouw omgeving. Daar refereren ze ook naar op het aanslagbiljet. Hier ligt voor vele huiseigenaren een pijnpunt, want wanneer is een woning vergelijkbaar? Als het referentiepad net een fikse verbouwing heeft gehad, scheelt dat aanzienlijk in de waarde. Hierdoor schat de gemeente jouw woningwaarde te hoog in en dat resulteert in hoge belastingen.

De propositie van ncnp-bureaus speelt in op de drijfveer van inwoners om minder belasting te betalen. Daarnaast speelt het waarschijnlijk in op het wijdverbreide misverstand dat gemeenten gebaat zijn bij een zo hoog mogelijke WOZ-waarde, omdat hoge waarden zorgen voor meer belastinginkomsten. Tenslotte, wij vermoeden dat de werving van de diverse ncnp-bureaus elkaar versterkt. De boodschap is identiek, en zo bevestigen de bureaus de overtuiging dat er wel iets mis MOET zijn met de WOZ-waarde en dat bezwaar maken alleen zin heeft als dat via een bureau loopt.

Wij moeten concluderen dat gemeenten het met hun huidige communicatie afleggen tegen ncnp-bureaus.

5 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk trekken wij conclusies en doen wij aanbevelingen op basis van de conclusies.

Onze conclusies

- Statistisch gezien is er geen significant verband tussen het aantal inzette communicatiemiddelen en het aantal (ncnp-)bezwaren. De huidige inzet van communicatiemiddelen door gemeenten is blijkbaar ineffectief in het beheersen van het aantal (ncnp-)bezwaren. Met andere woorden, de boodschap komt nu niet over.
- Ruim de helft van de organisaties die wij spraken, heeft op de eigen website tekst opgenomen over ncnp. Hun boodschap is dat de gemeente veel gemeenschapsgeld kwijt is aan ncnp-bureaus. Deze organisaties hebben gemiddeld niet minder ncnp-bezwaren dan de organisaties die niet schreven over ncnp op hun website. Wij moeten concluderen dat de boodschap van de gemeente niet leidt tot een gedragsverandering bij inwoners. Dat kan meerdere oorzaken hebben, bijvoorbeeld als deze boodschap alleen op de website staat en niet herhaald gecommuniceerd wordt in andere media. Daarnaast kunnen deze teksten defensief overkomen.
- Volgens de respondenten is het meest effectieve communicatiemiddel de telefoon. Niks gaat boven een direct en persoonlijk telefoongesprek met een WOZ-specialist. Deze gesprekken zorgen er vaak voor dat inwoners geen bezwaar maken.
- Geen van de organisaties die wij spraken voert structureel onderzoek uit naar de effectiviteit van hun communicatie.
- Geen van de organisaties die wij spraken heeft een apart

communicatiebudget. De gemaakte kosten vallen binnen het algemene budget of het budget voor dienstverlening.

- Wij menen dat de huidige vorm en inhoud van de aanslag niet helpt in het beheersen van ncnp. Het ontvangen van de jaarlijkse aanslag is voor veel inwoners het enige communicatiemoment met de gemeente over de WOZ. Als wij naar het voorblad kijken, dan is duidelijk dat de aanslag het medium is om inwoners te laten weten hoeveel belasting zij moeten betalen. De titel is duidelijk, het is een AANSLAGBILJET. De WOZ-beschikking staat op deze aanslag en is daardoor onderdeel van een vervelende boodschap die weerstand oproept. Belasting betalen is immers voor weinigen een hobby. De vervelende boodschap van de aanslag is voor steeds meer Nederlanders aanleiding om een ncnp-bureau in te schakelen¹¹.

Gemeenten gebruiken de aanslag veel minder als communicatiemiddel. De aanslag legt niet uit hoe een WOZ-waarde is berekend en werkt niet uitnodigend voor inwoners om contact op te nemen als zij de WOZ-waarde te hoog vinden. Wij vinden dit een gemist kans.

¹¹ Een extra uitdaging is dat ncnp-bureaus tijdens de aanslagoplegging het meest actief zijn om klanten te werven.

Onze aanbevelingen

- Begin vroegtijdig met communicatie over de WOZ in aanloop naar de WOZ-beschikking. Zet daarnaast communicatie in om doorlopend te werken aan het vertrouwen in de uitvoering van de WOZ door de gemeente. Werk samen met andere gemeenten om elkaars boodschap te versterken en mogelijk regionaal uit te dragen. Beperk de communicatie niet tot alleen rond de aanslagoplegging maar herhaal de boodschap. Wat betreft de inhoud van de boodschap nemen wij de aanbevelingen van het Vertrouwensonderzoek WOZ over:
 - Vertel dat een onafhankelijke overheidsorganisatie toezicht houdt op de uitvoering van de WOZ en dat gemeenten alleen toestemming krijgen om te beschikken als de uitvoering op orde is.
 - Laat zien hoe ozb-inkomsten worden besteed.
 - Leg uit dat de WOZ dient om belastingdruk eerlijk te verdelen.
- Zorg ervoor dat bezwaar maken supermakkelijk is. Eerst inloggen met DigiD vormt voor veel inwoners een drempel. Zoek naar mogelijkheden om DigiD als afsluiting van het bezwaarproces in te zetten. Plaats een gemakkelijke link naar 'bezwaar maken' op het schriftelijke aanslagbiljet en een knop op het digitale aanslagbiljet. Eenvoudig bezwaar kunnen maken heeft een positieve invloed op het vertrouwen in de uitvoering van de WOZ. Bovendien, een aanmelding bij een ncnp-bureau kost twee minuten, zonder inlog. Gemeenten kunnen daar alleen mee concurreren als zij de toegang tot bezwaar maken vereenvoudigen.

- Investeer in de vaardigheden en capaciteit om inwoners telefonisch te woord te staan. Niks gaat boven een direct en persoonlijk telefoongesprek met een WOZ-specialist. Deze gesprekken zorgen er vaak voor dat inwoners geen bezwaar maken.
- Maak meer budget vrij voor communicatie. Met de huidige communicatie komt de boodschap niet over. De omvang van het ncnp-probleem is voor gemeenten meer dan € 12 miljoen in 2020. Wat ons betreft zetten gemeenten hier meer communicatiekracht tegenover.
- Ontwikkel manieren om potentiële bezwaarmakers online te bereiken. Het inschakelen van een ncnp-bureau gebeurt meestal online. Op dit moment zijn gemeenten onvoldoende in beeld als mensen Googelen op “WOZ” of “WOZ-bezwaar”. Zet daarnaast online chat in om laagdrempelig te communiceren met websitebezoekers.
- Gebruik de WOZ-beschikking als voorlichting en als uitnodiging voor contact. Leg de eventuele daling of stijging van de WOZ-waarde uit en adviseer inwoners om contact op te nemen als de waarde vragen oproept. Positioneer de WOZ-beschikking los van de aanslag. Dit kan door de WOZ-beschikking apart te versturen of door een aparte brief bij de aanslag te voegen. Als dat niet mogelijk is, geef de WOZ-beschikking dan een duidelijk eigen plek op het aanslagbiljet. De WOZ-beschikking wordt dan meer het eerste en unieke contactmoment met inwoners.
- Voer structureel onderzoek uit naar de effectiviteit van de communicatie. Betrek inwoners in dit onderzoek, vraag of de boodschap van de

gemeente overkomt en vraag wat de beweegredenen zijn om bezwaar te maken en om een ncnp-bureau in te schakelen.

- Tenslotte is het zaak om niet te vergeten dat communicatie alleen niet voldoende is. Investeer tegelijkertijd ook in de kwaliteit van de gegevens en de WOZ-waarderingen. Als minder bezwaren gegrond zijn, dan neemt het verdienmodel van ncnp-bureaus vanzelf af.



6 Bijlage – Analyse

Een manier om de samenhang van twee variabelen uit te drukken is de correlatiecoëfficiënt. Dit is de mate waarin twee variabelen elkaar beïnvloeden. De waarde van de correlatiecoëfficiënt ligt altijd tussen -1 en +1. Als alle punten in de grafieken van hoofdstuk 4 op een rechte lijn zouden liggen, dan was de correlatiecoëfficiënt -1 of +1. +1 geeft een positieve correlatie aan, oftewel hoe meer communicatiemiddelen, hoe meer bezwaren. -1 geeft een negatieve correlatie aan, oftewel hoe meer communicatiemiddelen, hoe minder bezwaren. Een correlatiecoëfficiënt dicht bij 0 geeft aan dat het verband tussen twee variabelen zwakker is. Een correlatiecoëfficiënt tussen -0,5 en +0,5 duidt op een zwak lineair verband.

De correlatiecoëfficiënten die horen bij de twee grafieken van hoofdstuk 4 zijn 0,02 en 0,05. Met andere woorden, er is geen lineair verband tussen het aantal ingezette communicatiemiddelen en het aantal (ncnp-)bezwaren.

Onderstaande tabel toont de correlatiecoëfficiënten van de andere variabelen die wij onderzocht hebben. Geen enkele waarde is lager dan -0,5 of hoger dan +0,5. Wij moeten daarom concluderen dat communicatie geen invloed lijkt te hebben op het aantal WOZ-bezwaren en op het aandeel ncnp-bezwaren. Dit geldt ook voor de teksten die gemeenten op hun website hebben opgenomen over ncnp.

	Correlatiecoëfficiënten voor:	
	Percentage WOZ-objecten onder bezwaar	Aandeel ncnp-bezwaren
Aantal communicatiemiddelen ingezet	0,02	0,05
Aantal algemene communicatiemiddelen ingezet	-0,17	-0,04
Aantal individuele communicatiemiddelen ingezet	0,15	0,10
Wel of niet informele bezwaarafhandeling	-0,15	0,17
Wel of niet Voormeldingen WOZ	0,02	-0,28
Wel of niet online bezwaar kunnen maken	0,02	0,20
Wel of geen tekst op website over ncnp	0,07	-0,22
Aantal opgevoerde argumenten tegen ncnp	0,10	-0,32
Hoeveel weken voor aanslag begonnen met voorlichting	0,22	-0,07

Onderstaande tabel toont de correlatiecoëfficiënten tussen de andere onderzochte variabelen en het aantal bezwaren. Geen van de correlatiecoëfficiënten is kleiner dan -0,5 of groter dan +0,5. Met andere woorden, statisch gezien er is geen duidelijk lineair verband tussen deze variabelen en het aantal (ncnp-)bezwaren.

	Correlatiecoëfficiënten voor:	
	Percentage WOZ-objecten onder bezwaar	Aandeel ncnp-bezwaren
Percentage inwoners in stedelijk gebied	0,19	-0,12
Gemiddeld gestandaardiseerd inkomen van particuliere huishoudens exclusief studenten	0,29	-0,09
Gemiddelde ontwikkeling van WOZ-waarden in 2020 ten opzichte van 2019	0,33	-0,11
Mutatie van de totale woonlasten van meerpersoonshuishoudens in 2020	-0,04	0,41
Mutatie van de gemiddeld betaalde ozb woningen in 2020	-0,23	0,01