

Rapportering av Skatteverkets uppdrag att följa statliga myndigheters anslutning till Mina meddelanden (N2015-3779-EF) och att verka för företags anslutningar.

Sammanfattning

Skatteverket har i uppdrag att följa statliga myndigheters anslutning till Mina meddelanden (N2015-3779-EF). I uppdraget ingår även att verka för att de flesta företag använder Mina meddelanden. Detta är Skatteverkets rapportering av den del av uppdraget som avser att verka för att de flesta företag använder Mina meddelanden.

Omvärlden

I uppdraget ingår att Skatteverket ska analysera Danmarks och Norges erfarenheter av att införa lösningar motsvarande Mina meddelanden för företag. Särskilt ska valda åtgärder för att åstadkomma att en stor del eller alla företag använder sådana lösningar analyseras och en bedömning görs avseende om åtgärderna är lämpliga att genomföra i Sverige. Förutom erfarenheter från Danmark och Norge redovisas även erfarenheter från kontakter med Nederländerna.

Alla tre länderna introducerade digital post inom offentlig sektor tidigare än Sverige. Danmark har tio års erfarenhet och är därmed föregångaren bland länderna. Danmark ligger också först när det gäller användning av digital post. Det är obligatoriskt för såväl företag som medborgare att inneha en digital brevlåda. Även Norge ligger före Sverige då utvecklingen har börjat ta fart där. Närmare 700 000 av norrmännen över har valt en digital brevlåda medan Sverige endast når upp till knappt 400 000 privatpersoner och företag.

Även om länderna har kommit olika långt är utmaningarna delvis desamma. Samma strategier gäller men olika taktik har valts för införandet och anslutningen. Sverige ligger väsentligt efter bl.a. Danmark, Nederländerna och Norge när det gäller användning av digital post och lever därmed för närvarande inte upp till regeringens målsättning ”digitalt först”.

Företagens syn och kännedom

Företagens syn på Mina meddelanden har undersökts, d.v.s. vad som krävs för att de ska använda tjänsten och vad de känner till om tjänsten. Undersökningarna pekar på att möjligheten att få digital post från myndigheterna är okänd bland företagen. Samtidigt är bedömningen att potentialen är stor och att det finns ett intresse bland företagen att anamma möjligheten när de får kännedom om den.

Fler åtgärder behövs för att få till ett språng från papper till digitalt

IT-minister Mehmet Kaplan har nyligen i media¹ uttalat att det offentliga Sverige måste prioritera digitaliseringen, att det handlar om att tänka digitalt först, bland annat genom att öka samverkan mellan myndigheterna och skapa smartare tjänster för medborgarna. Mina meddelanden är en sådan smartare tjänst.

¹ <http://www.dn.se/ekonomi/jobbb-karriar/det-offentliga-sverige-maste-prioritera-digitaliseringen/>

Mina meddelanden innebär vid en hög anslutning av avsändare och mottagare stor nytta för såväl avsändare som mottagare. I dagsläget är emellertid anslutningen så låg att nyttan är starkt begränsad för både avsändare och mottagare.

Problemet är att varje enskild avsändare och mottagare inte har så starka skäl att ansluta sig så länge det finns få avsändare och mottagare. Det är således rationellt för varje enskild avsändare och mottagare att avvakta. Sverige riskerar därför att fastna i ett låst läge med låg anslutning för såväl avsändare som mottagare. Därmed riskerar Sverige att även fortsättningsvis ligga efter bland andra Danmark, Nederländerna och Norge när det gäller digital post.

För att komma ur denna olyckliga låsning är det enligt Skatteverkets mening angeläget att skapa väsentligt starkare drivkrafter för såväl avsändare som mottagare att ansluta sig till Mina meddelanden. Det krävs att en kritisk massa uppnås för att sätta bollen i rullning så att den olyckliga låsning som råder idag bryts.

Mot denna bakgrund föreslår Skatteverket att regeringen vidtar tillräckligt kraftfulla åtgärder för att förmå ett tillräckligt antal avsändare och mottagare att ansluta sig till Mina meddelanden. Syftet är att uppnå en språngvis ökning av digital post upp till minst dansk nivå. Åtgärderna bör uppmuntra och styra anslutning för såväl avsändare som mottagare.

En åtgärdskategori är att skapa förutsättningar för förbättrad funktionalitet så att tjänsten blir mer attraktiv för såväl avsändare som mottagare. En annan åtgärdskategori är en informationskampanj om fördelarna med anslutning. En tredje åtgärdskategori är att mottagare erbjuds viss service digitalt som inte är tillgänglig pappersvägen. En fjärde åtgärdskategori är att anslutningen görs obligatorisk för statliga myndigheter samt i viss utsträckning även för mottagarna. En femte åtgärdskategori är att vissa betalningar eller förmåner som genererar post villkoras av anslutning till Mina meddelanden.

Vissa åtgärder kan genomföras ganska snabbt medan andra kräver systemutveckling och andra förberedelser.

För att underlätta bland annat marknadsföringen av genomförandet föreslår Skatteverket att många av dessa regeländringar genomförs ”Dagen Digital” den 1/1 2018. Denna tidpunkt är väl anpassad med hänsyn till regeringens ställningstagande i budgetpropositionen för 2015 (Prop. 2014/15:1 utgiftsområde 22) att mellanstora och större myndigheter ska ha anslutit relevanta meddelandeflöden till Mina meddelanden senast 2017.

Skatteverkets rekommendationer till regeringen

Bättre förutsättningar

- Genomför central finansiering av Mina meddelanden från och med 1/1 2017.
- Genomför en förordningsförändring som ger privata aktörer i offentligt finansierad verksamhet samma möjlighet att skicka digital post i Mina meddelanden som myndigheter senast den 1/1 2017 i enlighet med hemställan från Bolagsverket, Skatteverket, Tillväxtverket och SKL i december 2012.
- Inför ett utökat stöd för dubbelriktad kommunikation i Mina meddelanden senast 1/1 2018 så att medborgare och företag kan svara på meddelanden och initiera egna meddelanden från sina brevlådor.

Informationsinsatser

- Genomför i enlighet med Digitaliseringskommissionens förslag en omfattande informationskampanj under 2017 för att informera privatpersoner och företag om fördelarna med Mina meddelanden och uppmana till anslutning senast den 1/1 2018.
- Ge i uppdrag till myndigheter att via sin ordinarie kommunikation informera om fördelarna med Mina meddelanden och uppmana till anslutning.

Bättre digital service och service enbart digitalt

- Ge Skatteverket och andra lämpliga myndigheter i uppdrag att välja ut ett antal s.k. servicemeddelanden som från och med den 1/1 2018 endast skickas via Mina meddelanden och således inte längre via papperspost. Som exempel på tänkbara servicemeddelanden kan nämnas meddelanden om att det snart är sista dagen för att lämna en viss uppgift, att deklarerera eller att betala ett visst belopp. Andra exempel är bekräftelse på att en ansökan eller deklARATION tagits emot. Ytterligare exempel är att giltighetstiden för ett pass, körkort eller annat id-kort snart går ut.

En del servicemeddelanden kan vara sådana som redan skickas ut medan andra introduceras den 1/1 2018 och ger mervärden för privatpersoner och företag. Eftersom meddelandet inte sänds med papperspost utan endast går ut till dem som anslutit sig till Mina meddelanden efter den 1/1 2018 kan servicemeddelanden inte omfatta information som måste gå ut till berörda av legitimitets- eller rättssäkerhetsskäl. T.ex. kan ett övervägande om ändring av inkomstskatt inte bli ett servicemeddelande eftersom det av legitimitets- och rättssäkerhetsskäl bör nå skattebetalare oavsett de valt digital post eller inte. För vissa meddelanden kan myndigheterna inte utan författningsförändring övergå till servicemeddelanden och i dessa fall krävs således författningsförändringar.

Lämpliga servicemeddelanden inom Skatteverkets ansvarsområde är bland annat meddelanden om att det är dags att lämna arbetsgivardeklaration, meddelande om att det är dags att lämna mervärdeskattedecklaration och registreringsbevis vid registrering av F-skatt. Skatteverket planerar att införa dessa tre servicemeddelanden.

- Skatteverket planerar att tidigarelägga utbetalning av överskjutande skatt i samband med inkomstdeklarationen 2017 till april för privatpersoner som är anslutna till Mina meddelanden, inte gör några ändringar och deklarerar digitalt.

Obligatorisk anslutning

- Gör det obligatoriskt för lämpliga myndigheter att ansluta relevanta flöden till Mina meddelanden genom att skriva in kravet i myndigheternas regleringsbrev för 2017. Därmed blir det möjligt för privatpersoner och företag att i högre grad välja bort papperspost.
- Gör det obligatoriskt för aktiebolag att ansluta sig till Mina meddelanden den 1/1 2018 med undantag för aktiebolag som inte kan företrädas genom svensk e-legitimation (exempelvis utländska firmatecknare) samt möjlighet till dispens i den utsträckning som är nödvändig för att uppnå legitimitet.

Utökade formkrav för vissa typer av ansökningar

- Ge Skatteverket och andra lämpliga myndigheter i uppdrag att välja ut ett antal ärendetyper där anslutning till Mina meddelanden ska utgöra ett krav för att kunna ansöka. Det kan avse ärenden som genererar mycket post från myndigheten till den sökande och där antingen ansökningsförfarandet redan idag är enbart digitalt eller för andra ärenden där ansökningsförfarandet ännu inte är enbart digitalt, men bör bli det.

Inom Skatteverkets område skulle det vara möjligt att bygga vidare på det som idag gäller för utförare inom ROT/RUT. Numera kan ansökan om utbetalning enbart ske digitalt via en e-tjänst. Ett lämpligt nästa steg kan vara ett kompletterande formkrav om anslutning till Mina meddelanden för ansökan om utbetalning. De berörda företagen företräds redan idag genom e-legitimation och om man är ansluten till Mina meddelanden kommer pengarna och beskedet i samband med varandra. Detta skulle sannolikt innebära en fördel för utförarna.

Innehåll

1	Uppdraget	8
2	Omvärldsbevakning	8
2.1	Danmark.....	8
2.1.1	Bakgrund och nuläge.....	8
2.1.2	Styrkor i den danska modellen.....	9
2.1.3	Utmaningar för den danska modellen	10
2.1.4	Nästa steg i Danmark.....	10
2.2	Nederländerna	10
2.2.1	Bakgrund och nuläge.....	10
2.2.2	Styrkor i den nederländska modellen.....	11
2.2.3	Utmaningar för den nederländska modellen	12
2.3	Norge	12
2.3.1	Bakgrund och nuläge.....	12
2.3.2	Styrkor i den norska modellen.....	13
2.3.3	Utmaningar för den norska modellen.....	13
2.3.4	Nästa steg i Norge	13
3	Företagens synpunkter på och kännedom om Mina meddelanden.....	14
3.1	Marknadskartläggning bland företagen.....	14
3.2	Marknadsföringskampanj	15
3.3	Fokusgrupper.....	17
4	Företagens digitala post i privata brevlådor	19
4.1	Bakgrund	19
4.2	Vad behöver göras?	20
4.3	Åtgärder att genomföra under 2016.....	20
5	Affärsmodell och finansiering	20
5.1	Finansiering genom frivilligt samverkande myndigheter	20
5.2	Finansiering via anslag.....	21
5.3	Finansiering genom avgifter	21
5.4	Argumentation från brevlådeoperatörer.....	22
6	Digitaliseringskommissionens förslag	23

7	Skatteverkets åtgärder	24
7.1	Meddelanden som skickas via Mina meddelanden	24
7.2	Skatteverkets planer för 2016.....	25
7.2.1	Fler meddelanden kommer 2016.....	25
7.2.2	Bättre digital service och service enbart digitalt	25
7.2.3	Företagens digitala post hos privata brevlådeoperatörer	25
8	Slutsatser och förslag	26
8.1	Många fördelar	26
8.2	Användningen måste öka.....	26
8.3	Rekommendationer till regeringen	28
8.3.1	Förutsättningar.....	28
8.3.2	Information om möjligheter och fördelar.....	30
8.3.3	Bättre digital service och service enbart digitalt	30
8.3.4	Obligatorisk anslutning.....	31
8.3.5	Utökade formkrav för vissa typer av ansökningar.....	33
9	Bilagor	34
9.1	Bilaga 1 - Slutrapport Mina meddelanden, Nowa kommunikation.....	34

1 Uppdraget

Skatteverket har i uppdrag att följa statliga myndigheters anslutning till Mina meddelanden (N2015-3779-EF). I uppdraget ingår även att verka för att de flesta företag använder Mina meddelanden. Detta är Skatteverkets rapportering av den del av uppdraget som avser att verka för att de flesta företag använder Mina meddelanden.

Under de senaste åren har en rad undersökningar gjorts kring ämnet digital post inom E-delegationen, Verksamhet och Mina meddelanden. Innehållet i denna rapport bygger på dessa kvantitativa och kvalitativa undersökningar samt de undersökningar som genomförts inom ramen för det aktuella uppdraget.

2 Omvärldsbevakning

I uppdraget ingår att Skatteverket ska analysera Danmarks och Norges erfarenheter av att införa lösningar motsvarande Mina meddelanden för företag. Särskilt ska valda åtgärder för att åstadkomma att en stor del eller alla företag använder sådana lösningar analyseras och en bedömning görs avseende om åtgärderna är lämpliga att genomföra i Sverige. I detta avsnitt redovisas förutom erfarenheter från Danmark och Norge även erfarenheter från kontakter med Nederländerna.

Alla tre länder introducerade digital post inom offentlig sektor tidigare än Sverige. Danmark har tio års erfarenhet och är därmed föregångaren bland dessa länder. Även om länderna har kommit olika långt är utmaningarna delvis desamma. Samma strategier gäller men olika taktik har valts för införandet och anslutningen. Sverige ligger väsentligt efter bl.a. Danmark och Nederländerna när det gäller användning av digital post och lever därmed för närvarande inte upp till regeringens målsättning ”digitalt först”. Även Norge ligger idag före Sverige i antal anslutna mottagare.

I alla tre länder ligger ansvaret på en gemensam digitaliseringsmyndighet med central finansiering och med starka kopplingar till respektive regeringskansli.

2.1 Danmark

2.1.1 Bakgrund och nuläge

Danmark har sedan 2001 en privat aktör, e-Boks, som dominerar marknaden för digital post. Där har offentlig sektor gradvis övergått från papperspost till digital post. Inledningsvis användes tjänsten till att skicka ut lönebesked för offentligt anställda. Det var alltså en ren intern effektiviseringsåtgärd för offentlig sektor. Sedan 2010 har en aktiv digitaliseringsstrategi beslutats och initierats, finansierad med centrala medel.

Under 2013 blev det obligatoriskt för företag att ha en digital brevlåda dit offentlig sektor kan – men inte måste – skicka post digitalt. I samband med detta slogs även fast att digitala meddelanden som skickats genom lösningen har samma rättsverkan som meddelanden och dokument skickade via traditionell papperspost.

Hösten 2015 har Danmark av sina 4,7 miljoner danska medborgare över 15 år och som omfattas av ”Lov om Offentlig Digital Post”²:

- 3 219 145 (89%) personer anslutna och tar emot digital post
- 507 743 (11%) personer undantagna (via dispens) från anslutning

Utöver dessa tillkommer ytterligare utlandsdanskar och medborgare utan registrerad bostadsadress i Danmark, och som därför inte omfattas av lagen.

Sammantaget har knappt 4,4 miljoner danskar anslutit sig för att ta emot digital post från det offentliga.

Under 2015 skickades 88,9 miljoner meddelanden från de offentliga myndigheterna till medborgare och företag via digital post i Danmark. Samtidigt visar de senaste undersökningarna under 2015 att förväntningar och krav på ny funktionalitet och service stiger snabbt bland de anslutna mottagarna.

2.1.2 Styrkor i den danska modellen

Lång införandeperiod

Det danska införandet av digital post har pågått i femton år. Privatpersoner har länge kunnat välja tjänsten frivilligt och obligatoriet infördes först när mognaden bedömdes vara hög, för företag 2013 och sedan för privatpersoner 2014. Det var dock i samband med obligatoriet som digital post verkligen tog fart i Danmark.

Ett mycket tydligt ”business case”

Eftersom majoriteten av den danska befolkningen var ansluten redan 2012, innan obligatorium infördes, har det varit enklare att ge prognoser för transformationskostnader och besparingar i växlingen från papperspost till digital post.

Som en jämförelse kan sägas att även om den svenska tillväxten på mottagarsidan idag ligger på ca 1 procent per vecka så är det långt kvar till Mina meddelanden när de danska nivåerna. Det leder till att svenska myndigheter tvekar att ansluta tidigt eftersom besparingspotentialen ännu är låg genom det begränsade antalet anslutna mottagare. För att bryta det läget behöver ett antal åtgärder vidtas så att vi kan ta språnget från papperspost till digital post även i Sverige.

² <http://www.digst.dk/Loesninger-og-infrastruktur/Digital-Post/Kom-godt-i-gang/Organisation-og-kommunikation/Digital-Post-statistik>

2.1.3 Utmaningar för den danska modellen

Större mångfald i serviceutbudet

Med den svenska öppna arkitekturmodellen är vi bättre rustade att kunna erbjuda mångfald att välja bland för mottagarna. Med två privata aktörer redan anslutna och ytterligare en på väg ser det för stunden bra ut för Mina meddelanden i detta avseende. Det skapar bättre förutsättningar att möta förväntningar på service och funktionella krav från många mottagare.

Mer integrationsstöd för avsändarna

Avsändarnas förmåga att skicka digital post är idag ännu begränsad och de ser behov av fler partners som kan integrera verksamheternas system mer effektivt med den digitala posten. Även här ser det bra ut för Mina meddelanden då flera privata partnerkandidater redan är testade och några är i produktion. Här är det dock viktigt att fortsatt verka för att fler privata leverantörer ser möjligheterna som infrastrukturen ger dem och deras kunder.

2.1.4 Nästa steg i Danmark

Just nu pågår förberedelserna för tredje generationens digitala post (DP3) där utredningen ska vara klar i april 2016. Vissa utredningsresultat har nyligen [publicerats](#) och fokus går där från ren digital posthantering till mer allmänna digitaliseringsfrågor där post är en av flera samverkande komponenter.

Här ingår troligen att öppna arkitekturen mer för nya partner att ansluta och bidra till service hos både avsändare och mottagare. Det ligger helt i linje med den svenska strategin även om våra utgångspunkter och taktiska val hittills varit olika och lätt till att vi inte kommit lika långt som Danmark.

2.2 Nederländerna

2.2.1 Bakgrund och nuläge

Nederländerna beskrev sitt tidiga införande av digital post under 2005 som ”en ren kopia av det danska konceptet” som de redan då hunnit studera. Perioden 2006–2008 beskrivs som en tid av ”proof of concept” då systemstödet för ett nationellt ”Mina sidor” och en digital brevlåda byggdes och testades i en första version. De har alltså valt att redan i början av digitaliseringen införa en samlad service genom att kombinera den digitala postförmedlingen med den myndighetsgemensamma ”Mina sidor” (”Mijnoverheid.nl”) där ärenderapportering och vissa kunduppgifter sammanfattas för användaren vid sidan av funktionen digital brevlåda.

”Mijnoverheid.nl” är alltså ett komplement men inte en ersättare till varje myndighets egna Mina sidor som många myndigheter idag infört.

Under perioden 2008 till 2011 skedde en konsolidering och antalet mottagare närmade sig 200 000. Initiativet gick nu från att vara i en utvecklingsfas till att vara i en stabil förvaltningsfas.

Etableringen tog vid 2012–2014 i och med att skatteadministration klev in och förband sig att använda och delfinansiera lösningen. Finansieringen sprids numera över fler anslutna parter.

Under 2015 togs ett lagbeslut om obligatorium. Alla medborgare blev skyldiga att ta emot digital post för ett specifikt område. Från början av 2016 blir det obligatoriskt att ta emot vissa besked från den nederländska skattemyndigheten (det ”blå kuvertet”). Nederländerna har, med hänsyn till att de inte tillåter några undantag, lagt stora resurser på att etablera användarstöd, i det arbetet har man tagit hjälp av ideella föreningar och organisationer som en väg att nå mottagarna.

Finansieringen tas nu centralt och ett tydligt politiskt sponsorskap etableras. Det finns inga planer på att göra det obligatoriskt för avsändande myndigheter att skicka digital post. Däremot räknar man med att frivillig anslutning från andra offentliga organisationer kommer öka efter att skattemyndigheten banat väg.

Bedömning är att Nederländerna ligger före Sverige och Norge men efter Danmark i utvecklingsstegen för digital post. Hösten 2015 har fyra statliga myndigheter och 25 kommuner anslutit. Bland mottagarna är 1,8 miljoner konton aktiva och förväntningar för 2016 är att man ska nå åtta miljoner.

2.2.2 Styrkor i den nederländska modellen

Digital samverkan runt informationsarkitektur

Införandet av det myndighetsgemensamma ”Mijnoverheid.nl” har lett till en snabbare samordning av informationsarkitekturen vilket underlättar integrationen väsentligt.

Etablerad finansieringsmodell

Idag finansieras lösningen med centrala medel som är långsiktigt förankrade i regeringens digitaliseringsstrategi. För perioden 2015 till 2018 är en budget på €20 miljoner per år beslutad med följande fördelning.

- 10 procent på funktionell innovation
- 15 procent på säkerhetsarkitektur, penetrationstester mm.
- 65 procent på underhåll och drift inklusive mjukvarulicenser
- 10 procent på samordning, projektledning och projektrapportering

Observera att ovanstående siffror inkluderar funktioner för både ”Mina sidor” och den digitala postlösningen.

Etablerad supportorganisation som snabbt kan utökas

Idag ingår ca 35 årsarbetare i organisationen för kundsupport och partnerstöd. De har även utformat speciella rutiner och stöd för att ”hjälpa hjälpare”, d.v.s. hjälpa olika intresseorganisationer som arbetar med att öka den digitala mognaden hos specifika delar av

befolkningen. Även i Danmark förekom vissa sådana satsningar inför att obligatoriet infördes 2014, till exempel att utbilda och uppmuntra skolungdom att erbjuda hjälp till anhöriga och andra i sin omgivning.

Erfarenheten i Nederländerna är att acceptans för digital post och allmän digital mognad mer är kopplad till hur man uppfattar kontakterna med myndigheter i sig än just till förändringen från papper till det digitala. Har man det besvärligt med myndighetskontakter i övrigt så upplevs även den digitala myndighetsposten som besvärlig.

I samband med beslutet om att införa obligatorium 2016 beslutades även om en fördubbling av supportorganisationen, det vill säga upp till en total årsarbetskraft om 70 personer.

2.2.3 Utmaningar för den nederländska modellen

Inget obligatorium för myndigheterna att ansluta

Det finns ännu inget tvingande direktiv för myndigheter att ansluta. I dagsläget är det oklart hur allmänheten kommer att ta emot det ensidiga obligatoriet som införts 2016.

2.3 Norge

Norge har en mer heterogen situation för digital post än övriga länder.

2.3.1 Bakgrund och nuläge

Norge har haft digital post till företag i många år via den gemensamma webbplatsen AltInn (jämför danska virk.dk och svenska verksamt.se). Sedan 2011 finns en kommunal lösning, (SvarUT) som först utvecklades av Bergen kommun och senare övertogs av KS, norska motsvarigheten till SKL. Den senare lösningen är såvitt vi kunnat se snarare en gemensam aviseringsfunktion för hänvisning till respektive avsändares egen webbplats än en egentlig digital brevlåda.

Under 2013 och 2014 utreddes en ny, gemensam nationell digital postlösning. En upphandling genomfördes och i februari 2015 kunde två (av ursprungligt fyra) brevlådeoperatörer pekats ut som valbara alternativ för medborgaren. Tjänsten är gratis för mottagaren och finansieras med centrala medel via upphandlingen.

Våren 2015 skickades direktiv till alla myndigheter som ännu inte anslutit att rapportera en anslutningsplan senast sommaren 2015. Målet är att samtliga statliga myndigheter ska vara anslutna senast under första halvåret 2016 och att de kan erbjuda digital post till alla medborgare. Andra myndigheter och kommuner kan också använda lösningen, på samma villkor. En särskild [samarbetsportal](#) har etablerats för att ge olika former av stöd till myndigheterna.

Hösten 2015 integrerades den kommunala lösningen SvarUT med den nationella lösningen. Nu kan digital post skickas vidare från SvarUT via nationella växeln till de båda brevlådeoperatörer som ingår i lösningen (Digipost och e-Boks). Däremot ser vi idag ännu inga tecken på att man kommer att integrera lösningarna för medborgare och företag med varandra.

Det är fortsatt frivilligt för medborgare att välja digital post medan det är obligatoriskt för företagen (via AltInn). Då båda brevlådeoperatörerna som anslutits är privata företag till vilka även privata avsändare anslutits kommer medborgarens brevlåda inte bara att kunna ta emot post från det offentliga utan även från privat sektor.

Utvecklingen har nu börjat ta fart i Norge och närmare 700 000 (16,4%) av normmännen över 15 år har valt en digital brevlåda. Målsättningen är att under 2016 ska 1 600 000 medborgare ha valt en digital brevlåda. 77 myndigheter skickar meddelanden via digital post i februari 2016 och antalet meddelanden stiger fortlöpande.³

2.3.2 Styrkor i den norska modellen

Obligatorium införs först på avsändarsidan

Bland våra referensländer är Norge det enda land som har beslutat att införa obligatorium för avsändande myndigheter innan ett eventuellt obligatorium införs för mottagande medborgare. För företagare är situationen den omvända, de är tvingade att ta emot via AltInn medan avsändarna ännu ansluter sig på frivillig basis.

Nära samverkan med kommunerna

Norge har kommit längre än Sverige i samverkan mellan stat, kommun och landsting för digital post. I Sverige samverkar vi på flera sätt men vi har ännu få exempel där det kommit hela vägen vad gäller teknisk samverkan. I Norge har man däremot redan integrerat den kommunala lösningen som kom ett par år före den statliga till en gemensam nationell lösning.

2.3.3 Utmaningar för den norska modellen

Mitt emellan ett monopol och en helt öppen arkitektur

Norge har infört valfrihet av brevlådor för mottagarna, men med ett utbud styrt av centrala upphandlingar. Dessa gav i slutänden två brevlådeoperatörer i första upphandlingen istället för tre eller fyra som de hade hoppats på. I senare upphandlingsförfaranden kan detta komma att förändras och de har också medvetet valt korta upphandlingsperioder då det är en snabbt föränderlig marknad. Men eftersom det handlar om upphandlingar finns alltid en större tröghet än i en helt öppen arkitektur likt den svenska modellen där partners kan kliva in och ut ur samverkan löpande.

2.3.4 Nästa steg i Norge

Sommaren 2016 ska samtliga statliga myndigheter ha anslutit sig. De kommunala avsändarna har inget tvång men man arbetar aktivt från DIFI:s⁴ sida för att underlätta deras anslutning.

Norge och Danmark har löpande kontakter mellan de infrastruktur- och upphandlingsansvariga myndigheterna. Inte minst ser man nyttan av detta då eBoks är leverantör i båda ländernas lösningar.

³ <https://www.difi.no/artikkel/2015/06/statistikk-om-digital-postkasse>

⁴ Direktoratet for forvaltning og IKT. Se vidare <http://www.difi.no/om-difi>

En större översyn av digital post och digitalisering pågår parallellt enligt samma upplägg som i Danmark. Vi har ännu inte tagit del av några konkreta resultat av det arbetet och kan därför inte bedöma om inriktningen är i linje med den danska och svenska.

3 Företagens synpunkter på och kännedom om Mina meddelanden

Under året har Skatteverket genomfört ett antal undersökningar för att få företagens syn på Mina meddelanden, d.v.s. vad som krävs för att de ska vilja använda tjänsten och vad de känner till om tjänsten. Samtliga undersökningar pekar på att möjligheten att få digital post från myndigheterna är okänd bland företagarna men att lösningen har stor potential och att det finns ett intresse bland företagarna att anamma möjligheten när de får kännedom om den.

3.1 Marknadskartläggning bland företagen

Under 19 oktober–10 november 2015 genomförde SIFO på uppdrag av Skatteverket en undersökning av hur känt Mina meddelanden är. Undersökningen genomfördes som en postal enkät inklusive möjlighet att besvara den digitalt på Internet.

Målgruppen för undersökningen var företag med 0-49 anställda och med minst 1 miljon kronor i omsättning 2014⁵. Företagen valdes ur SCB:s företagsregister och urvalsstorleken var 500 företag varav 171 företag svarade.

Syftet med undersökningen var att få svar på:

- Hur känd är tjänsten, d.v.s. hur stor andel känner till Mina meddelanden? Hur stor andel känner igen logotypen? Vilka grupper har större kännedom om tjänsten än andra?
- Var har de fått kännedom/information om Mina meddelanden? Via släkt, familj, vänner, arbetskamrater, via någon myndighet, reklam, media eller på annat sätt?
- Vilken anslutningsgrad har tjänsten, d.v.s. hur stor andel av företagen har skaffat sig Mina meddelanden? Är anslutningstakten högre i vissa grupper än i andra och i så fall vilka?
- Av vilka skäl har de valt att ansluta sig till Mina meddelanden?
- Vad tycker användarna om tjänsten? Är de positiva eller negativa? Varför?
- Hur stor andel bland icke-användarna kan tänka sig att ansluta sig till Mina meddelanden? Varför? Varför inte?

⁵ Urvalet drogs på Följande bolagsformer: fysiska personer, handelsbolag, kommanditbolag, bankaktiebolag, försäkringsaktiebolag, europabolag och övriga aktiebolag. Hela målpopulationen omfattar 226 952 stycken företag/poster.

Det kan konstateras att Mina meddelanden fortfarande är relativt okänt hos företagen, t.ex.

- 3 av 4 (75%) känner inte igen logotypen för Mina meddelanden. 8% menar att de känner igen den och 16% vet inte. Inga signifikanta skillnader mellan nedbrytningarna kan utläsas.
- 77% svarade att de inte visste vilken tjänst/produkt logotypen står för, 8% svarade dock myndighetspost. Signifikant fler ägare/VD/chefer svarade vet ej (83%) än de som har en annan roll eller befattning (62%).
- Precis som på föregående fråga svarade de flesta att de inte vet vilken verksamhet/organisation eller företag som står bakom logotypen (85%). Det är signifikant fler på övriga orter än i storstad som svarat så, (91% gentemot 78%). 8% svarade statlig myndighet/staten och 4% svarade Skatteverket.
- 15% svarade att de hade hört talas om Mina meddelanden tidigare. 3 av 4 (74%) menade att de inte hade det. Signifikant fler som har en *annan roll eller befattning* menade att de hade hört talas om tjänsten (32%), motsvarande siffra för ägare/VD/chefer var 8%.

Dock kan vi återigen konstatera att det finns en stor potential då 44% menar att Mina meddelanden är ganska- eller mycket intressant för deras företag/organisation eller arbetsplats. Signifikant fler som är ganska- eller mycket intresserade har svarat via webb (53%).

33% av de företagare som inte hade Mina meddelanden kunde tänka sig att skaffa Mina meddelanden det närmaste året.

Även om det rör sig om väldigt få som var anslutna till Mina meddelanden i undersökningen är det glädjande att konstatera att majoriteten (54%) av dem var ganska eller mycket nöjda med tjänsten Mina meddelanden.

3.2 Marknadsföringskampanj

Tillsammans med Nowa kommunikation genomfördes under vecka 46–49 en marknadsföringskampanj riktad till företag. Syftet med kampanjen var att öka kännedomen om Mina meddelanden samt att kommunicera fördelarna med en digital brevlåda till företag. I detta avsnitt redovisas en sammanfattning av den slutrapport som Nowa kommunikation lämnat. Hela slutrapporten finns som bilaga 1.

Tre mål definierades för kommunikationsinsatserna:

- Öka kännedomen om tjänsten och fördelarna med en digital brevlåda
- Öka trafiken till kampanjens landningssida (minameddelanden.se/2015q4foretag)
- Öka antalet företagsanvändare

En medieplan togs fram där syftet var ett bearbeta målgruppen som definierades till företag med upp till 50 anställda. Det visade sig att det fanns över en miljon företag i målgruppen samt att nyckelpositioner att nå på företagen var VD, ledning samt ekonomiansvariga. Eftersom tjänsten är digital fokuserades insatserna till digitala och sociala medier.

Resultat

Nedan presenteras en sammanställning av statistiken från annonseringen.

Kanal	Visningar	Klick	CTR %
Bonnier Ad Network	615 022	674	0,110
Webtraffic	2 921 590	1 191	0,041
Widespace	666 667	2 677	0,40
LinkedIn	43 752	17	0,039
Facebook	3 760 187	3 937	0,10
Totalt:	8 007 218	8 496	0,106

Facebook levererade flest visningar samt klick, och Widespace levererade bäst klickfrekvens. Lägst antal visningar och klick uppmättes på LinkedIn. LinkedIn är även den kanalen där lägst klickfrekvens uppmättes.

Resultatet i Google Analytics visade att kampanjsidan hade 6 958 sidvisningar under perioden 1 november till 1 december. Det skiljer drygt 1 500 klick (8496-6958) från de kanaler som redovisats ovan och den statistiken som finns att tillgå från Google Analytics. En förklaring är att besöken inte registreras på Google Analytics kan vara att besöket är för kort eller att besökaren inte accepterar cookies. Det kan också vara värt att nämna att det på tidningsannonserna hänvisas till sidan minameddelanden.se och inte specifikt till kampanjsidan, vilket t.ex. kan innebära att besöken från tidningsannonserna har registrerats på sidan minameddelanden.se och inte på kampanjsidan.

Slutsats

Slutsatsen är att resultatet av kampanjen med 8 007 218 visningar samt 8 496 klick samt en klickfrekvens på 0,106 procent bedöms vara bra. Det är en bra siffra med hänsyn till att avsändaren och varumärket inte är kända av målgruppen sedan tidigare. I slutet av kampanjperioden byttes de befintliga annonserna på Bonnier Ad Network samt på LinkedIn och Facebook ut mot annonser där Skatteverket nämndes, vilket medförde att andelen personer som såg annonsen och som klickade sig vidare till kampanjsidan ökade. Att använda Skatteverket som avsändare var ett effektivt sätt att öka antalet visningar och klickfrekvensen.

Överlag levererade Facebook många visningar samt många klick. Widespace levererade högst klickfrekvens (0,40 procent). Värt att nämna är att klickfrekvensen generellt brukar vara hög för mobila medier. Under slutet av kampanjperioden minskade klickfrekvensen på Facebook från 0,15 till 0,10 procent, vilket kan förklaras med att budskapet blir repetitivt för vissa personer i målgruppen när visningarna ökade kraftigt.

Generell rekommendation

För arbetet framåt rekommenderas att i högre utsträckning lyfta fram förmågan (digital post) snarare än varumärket Mina meddelanden och att det är myndigheter som satsar digitalt. Att se till att de olika myndigheterna har uppdaterad information digitalt samt lyfter fram förmågan i sina egna kanaler är ett kostnadseffektivt sätt att få spridning. Framtida marknadsföring bör bygga på avsändarkommunikation då avsändarna är Mina meddelandens bästa reklamkanal – seriösa, värdeskapande och väl etablerade i företagens vardag. Ett exempel på detta är att när Skatteverket nämndes i annonserna så ökade antalet personer som såg annonsen och klickade sig vidare till kampanjsidan.

3.3 Fokusgrupper

Under hösten 2015 har ett antal fokusgrupper med företagare genomförts. Vid tre tillfällen har sammanlagt 16 företagare träffats i Visby och i Stockholm. Inbjudan har gjorts via planscher på servicekontor och via tidigare enkätförfrågningar. Deltagarna har varit både privatpersoner och företagare i åldrarna 20–70 år, 13 män och 3 kvinnor. Bland företagarna fanns både nyregistrerade och erfarna företagare. Företagsformerna har varit enskild firma och aktiebolag. Deltagarna hade från ganska stor till mycket stor digital erfarenhet. Några drev företag inom IT-branschen.

Det visar sig även här att tjänsten inte var känd för alla deltagare och att den används i ännu mindre grad. För dem som använde tjänsten blev den känd genom Verksamt och i samband med inlämnandet av inkomstdeklarationen digitalt.

Sessionerna började med en demonstration av Mina meddelanden och syftet och idén bakom. Exempel på deltagarnas åsikter:

- En av deltagarna tyckte att namnen Mina meddelanden och Min myndighetspost var förvirrande och hade svårt att reda ut vad de olika begreppen innebar. ”Använd inte olika ord för att beskriva samma sak det blir förvirrande!” Ett tips var att kalla Min myndighetspost för Min statliga brevlåda.
- Tjänsten behöver bli mer användarvänlig och lättillgänglig. Den behöver också vara möjlig att använda för personer med funktionshinder och för personer som inte har någon datorvana.
- Flera av deltagarna tyckte att tjänsten var bra och att vi som myndighet kan vila på vårt förtroende.
- Några deltagare såg det som ett problem och till och med förtroendeskadligt att ha utomstående brevlådeaktörer på samma sida.
- En deltagare tryckte på att det är viktigt för Skatteverket att behålla sitt förtroende.
- Flera deltagare tyckte att det var bra om utomstående försäljare inte kommer åt Min myndighetspost och börjar skicka reklam.

Grupperna diskuterade också vad offentlig sektor kan göra för att öka företagarnas användning av Mina meddelanden och det som förslags var:

- Fler myndigheter måste vara anslutna. Även kommuner och landsting. Försäkringskassan lyftes fram av flera och kommunerna kring bygglovshantering.
- Tjänsten ska vara enkel och lättillgänglig, för funktionshindrade kan röststyrning vara ett hjälpmedel.
- Tjänsten ska vara rolig att använda!
- Tvingande tjänst
- En frivillig tjänst som har morötter (mervärde) som lockmedel.
- Påminnelser om att lämna deklaration, betala preliminärskatt m.m.
- Funktionalitet för att importera kalenderuppgifter från tjänsten.
- Viktigt med personlig post, ge inte möjlighet till reklam i brevlådan
- Viktigt att sekretessen upprätthålls.
- Marknadsför tjänsten!

När det gäller frågan om hur offentlig sektor kan göra tjänsten mer känd så att fler företagare ansluter sig är det värt att notera att traditionell marknadsföring placerar sig först på tredje plats. Det förefaller vara viktigt för företagen att informationen kommer från det de anser vara en trovärdig källa.

- Gör reklam för tjänsten när man är använder Skatteverkets e-tjänster, som en pop-up information. Den ska kunna gå att klicka bort.
- Marknadsför via svenska företags- och branschorganisationer som företagare har förtroende för.
- Media - Dagens Industri (internetupplaga)
- ”Mun mot mun”-metod, information från någon jag känner
- Facebook

4 Företagens digitala post i privata brevlådor

Idag hanterar inte de privata brevlådeoperatörerna juridiska personer, detta behöver ändras så snart som möjligt. I detta avsnitt redovisas bakgrunden till detta samt rekommendationer till åtgärder.

4.1 Bakgrund

För att upprätthålla säkerheten inom infrastrukturen för Mina meddelanden krävs att behörighetskontroller görs i olika sammanhang beträffande vem eller vilka som har rätt att vidta olika åtgärder. För att ansluta till Mina meddelanden krävs att användaren loggar in och signerar ansökan med sin e-legitimation. För juridiska personer krävs att behörig firmatecknare signerar ansökan. Skatteverket säkerställer i egenskap av infrastrukturansvarig att behöriga firmatecknare signerat ansökan genom en slagning mot Bolagsverkets näringslivsregister.

Mina meddelanden utvecklades initialt inom Verksam.se, vars syfte är att underlätta för små och medelstora företag. För behörighet till brevlådan användes samma lösning som för Skatteverkets e-tjänst på Verksam.se, vilket innebär att Skatteverket, i egenskap av ansvarig för brevlådan Min myndighetspost, gör en slagning mot Bolagsverkets register även i samband med inloggning i brevlådan. Firmatecknare anses alltid behöriga att ta del av posten. Även vissa roller såsom VD kan vara direkt behöriga att ta del av meddelanden. Utöver det kan firmatecknare dela ut medgivande till andra personer.

I Skatteverkets uppdrag ingår att ansluta privata brevlådeoperatörer till infrastrukturen. Med anledning av detta genomförde Skatteverket under våren 2013 en utredning om vilka säkerhetskrav som ska ställas på dessa operatörer. I utredningen identifierades tre olika typer av presumtiva brevlådeoperatörer. Behoven av säkerhetskrav bedömdes variera mellan dessa operatörer, och de säkerhetskrav som idag utgör en del av de allmänna villkoren för Mina meddelanden avsågs endast gälla för en av dessa typer. I utredningen föreslogs också att Skatteverket som infrastrukturansvarig skulle tillhandahålla registreringsfunktionalitet för registrering i FaR (förmedlingsadressregistret). Syftet var att minska det säkerhetsmässiga beroendet till brevlådeoperatörerna. Det föreslogs även en förenklad behörighetsstyrning, nedan kallad ”central behörighetsstyrning” i motsats till den lösning som finns i produktion idag som tillhandahåller s.k. lokal behörighetsstyrning. Avsikten var dels att avlasta brevlådeoperatörerna från den komplicerade behörighetshandlingen, dels att skapa större möjligheter för ombud att hantera företags post.

Den föreslagna lösningen avseende behörighetsstyrningen bedömdes oförenlig med arkitekturen för Mina meddelanden och därför mycket kostsam att införa. Skatteverket beslutade bland annat mot bakgrund av detta att inte införa utredningens förslag till behörighetsstyrning. Enligt samma beslut från september 2013 får privata brevlådeoperatörer inte hantera företag och meddelanden som skickas till företag inom infrastrukturen för Mina meddelanden. Beslutet gäller i avvaktan på att behörighetsfrågan, d.v.s. vem eller vilka som i förlängningen har rätt att ta del av meddelanden som adresserats till ett företag, utreds och krav för externa brevlådeoperatörers hantering av företag beslutas.

4.2 Vad behöver göras?

Hur kraven på varje brevlådeoperatör att utföra behörighetskontroll ska se ut är inte utrett. Ett alternativ kan vara att låta varje brevlådeoperatör fritt tolka uppgifterna i Bolagsverkets näringslivsregister utifrån grundnivån *"Brevlådeoperatören ska säkerställa att endast den eller de som är behöriga firmatecknare i bolaget i enlighet med de uppgifter bolaget har registrerat i Näringslivsregistret har rätt att läsa meddelanden som skickats till bolagets digitala brevlåda"*. För att privata brevlådeoperatörer inte ska behöva stå för kostnader i samband med behörighetskontroll kan det också vara ett alternativ att låta varje brevlådeoperatör bygga upp sitt eget "behörighetsregister".

En sådant öppet krav kan dock innebära risker då det inte kan uteslutas att dessa tolkningar inte lever upp till identifieringskraven på vem som är behörig firmatecknare. Vidare är det svårt att ställa en brevlådeoperatör till svars i det fall någon felaktigt fått tillgång till brevlådan om tydliga krav på behörighetskontroll inte funnits. Det kan heller inte uteslutas att avsändande myndigheter inte ser det som fullt säkert om det inte finns tydliga processer för vem eller vilka som har rätt att ta del av ett meddelande.

4.3 Åtgärder att genomföra under 2016

Under 2016 kommer Skatteverket att påbörja ett arbete för att möjliggöra för privata brevlådeoperatörer att hantera juridiska personer. Det är viktigt att den lösning som kommer på plats är robust och ytterligare stärker de avsändande myndigheternas förtroende för infrastrukturen. En bra lösning av denna fråga bedöms bidra till att stimulera aktivitet både hos potentiella avsändare och hos mottagare.

5 Affärsmodell och finansiering

Tre alternativa finansieringslösningar kan bli aktuella framöver, fortsatt finansiering genom frivilligt samverkande myndigheter, finansiering via anslag till Skatteverket, eller finansiering via transaktionsbaserade avgifter.

5.1 Finansiering genom frivilligt samverkande myndigheter

I nuläget vilar finansieringen av utveckling och förvaltning av Mina meddelanden på en frivillig samverkan mellan ett antal myndigheter. Överenskommelserna är ettåriga och varje höst behöver finansieringen för nästkommande år säkras. Detta innebär att det är svårt att hantera den långsiktiga utvecklingen av infrastrukturen. Inga avgifter för slagningar mot FaR tas ut när myndigheterna ska skicka meddelanden inom infrastrukturen.

Dagens finansierande myndigheter menar att det inte är hållbart med en fortsatt finansiering på detta sätt.

Hittills har anslutningstakten för myndigheterna varit långsam. Ett skäl till detta är att potentiella anslutande myndigheter upplever att avsaknaden av en långsiktig finansiering utgör en väsentlig osäkerhetsfaktor ("det är gratis idag men vad kommer det kosta imorgon?").

5.2 Finansiering via anslag

Som framgått ovan är det kritiskt att det är enkelt för alla parter att träda in i den nya infrastrukturen där alla anslutna tjänar på att många andra är med. För att underlätta uppbyggnaden samt minska byråkratin med avgifter mellan myndigheter är det önskvärt att medel avsätts för att undvika ersättningar.

Fördelar med anslagsfinansierat:

- Följer tanken med öppen data, information ska vara gratis att hämta för de som behöver den.
- Det behöver inte byggas upp en administration för fakturering och fakturahantering, d.v.s. en kundtjänst som kan svara på fakturafrågor och en eventuell anpassning av den tekniska lösningen.
- Det blir ingen risk för en svår årlig avräkning som måste ske för att undvika subventionering mellan myndigheterna.

5.3 Finansiering genom avgifter

Avgifter kan tas ut från avsändande myndigheter och det kan ske genom att ett pris debiteras för varje skickat meddelande inom infrastrukturen. Utgångspunkten är att avgifterna ska vara baserade på självkostnad. De kostnader som fördelas på antalet skickade meddelanden är utvecklings-, förvaltnings- och driftskostnader samt rörliga externa kostnader.

Fördelar med transaktionsfinansierat:

- En långsiktigt rättvis fördelning av kostnaderna mellan de som är anslutna till tjänsten (men förutsägbarheten blir lägre eftersom kostnaderna varierar med anslutningsgraden).

Under uppbyggnadsfasen uppstår dock ”orättvisor” då tidigt anslutande avsändare får ta en omotiverat hög kostnad, för att den egna verksamheten är snabb att följa regeringens och SKL:s gemensamma digitaliseringsmål.

Det är viktigt att observera att antalet inloggningar inte nödvändigtvis är proportionellt mot antalet sända meddelanden. I början tenderar antalet inloggningar att överstiga antalet sända meddelanden. I takt med att volymerna av sända meddelanden ökar sker en utveckling mot det önskvärda läget där antalet sända meddelanden överstiger antalet inloggningar.

Den ekonomiska modellen vid finansiering genom avgifter blir krånglig. Om Skatteverket ska ta självkostnad, d.v.s. dela upp kostnaderna per meddelande, så kommer styckkostnaden att minska i takt med att volymen blir större (de fasta kostnaderna delas upp på fler transaktioner). För att inte styckkostnaden för de först anslutna myndigheterna ska bli orimligt hög kommer det åtminstone under en övergångsperiod vara nödvändigt med kompletterande finansiering av infrastrukturen.

5.4 Argumentation från brevlådeoperatörer

I samtal med de privata brevlådeoperatörer har det blivit tydligt att vissa har svårt att hitta affären som motiverar en anslutning till konceptet Mina meddelanden. De anför att de kommer att ha kostnader för brevlådan, utveckling, underhåll och drift. Dessutom innebär de säkerhetskrav som ställs på inloggning med e-legitimation och firmateckningskontroll en rörlig kostnad för varje inloggning. I nuläget två privata brevlådeoperatörer⁶ anslutit sig och en tredje är på väg.

Konsekvenser för Mina meddelanden om ersättning till brevlådeoperatörerna införs

Utgångspunkten har varit att ingen ersättning ska ges till de privata brevlådeoperatörerna för att de tar emot myndighetspost. Skulle detta ändras så måste en modell för att överföra medel från det offentliga till externa brevlådeoperatörer hittas. Den skulle kunna vara baserad på antingen transaktionen, d.v.s. X kr erhålls per levererat meddelande i respektive brevlåda eller på beståndet, d.v.s. Y kr erhålls per privatperson och företag som finns registrerad i FaR med val av aktuell brevlådeoperatör. I båda dessa fall skulle priset bestämmas av Skatteverket och likna den valfrihetsmodell som tillämpas av e-legitimationsnämnden. Ett problem med detta alternativ är dock att det inte finns någon lagstiftning kring detta för Mina meddelanden, motsvarande den som finns kring svensk e-legitimation, varför det troligen skulle bli fråga om upphandling av brevlådorna. Hur detta skulle gå till behöver utredas vidare i grunden om vi ska gå den vägen.

Analys av valfrihetsmodellens för- och nackdelar

Valfrihetsmodellen har diskuterats som ett möjligt medel för att öka tjänsteutbudet bland brevlådeoperatörer. Argumentet har här varit att utbudet inte blir tillfredsställande så länge ingen ersättning betalas från avsändarna till anslutna brevlådeoperatörer. Det har dock hittills visat sig vara ett felaktigt antagande.

- Norge har i sin upphandling av brevlådeoperatörer visat att utbudet begränsades till två istället för målet med fyra operatörer trots att ersättning betalas.
- Den svenska modellen utan direkt ersättning har hittills visat sig stark med en statlig servicegarant och idag två privata alternativ i produktion och en tredje under avtals- och anslutningsprocess.

Mot denna bakgrund är det enligt Skatteverkets bedömning inte lämpligt att i närtid besluta om införande av en valfrihetsmodell. Processen måste anses irreversibel och alla tecken tyder idag på att Mina meddelanden når målen utan den modellen och med följande fördelar:

- Större valfrihet för de digitala mottagarna
- Större innovationsutrymme för samhället
- Markant lägre anslutningskostnader
- Betydligt lägre driftkostnader

⁶ Kivra och Digimail är anslutna samt att eBoks är på väg

Skatteverket rekommenderar att nuvarande affärsmodell gentemot anslutna brevlådeoperatörer behålls tills vidare. I stället bör service och stöd öka till operatörerna, till exempel genom att främja affärsmöjligheterna vi erbjuder genom avsändande volymer och avsändare, genom förbättrade trafikprognoser och rapporter och genom regelbundna användarundersökningar som görs tillgängliga för alla partners.

6 Digitaliseringskommissionens förslag

Regeringen beslutade 2012 att tillsätta en kommitté, Digitaliseringskommissionen, med uppgift att verka för att målet i den it-politiska strategin ”It i människans tjänst – en digital agenda för Sverige” uppnås och att regeringens ambitioner inom området fullföljs (dir. 2012:61).

Digitaliseringskommissionen lämnade i sitt slutbetänkande ”Digitaliseringens transformerande kraft – vägval för framtiden” (SoU 2015:91) förslaget att ”Regeringen bör under en 3-årsperiod främja en utfasning av traditionell posthantering från de statliga myndigheterna och ge samtliga individer och företag tillgång till en digital postlåda för att hantera post från myndigheterna. Den som så önskar ska på ett enkelt sätt, genom ett aktivt val, kunna behålla en traditionell posthantering. Vissa juridiska frågeställningar bör klargöras innan förslaget genomförs, utredningen bedömer att detta kan ske under den 3-åriga införandeperioden.”

Förslaget innebär att samtliga fysiska och juridiska personer ska uppmanas att antingen registrera sig för en digital brevlåda för att ta emot digital myndighetspost eller aktivt besluta sig för att behålla traditionell papperspost. Om en fysisk eller juridisk person beslutar sig för att behålla befintliga postrutiner ska detta kunna meddelas på ett enkelt sätt utan vidare motivering, t.ex. genom en anmälan på telefon eller via en webbsida. Utredningens förslag skiljer sig i detta avseende från det obligatorium som införts i Danmark där vissa kriterier ska vara uppfyllda för att man ska vara kvar med traditionell papperspost.

Genomförandet föreslås gå till så att efter en informationskampanj ge medborgare och företag möjlighet att välja och aktivera en brevlåda för myndighetspost. Aktiveringen sker via ett normalt registreringsförfarande för tjänsten. För det fall ingen aktivering skett efter två påminnelser per brev anses detta vara ett aktivt val om att behålla traditionell posthantering.

Effekten av förslaget blir att de som förhåller sig passiva blir kvar med traditionell papperspost.

7 Skatteverkets åtgärder

7.1 Meddelanden som skickas via Mina meddelanden

Från januari 2016 skickar elva myndigheter 63 olika meddelandetyper via Mina meddelanden. Det är Arbetsförmedlingen, Bolagsverket, Centrala studiestödsnämnden (CSN), Försäkringskassan, Pensionsmyndigheten, Skatteverket, Statens tjänstepensionsverk (SPV), Tomelilla kommun, Transportstyrelsen, Tullverket och Värnamo kommun.

Skatteverket skickar för närvarande följande meddelanden via Mina meddelanden:

- bekräftelse på anmälan om kassaregister
- beslut om undantag från kassaregister
- bekräftelse på anmälan om personalliggare i byggbranschen
- beslut om särskild inkomstskatt för bosatta utomlands
- meddelande om ändrad folkbokföring – en bekräftelse på flyttanmälan
- meddelande om avregistrering av företag
- meddelande om organisationsnummer
- om genomförda ROT- och RUT-tjänster
- beställda saldobesked
- utbetalningar
- behörighet att använda e-tjänster på skatteverket.se
- borgenärsärenden
- fastighetstaxering 2015 – nya beslut för småhus, lantbruk och hyreshus
- beslut om preliminär A-skatt (särskild beräkningsgrund)
- omprövningsbeslut om preliminär A-skatt (jämningsbeslut)
- beslut om preliminär A-skatt (A-skattsedel) som beställts via skatteverket.se eller servicetelefonen
- beslut om debiterad preliminärskatt
- kvittens på uppdragsanmälan för medlemmar i samverkande branschorganisationer
- betalningsuppsmaningar
- betalningskrav
- övervägande om förseningsavgift vid inlämning av den periodiska sammanställningen
- beslut om förseningsavgift vid försenad inlämning av den periodiska sammanställningen
- beslut om att få lämna den periodiska sammanställningen per kvartal
- inkomstdeklaration – förfrågningar, överväganden, meddelanden och beslut

7.2 Skatteverkets planer för 2016

Under 2016 kommer Skatteverket att arbeta vidare med att ytterligare förbättra infrastrukturen och att tillgängliggöra fler meddelandetyper.

7.2.1 Fler meddelanden kommer 2016

2016 planerar Skatteverket att börja skicka fler meddelanden via Mina meddelanden, som:

- Påminnelse att lämna moms- och arbetsgivardeklaration
- Underrättelse om omprövningsbeslut för moms, arbetsgivaravgifter och avdragen skatt
- Kvittens på uppgiftslämnandepapper, kontrolluppgifter
- Lön och pension utomlands, SINK
- Företagsregistrering, meddelande och beslut
- Inkomstbeskattning, skattebesked
- Inkomstbeskattning, meddelande om ändrad uppgift

7.2.2 Bättre digital service och service enbart digitalt

Skatteverket planerar att från 2017 tidigarelägga utskicken av slutskattebeskeden och utbetalningen av överskjutande skatt till början av april för privatpersoner som inte gör några ändringar, deklarerar digitalt, har anmält bankkonto samt är anslutna till Mina meddelanden.

Skatteverket har meddelandetyper som lämpligtvis kan erhållas enbart digitalt, s.k. servicemeddelanden. Exempel är information om att det är dags att lämna arbetsgivardeklaration, information om att det är dags att lämna mervärdeskattedeclaration samt utskick av registreringsbevis vid registrering av F-skatt.

Skatteverket planerar att utreda om det finns fler meddelanden som kan vara lämpliga som servicemeddelande och således endast skickas digitalt utöver att informationen i vissa fall även kan nås på Skatteverkets webbplats via Mina Sidor.

7.2.3 Företagens digitala post hos privata brevlådeoperatörer

Under 2016 ska förutsättningar skapas för privata brevlådeoperatörer att hantera digital myndighetspost till juridiska personer. Det är viktigt att den lösning som kommer på plats är robust och ytterligare stärker de avsändande myndigheternas förtroende för infrastrukturen. En bra lösning av denna fråga bedöms bidra till att stimulera aktivitet både hos såväl potentiella avsändare som hos mottagare. Det är också ett viktigt steg i strävan att öppna för helt nya partner och innovationer för att minska små och medelstora företags administrativa börda.

8 Slutsatser och förslag

8.1 Många fördelar

Mina meddelanden har många fördelar för både mottagare och avsändare av information. Ledtider kortas och servicen förbättras till privatpersoner och företag. Det ger en effektivare användning av gemensamma resurser och en minskad belastning på miljön. Digital post är snart det mest efterfrågade sättet bland privatpersoner och företag för att ta emot post från statliga myndigheter, kommuner och landsting.

En stor fördel är att det är möjligt för myndigheter att skicka meddelande via e-post eller sms till medborgare och företag utan att varje myndighet skapar och underhåller register med dessa kontaktuppgifter. Mottagare av information behöver endast uppges och uppdatera sina kontaktuppgifter på ett ställe, nämligen i Mina meddelanden. Myndigheter kan då enkelt skicka meddelanden som inte innehåller känslig information direkt till mottagaren genom e-post eller sms via brevlådeoperatören. Om meddelandet innehåller känslig information kommer i stället e-post eller sms med en notis om att det finns ett meddelande att läsa i brevlådan eller på annat ställe som t.ex. Mina Sidor.

Företagarna ser nytta med att få löpande inblick i ärendehantering hos myndigheterna. I dagsläget försöker de skapa sig en bild över vad som har hänt i ärenden, men vet inte alltid vad som händer just nu och vad som kommer att hända framöver. Avsaknaden av information om vad som kommer att hända i ärenden leder till oro och frustration. Vissa företagare ringer kundtjänst eller handläggare när de undrar vad som händer i ärendet. Andra företagare avvaktar eftersom de litar på att de offentliga aktörerna arbetar med ärendet och att besked kommer så fort det är möjligt.

Att få statusinformation om ärenden i en digital brevlåda är ett sätt att möta behovet av att få information om ärendestatus. Att myndigheter skickar händelsemeddelanden verkar kunna möta företagarnas behov av statusuppdateringar på ett bra sätt. Företagarna vill främst ha en beskrivning av vad som händer just nu, besked om att deras handlingar har tagits emot och om man förväntas göra något för att ärendet ska kunna hanteras vidare.

Händelsemeddelanden skickas från flera myndigheter redan idag men då i egna, lokala lösningar. Genom att samordna och standardisera ärenderapporteringen från offentlig verksamhet i en och samma kanal ökar tydligheten och kundnyttan för mottagaren. Det är därför viktigt att så många avsändare som möjligt inte bara ansluter sådant man idag skickar som papperspost, utan även snabbt ansluter och levererar nya händelsemeddelanden.

8.2 Användningen måste öka

Även om fördelarna är många och de flesta upplever digital post som något positivt går utvecklingen alltför långsamt. I dagsläget är anslutningen så låg att nyttan är starkt begränsad för såväl avsändare som mottagare.

Problemet är att varje enskild avsändare och mottagare inte har så starka skäl att ansluta sig så länge det finns få avsändare och mottagare. Det är således rationellt för varje enskild

avsändare och mottagare att avvakta. Sverige riskerar därför att fastna i ett låst läge med låg anslutning hos såväl avsändare som mottagare. Därmed riskerar Sverige att även fortsättningsvis ligga efter bland andra Danmark, Nederländerna och Norge när det gäller digital post. Sverige har idag endast ca 400 000 registrerade mottagare.

För att komma ur denna olyckliga låsning är det enligt Skatteverkets mening angeläget att skapa väsentligt starkare drivkrafter för såväl avsändare som mottagare att ansluta sig till Mina meddelanden. Det krävs att en kritisk massa uppnås för att sätta bollen i rullning så att den olyckliga låsning som råder idag bryts.

Mot denna bakgrund föreslår Skatteverket att regeringen vidtar tillräckligt kraftfulla åtgärder för att förmå ett tillräckligt antal avsändare och mottagare att ansluta sig till Mina meddelanden. Syftet är att uppnå en språnghvis ökning av digital post upp till minst dansk nivå. Åtgärderna bör uppmuntra och styra anslutning för såväl avsändare som mottagare.

En åtgärdskategori är att skapa förutsättningar för förbättrad funktionalitet så att tjänsten blir mer attraktiv för såväl avsändare som mottagare. En annan åtgärdskategori är en informationskampanj om fördelarna med anslutning. En tredje åtgärdskategori är att mottagare erbjuds viss service digitalt som inte är tillgänglig pappersvägen. En fjärde åtgärdskategori är att anslutningen görs obligatorisk för statliga myndigheter samt i viss utsträckning även för mottagarna. En femte åtgärdskategori är att vissa betalningar eller förmåner som genererar post villkoras med anslutning till Mina meddelanden.

Skatteverkets bedömning är att krävs betydande åtgärder av dessa slag för att ett tillräckligt stort antal avsändare och mottagare ska ansluta sig till Mina meddelanden och så att Sverige med ett språng kan komma ur nuvarande låsta läge. Vissa åtgärder kan genomföras ganska snabbt medan andra kräver systemutveckling och andra förberedelser.

För att underlätta bland annat marknadsföringen av genomförandet föreslår Skatteverket att många av dessa ändringar genomförs dagen "Digital" den 1/1 2018. Denna tidpunkt är väl anpassad med hänsyn till regeringens ställningstagande i budgetpropositionen för 2015 (Prop. 2014/15:1 utgiftsområde 22) att mellanstora och större myndigheter ska ha anslutit relevanta meddelandeflöden till Mina meddelanden senast 2017. Införandet bör dock ske med hänsyn tagen till myndigheternas förutsättningar.

8.3 Rekommendationer till regeringen

Nedan lämnar Skatteverket ett stort antal förslag som syftar till att öka användningen av Mina meddelanden.

8.3.1 Förutsättningar

Förutsättningar handlar om att Mina meddelanden måste kunna fungera väl och ge både avsändare och mottagare tillräcklig funktionalitet för att tjänsten ska uppfattas som attraktiv och ändamålsenlig. Dessa åtgärder är angelägna för att åstadkomma en kraftig ökning av antalet användare och bör genomföras så snart det är möjligt.

Affärsmodell och finansiering

Frågan om en långsiktig affärsmodell och finansiering som kan hantera alla inblandade intressenters behov och förutsättningar adresseras ovan i avsnitt 5. Erfarenheter från internationella jämförelser pekar på att en central finansiering via anslag är en viktig förutsättning för framgång.

Skatteverket föreslår därför att Mina meddelanden från och med 1/1 2017 finansieras via anslag eller via annan central finansiering som inte innebär en merkostnad när en myndighet ansluter sig eller när myndighetens meddelandeflöden ökar.

Utöka kretsen av möjliga avsändare

För att ytterligare stärka värdet och relevansen för digital post från offentlig sektor bör privata aktörer i offentligt finansierad verksamhet, bland annat friskolor och vårdföretag, kunna skicka digital post på samma villkor som myndigheter i Mina meddelanden.

En hemställan om ändring i Förordning (2003:770) om statliga myndigheters informationsutbyte lämnades in gemensamt av Bolagsverket, Skatteverket, Tillväxtverket och SKL i december 2012. Det hemställdes att förordningens 5 § skulle ändras så att Skatteverkets uppdrag skulle innefatta

- att föra ett förmedlingsadressregister och tillhandahålla uppgifter ur registret om anslutna, vilken brevlådeoperatör de har och nödvändiga anknytande uppgifter,
- att myndigheter under riksdagen samt, kommuner, landsting och kommunalförbund får anslutas som mottagare,
- att myndigheter under riksdagen, kommuner, landsting, kommunalförbund och enskilda får anslutas som avsändare,
- att ändamålet för behandlingarna vidgas i motsvarande omfattning.

Kommuner och landstings möjlighet att ansluta som avsändare är omhändertaget och ledde till ändring i förordningen under slutet av 2013. Övriga delar i hemställan har ännu inte föranlett någon förändring av förordningen.

Att privata aktörer i offentligt finansierad verksamhet inte kan ansluta till Mina meddelanden är ett hinder för att öka trafikvolymen och därmed företagens incitament att ansluta. Dessutom innebär det att information från en kommunal verksamhet till en enskild kan komma att skickas via olika kanaler, beroende på om den kommunala verksamheten utförs av privat aktör eller av kommunen i egen regi. För mottagaren som valt att ansluta till Mina meddelanden för att få digital post från myndigheter kan det uppfattas som märkligt att trots detta få papperspost från vissa utförare.

En förordningsförändring bör genomföras som senast den 1/1 2017 ger privata utförare i offentlig regi samma möjlighet att skicka digital post i Mina meddelanden som myndigheter i enlighet med hemställan från Bolagsverket, Skatteverket, Tillväxtverket och SKL.

Dubbelriktad kommunikation

Idag skickas endast meddelanden från myndigheter till mottagare via Mina meddelanden. Det har vid olika användarundersökningar och myndighetskontakter indikerats att det finns en förväntan på att det ska vara möjligt för mottagarna att svara från den digitala brevlådan. Det har framförts önskemål om att det bör finnas en inbyggd funktion i brevlådan för att formulera svarsmeddelanden och kanske även kunna starta egeninitierade ("nya") konversationer. Man drar här paralleller till hur traditionella epostsystem som Outlook och Gmail fungerar där meddelanden kan skapas, sparas som utkast och där adressering och utformning styrs mer av den enskilde själv. Mottagningsbevis kan byggas in som en del av brevlådan.

För att ändå åstadkomma en form av dubbelriktad kommunikation används idag hyperlänkar i meddelandetexten som mottagaren kan klicka på för att återkoppla istället för att svara från brevlådan. När mottagaren trycker på en sådan länk kan hen till exempel komma till en e-tjänst eller ett formulär på en myndighets webbplats. Detta bedöms dock inte som tillräckligt utan det behövs funktionalitet som möjliggör ökade kommunikationsmöjligheter direkt från brevlådan.

Förordningen för Mina meddelanden saknar idag stöd för dubbelriktad kommunikation varför förordningen skulle behöva ändras om dubbelriktad kommunikation på annat sätt än via hyperlänkar ska införas.

Ett utökat stöd för dubbelriktad kommunikation i Mina meddelanden bör införas senast 1/1 2018 så att medborgare och företag kan svara på meddelanden och initiera egna meddelanden från sina brevlådor.

Regelverket för brevlådeoperatörer behöver ses över. Det är inte självklart att kräva att varje brevlådeoperatör ger stöd för denna funktion, men det kan visa sig vara ett bra sätt att diversifiera tjänsteutbudet och segmentera mottagarna för att öka serviceutbudet och konkurrensen på marknaden.

8.3.2 Information om möjligheter och fördelar

Mina meddelanden och dess möjligheter är okända och enbart genom att göra tjänsten och fördelarna mer kända skulle antalet användare öka.

Digitaliseringskommissionen föreslår att samtliga fysiska och juridiska personer uppmanas att registrera sig för en valfri digital brevlåda för att ta emot digital myndighetspost eller aktivt besluta sig för att behålla befintliga postrutiner. Förslaget innebär en offensiv kampanj med budskap till privatpersoner och företag om fördelarna med Mina meddelanden och uppmaning att aktivera valfri digital brevlåda inom Mina meddelanden. Skatteverket anser att förslaget om en offensiv kampanj är mycket bra och något som bör genomföras redan under 2017 innan övriga åtgärder som beskrivs nedan införs.

De undersökningar som genomförts pekar på att information från myndigheterna är en mycket trovärdig källa som kommer att ha stor påverkan på anslutningstakten. Det är därför viktigt att myndigheter tar sitt ansvar i denna fråga. Förutom en allmän kampanj bör alltså varje myndighet föra ut information i sin ordinarie kommunikation, i sina ordinarie kanaler och kontakter.

Myndigheter bör ges i uppdrag att via sin ordinarie kommunikation, i sina ordinarie kanaler och kontakter informera om fördelarna med Mina meddelanden och uppmana medborgare och företag till anslutning.

Myndigheter kan med fördel använda det material som redan tagits fram om Mina meddelanden för att öka kännedomen. Materialet består bland annat av en animerad film som kan användas internt och på myndighetens egen webbplats, banners för webb, annonser för tryck samt trycksaker.

8.3.3 Bättre digital service och service enbart digitalt

Ge Skatteverket och andra lämpliga myndigheter i uppdrag att välja ut ett antal s.k. servicemeddelanden som från och med den 1/1 2018 endast skickas via Mina meddelanden och således inte längre via papperspost. Som exempel på tänkbara servicemeddelanden kan nämnas meddelanden om att det snart är sista dagen för att lämna en viss uppgift, att deklarerar eller att betala ett visst belopp. Andra exempel är bekräftelse på att en ansökan eller deklARATION tagits emot. Ytterligare exempel är att giltighetstiden för ett pass, körkort eller annat id-kort snart går ut.

Myndigheterna kan introducera nya servicemeddelanden redan nu och i fram till 2018 erbjuda dessa antingen enbart digitalt eller digitalt och via papper för att efter en viss dag endast tillhandahålla dem digitalt. Skatteverket anser att det finns ett värde ur kommunikationssynvinkel att pappersposten upphör samma dag för flera flöden och för flera myndigheter och att den 1/1 2018 kan vara en lämplig tidpunkt.

Då sådana meddelanden inte längre sänds med papperspost utan endast går ut till dem som anslutit sig till Mina meddelanden efter den 1/1 2018 kan dessa inte omfatta information som måste gå ut till berörda av legitimitets- eller rättssäkerhetsskäl. T.ex. kan ett övervägande om ändring av inkomstskatt inte bli ett servicemeddelande eftersom det av

legitimitets- och rättssäkerhetsskäl bör nå skattebetalarna oavsett de valt digital post eller inte. För viss information kan myndigheten inte utan författningsförändring övergå till servicemeddelanden och i dessa fall krävs således författningsförändringar.

Lämpliga servicemeddelanden inom Skatteverkets ansvarsområde är bland annat meddelanden om att det är dags att lämna arbetsgivardeklaration, meddelande om att det är dags att lämna mervärdeskattedecklaration och registreringsbevis vid registrering av F-skatt. Skatteverket planerar att införa dessa tre servicemeddelanden.

Skatteverket planerar att tidigarelägga utbetalning av överskjutande skatt till april i samband med inkomstdeklarationen 2017 för privatpersoner som är anslutna till Mina meddelanden och inte gör några ändringar samt deklarerar digitalt och har anmält bankkonto för utbetalning av överskjutande skatt.

I likhet med Skatteverkets planer att tidigarelägga utbetalning av överskjutande skatt i samband med inkomstdeklarationen till april för de som anslutit till Mina meddelanden är det enligt Skatteverket önskvärt att även andra myndigheter försöker hitta områden där ”digitalt först” medför tydliga mervärden för de som är anslutna till Mina meddelanden.

8.3.4 Obligatorisk anslutning

Skatteverket anser att bättre förutsättningar, ökad marknadsföring och servicemeddelanden är angelägna men att dessa åtgärder ändå inte är tillräckliga för att säkra tillräckliga incitament för myndigheter, medborgare och företag att ansluta sig så att Sverige ska ta ett språng till markant ökad användning av Mina Meddelanden.

För att ta ett avgörande steg från det nuvarande läget, med begränsade incitament för både medborgare och företag som myndigheter att ansluta sig, krävs det enligt Skatteverkets bedömning, kraftiga åtgärder. Det krävs att en kritisk massa uppnås för att sätta bollen i rullning så att den olyckliga låsning med den brist på incitament för alla aktörer som råder idag ska brytas.

Erfarenheter från Danmark talar också för att flera och kraftiga åtgärder är nödvändiga för att få fart på användandet av digital post. Det visar sig också att anslutna användare är nöjda med den digitala posten.

Obligatoriskt för myndigheter att ansluta

För att snabbt öka antalet avsändare och mottagare av digital post bör det vara obligatoriskt för myndigheter att ansluta relevanta flöden till Mina meddelanden och därmed erbjuda privatpersoner och företag möjligheten att välja bort papper i sin myndighetskommunikation.

Som framgått ovan har de stora och medelstora myndigheterna i uppdrag att ansluta relevanta meddelandeflöden senast 2017. Det är mycket viktigt att detta uppnås för att öka mottagarnas incitament att ansluta sig till Mina meddelanden.

Inom ramen för detta uppdrag har en enkät skickats till de myndigheter vars anslutning ska följas upp. Av de tillfrågade myndigheterna är det 43,4 procent som ännu inte har övervägt att ansluta och 14,5 procent som har beslutat sig för att inte ansluta. Av enkätsvaren framgår vidare att nio myndigheter har portokostnader över 5 miljoner. Av dessa nio är sex stycken anslutna till Mina meddelanden med varierande antal flöden. Samtliga nio gör bedömningen att de kommer nå målet och vara anslutna till 2017. I takt med att de stora myndigheterna ansluter fler flöden ökar nyttan för företagen att vara anslutna.

Anslutningen av myndigheternas flöden till Mina meddelanden går långsamt och en anledning kan vara att myndigheterna inte tydligt uppfattar att de idag har uppdraget att ansluta till Mina meddelanden.

Uppdraget att ansluta relevanta flöden senast 2017 bör förtydligas och göras obligatoriskt för lämpliga myndigheter genom att kravet skrivs in i myndigheternas regleringsbrev för 2017.

Obligatorium för aktiebolag

I likhet med Danmark och Nederländerna bör det även bli obligatoriskt för företag att ansluta till Mina meddelanden. Detta bör dock ske på ett sätt som uppfattas som rimligt och legitimt, vilket kräver undantag samt möjlighet till dispens. De flesta företag har digital förmåga och det finns uppenbara fördelar vilket har beskrivits ovan. Att anslutningen ändå sker långsamt kan delvis förklaras med att det tar tid att ändra på vanor. När en övergång väl sker till digital post är man oftast nöjd. För att öka anslutningstakten i tillräcklig omfattning och inom rimlig tid räcker det inte med att marknadsföringskampanjer och erbjudanden, det krävs tydligare incitament. Det behövs lagstiftning om att anslutning till Mina meddelanden. Att ansluta till Mina meddelanden är enkelt, kostnadsfritt och öppnar nya smidiga möjligheter för företagen att hantera sin myndighetspost samt på sikt eventuellt även annan post.

Därför rekommenderar Skatteverket att anslutning till Mina Meddelanden blir obligatorisk för aktiebolag från den 1/1 2018 men med möjlighet till undantag och dispens. Aktiebolag är en lämplig grupp eftersom de normalt kan antas ha tillräcklig digital förmåga och gruppen totalt sett erhåller mycket post för myndigheterna. I kombination med bättre funktionalitet och fler anslutna myndigheter är det denna åtgärd som mest effektivt och mest kraftfullt kan åstadkomma en tydlig förändring från få användare till många användare och därigenom öka nyttan för alla parter.

Undantag från obligatoriet bör gälla för aktiebolag som inte kan företrädas genom svensk e-legitimation (exempelvis utländska firmatecknare). Det bör även vara möjligt att ansöka om dispens om det finns omständigheter i det enskilda fallet som gör det olämpligt att kräva anslutning till Mina meddelanden. Det kan handla om att företrädaren för aktiebolag saknar uppkoppling eller tillgång till dator. Dispens bör lämnas med de villkor och i den utsträckning som är nödvändigt för att reglerna ska uppfattas som legitima.

8.3.5 Utökade formkrav för vissa typer av ansökningar

För tjänster där ansökning endast kan ske elektroniskt skulle en möjlighet vara att ta ett steg ytterligare och kräva anslutning till Mina meddelanden för att kunna ansöka.

Inom Skatteverkets område skulle det vara möjligt att bygga vidare på det som idag gäller för utförare inom ROT/RUT. En utförare inom ROT/RUT-systemet lämnar, efter att ha mottagit betalning från kunden, in en ansökan om utbetalning från Skatteverket. Numera kan ansökan om utbetalning enbart ske digitalt via en e-tjänst. Obligatoriet infördes för köp som betalats från och med 1 april 2015. I samband med införandet fanns möjlighet till dispens från obligatoriet under som mest 6 månader från beslut om dispens. Det inkom totalt 1280 ansökningar om dispens, vilket motsvarar ca 1,5 % av de aktiva utförarna 2015. De sista dispenserna löpte ut den 5 december 2015. Obligatoriet har inte genererat något omfattande motstånd och fungerar idag mycket väl.

Utifrån denna erfarenhet kan ett kompletterande formkrav om anslutning till Mina meddelanden för ansökan om utbetalning vara ett lämpligt nästa steg. De berörda företagen företräds redan idag genom e-legitimation och har visat sig ha god digital förmåga. Användande av Mina meddelanden borde därför passa dem förhållandevis väl. Vid en ansökan om utbetalning skickas idag pengarna ut så fort ansökan är behandlad och samtidigt genereras ett beslut till utföraren. Det innebär att utföraren i normalfallet får pappersbrevet med beslutet efter det att pengarna betalats ut. För en, till Mina meddelanden, ansluten utförare kommer pengarna och beskedet mer i samband med varandra. Detta skulle sannolikt innebära en fördel för utförarna.

ROT/RUT ersättning utbetalas också till utförare från andra länder inom EU. Dessa är idag ca 1500 st och saknar normalt svensk e-legitimation. Mot denna bakgrund bör utförare som saknar möjlighet att företrädas genom svensk e-legitimation undantas från formkravet på anslutning till Mina meddelanden.

Regeringen bör därför ge Skatteverket och andra lämpliga myndigheter i uppdrag att överväga om det inom myndigheternas ansvarsområden finns ärenden där ansökan bör kopplas till ett krav på anslutning till Mina meddelanden. Det kan avse ärenden som genererar mycket post från myndigheten till den sökande och där antingen ansökningsförfarandet redan idag är enbart digitalt eller för andra ärenden där ansökningsförfarandet ännu inte är enbart digitalt, men bör bli det.

9 Bilagor

9.1 Bilaga 1 - Slutrapport Mina meddelanden, Nowa kommunikation.

Slutrapport – Mina meddelanden

1. Inledning

Skatteverket har ett regeringsuppdrag att följa upp statliga myndigheters anslutning till Mina meddelanden. I uppdraget ingår att under 2015 se över och underlätta företags användning av tjänsten. Som en del i det arbetet ingår att öka kännedomen om tjänsten samt att kommunicera fördelarna med en digital brevlåda till företag.

Tre mål definierades för kommunikationsinsatserna:

- Öka kännedomen om tjänsten och fördelarna med en digital brevlåda
- Öka trafiken till kampanjens landningssida (minameddelanden.se/2015q4foretag)
- Öka antalet företagsanvändare

2. Medieplan

En medieplan togs fram där syftet var att bearbeta målgruppen som definierades till företag med upp till 50 anställda. Det visade sig att det fanns över en miljon företag i målgruppen samt att nyckelpositioner att nå på företagen var VD, ledning samt ekonomiansvariga.

Eftersom tjänsten är digital rekommenderade Nowa Kommunikation att i hög utsträckning fokusera marknadsföringsinsatserna till digitala och sociala medier.

Digitalt:

Bonnier Ad Network

Via Bonniers nätverk rekommenderade Nowa annonsering i nätverket Ad Network med inriktning mot ekonomi. Mina meddelanden syntes på sajter såsom DI, Privata Affärer samt Veckans Affärer. Totalt genererades 615 022 visningar, 674 klick och en klickfrekvens på 0,110 procent under kampanjen.



Bonnier Ad Network

Webtraffic

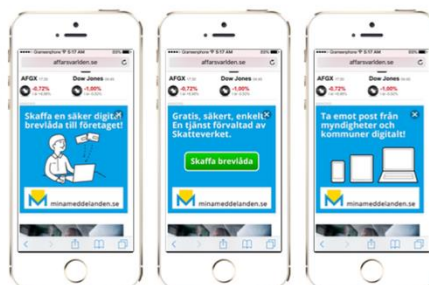
Annonser styrdes mot beslutsfattare på sajter såsom Aftonbladet, Blocket och Hitta. För att ingå i segmentet beslutsfattare krävdes det att personen har använt specifika sökord samt besökt utvalda underkategorier på nätverket. Totalt genererades 2 921 590 visningar, 1 191 klick och en klickfrekvens på 0,041 procent uppmättes.



Webtraffic

Widespace

Mobilannonsering skedde via annonsnätverket Widespace. Annonser syntes på sajter inom ledarskap, ekonomi, teknik och media med fokus på B2B. Totalt genererades 666 667 visningar och 2 677 klick med en klickfrekvens på 0,40 procent.



Widespace

LinkedIn

Annonser styrdes mot specifika branscher, yrkestitlar, erfarenheter samt kunskaper med annonser i högerspalten. Genomslaget på LinkedIn blev inte stort, och därför allokerades resurser om till Facebook som uppvisade bättre resultat under kampanjens gång. Totalt genererades 43 752 visningar, 17 klick och en klickfrekvens på 0,039 procent.



LinkedIn

Facebook

På Facebook riktades annonserna mot målgruppen egenföretagare, frilans och personer med egen F-skatt. Målgruppens storlek uppgick till 170 000 personer. Att nå 100 procent av dessa personer var inte möjligt då vi för kampanjen inte hade möjlighet att annonsera via mobilen. Trots det blev räckvidd i målgruppen 129 000 personer och uppnådde målet med en klickfrekvens på minst 0,1 % vilket är ett mycket gott resultat. Totalt 3 760 187 visningar och 3 937 klick genererades under kampanjen.



Egen företagare, se hit!
minameddelanden.se
Få post digitalt från myndigheter med en ny
säker tjänst från Skatteverket.

Facebook

Print:

Som ett komplement till de digitala insatserna användes traditionell printannonsering i tidningarna Veckans Affärer och Dagens Industri. Båda tidningar har högt anseende och hög affinitet i målgruppen. Beslutsfattare i spannet små till större företag samt personer som arbetar med ekonomi, redovisning och finans exponerades för vårt budskap.



Dagens Industri

Veckans Affärer

PR:

Som PR-insats togs två pressmeddelanden fram. Det första pressmeddelandet hade rubriken ”Myndigheterna satsar på ökad digital säkerhet”. 86 redaktioner fick pressmeddelandet skickat till sig och 16 stycken av dessa tidningar bearbetades sedan via telefon. Tidningarna som bearbetades valdes ut eftersom de hade ett tydligt fokus på företagande. Som exempel kan tidningarna Starta eget, Företagaren och Du&Co nämnas. Pressmeddelandet fick genomslag i tre källor:

Affärer i norr: <http://www.affarerinorr.se/nyheter/2015/november/myndigheterna-satsar-paa-digital-saekerhet/>

Bolagsverket: <http://www.bolagsverket.se/om/oss/nyheter/arkiv/2015/myndigheterna-satsar-pa-okad-digital-sakerhet-1.12277>

Pressmeddelandet publicerades också på Mina meddelandens hemsida:

<http://www.minameddelanden.se/mm/375.html>



Pressmeddelande
Datum:
2015-11-18

Myndigheterna satsar på ökad digital säkerhet

I dagarna pågår en kampen för att alla härskaren om den gemensamma tjänsten Mina meddelanden. Tjänsten som gör det möjligt för både företagare och privatpersoner att ta emot myndighetspost digitalt, samlet i en säker digital brevlåda.

Vi har tänkt på en ligger till med den senaste utvecklingen då vi inte har tillräckligt många myndigheter som skickat sin post digitalt. Men nu börjar det ta fart och företagen börjar se nyttan med att ta emot post på det här sättet och myndigheter sätter, säger Eric Thoren, chef för tjänsten och chef för Skatteverkets kundtjänst.

Det som krävs för att ta emot post från myndigheterna digitalt utöver för som papperspost är att företagen skaffar en säker digital brevlåda. Tjänsten som gör det möjligt för myndigheterna att skicka och skaffa en brevlåda godkänd för tjänsten med hjälp av sin e-legitimation. Företag som inte har skaffat en brevlåda kan fortfarande ta emot sin post på det gamla sättet.

Allt arbetet till brevlådan krävs e-legitimation. När den öfer de som har tillräckligt utbildad utbildningen kan skicka sina och betona posten som kommer digitalt. Det gör att man för skatteverket och bolagsverket minimerar med den här tjänsten, säger Eric Thoren.

Den digitala säkerheten i hela kedjan från avsändare till mottagare gör att myndigheterna kan skicka känsliga uppgifter digitalt. Det har tidigare inte varit möjligt på annat sätt än genom rekommenderade brev. Vardag e-post är heller inte säkert.

Det innebär också en bättre hantering och snabbare svar och feedback till företagen, eftersom de besvarar i god baktid för samhället och för analysen genom att skicka posten digitalt utöver för på papper, säger Eric Thoren.

Tjänsten Mina meddelanden är frivillig för användaren och helt kostnadsfri.

Kontaktpersoner

Eric Thoren, enhetschef kundtjänstverksamheten, 010-57 84 18
Skatteverkets pressavdelning, 010-57 84 99 00

Vid allmänna frågor, kontakta Skatteupplysningsenheten, 0771-567 567

Mina meddelanden är utvecklad i samarbete med Skatteverket i samarbete med andra myndigheter och har varit i bruk sedan 2011. Inget av de 300 000 företagen som använder tjänsten är utvecklad i samarbete med Skatteverket. För mer information om tjänsten och hur den används, kontakta Skatteverket, 010-57 84 18. För mer information om tjänsten och hur den används, kontakta Skatteverket, 010-57 84 18. För mer information om tjänsten och hur den används, kontakta Skatteverket, 010-57 84 18. För mer information om tjänsten och hur den används, kontakta Skatteverket, 010-57 84 18.

Skatteverket | Mina Meddelanden | 171 94 Solna | Telefon: 0771-567 567
info@minameddelanden.se | www.minameddelanden.se

Pressmeddelande ”Myndigheterna satsar på ökad digital säkerhet”

Ytterligare ett pressmeddelande vid namn ”Säkrare post för företagare” har tagits fram för att lyfta användarperspektivet. Pressmeddelandet skickades ut den 8 december.

3. Resultat

Nedan presenteras en sammanställning av statistiken från annonseringen:

Kanal	Visningar	Klick	CTR %
Bonnier Ad Network	615 022	674	0,110
Webtraffic	2 921 590	1 191	0,041
Widespace	666 667	2 677	0,40
LinkedIn	43 752	17	0,039
Facebook	3 760 187	3 937	0,10
Totalt:	8 007 218	8 496	0,106

Facebook levererade flest visningar samt klick, och Widespace levererade bäst klickfrekvens. Lägst antal visningar och klick uppmättes på LinkedIn. LinkedIn är även den kanalen där lägst klickfrekvens uppmättes.

Resultatet på Google Analytics visade att kampanjsidan hade 6 958 sidvisningar under perioden 1 november till 1 december. Det skiljer således drygt 1 500 klick (8496-6958) från de kanaler som redovisats ovan och den statistiken som finns att tillgå från Google Analytics. En förklaring är att besöken inte registreras på Google Analytics kan vara att besöket är för kort eller att besökaren inte accepterar cookies. Det kan också vara värt att nämna att det på tidningsannonserna hänvisas till sidan minameddelanden.se och inte specifikt till kampanjsidan, vilket kan innebära att t.ex. besöken från printannonserna har registrerats på sidan minameddelanden.se och inte på kampanjsidan.



Sida	Sidvisningar	Unika sidvisningar	Gen. tid på sidan	Ingångar	Avvisningsfrekvens	% utgång	Sidvärde
	6 958 % av det totala antalet: 6,85 % (101 534)	6 378 % av det totala antalet: 7,89 % (80 876)	00:02:06 Gen. för vy: 00:00:28 (347,15 %)	6 374 % av det totala antalet: 23,26 % (27 402)	86,79 % Gen. för vy: 28,76 % (201,84 %)	88,04 % Gen. för vy: 26,99 % (226,23 %)	0,00 kr % av det totala antalet: 0,00 % (0,00 kr)
/2015q 1. 4foreta g	6 958(100,00 %)	6 378(100,00 %)	00:02:06	6 374(100,00 %)	86,79 %	88,04 %	0,00 kr (0,00 %)

Av statistiken från Google Analytics kan vi avläsa att sidan har en hög avvisningsfrekvens på 86,79 procent. Avvisningsfrekvensen innebär den andel av besökare som bara tittar på en sida på minameddelanden.se, kampanjsidan. Eftersom kampanjsidan hänvisar till andra externa sidor t.ex. Min myndighetspost, Digimail och Kivra är det inte konstigt att avvisningsfrekvensen är hög. Är syftet med kampanjsidan att hålla besökare kvar på sidan minameddelanden.se kan det vara en idé att se över landningssidans funktionalitet så att den stödjer det.

Nedan illustreras de sju källor som Google Analytics har uppmätt att besökarna i högst utsträckning kommer ifrån samt den genomsnittliga tid besökarna spenderat på sidan. Den genomsnittliga besökaren spenderade två minuter och sex sekunder på sidan.

Källa	Sidvisningar	Genomsnittlig tid (sek)
Facebook	3 184	168,76
Direkta besök	1 617	108,80
Ny teknik	334	78,19
Aftonbladet	327	55,74
Teknikens värld	218	28,88
Privata affärer	184	210,00
Affärsvärlden	183	79,00

4. Slutsats

Slutsatsen är att resultatet av kampanjen är bra, med en 8 007 218 visningar samt 8 496 klick samt en klickfrekvens på 0,106 procent. Det är en bra siffra med hänsyn till att avsändaren och att varumärket inte är känd av målgruppen sedan tidigare. I slutet av kampanjperioden byttes de befintliga annonserna på Bonnier Ad Network samt på LinkedIn och Facebook ut mot annonser där Skatteverket nämndes, vilket gjorde att andelen personer som såg annonsen och som klickade sig vidare till kampanjsidan ökade. Att använda Skatteverket som avsändare var ett effektivt sätt att höja antalet visningar och öka klickfrekvensen.



Egen företagare, se hit!
minameddelanden.se
Få post digitalt från myndigheter med en ny
säker tjänst från Skatteverket.



Annons där Skatteverket nämns och annons där Skatteverket inte nämns

Överlag så levererade Facebook många visningar samt många klick. Widespace levererade högst klickfrekvens (0,40 procent). Värt att nämna är att klickfrekvensen generellt brukar vara höga för mobila medier. Under slutet av kampanjperioden minskade klickfrekvensen på Facebook från 0,15 till 0,10 procent, vilket kan förklaras med att budskapet blir repetitivt för vissa personer i målgruppen när visningarna ökade kraftigt.

5. Generell rekommendation

För arbetet framåt rekommenderas att i högre utsträckning lyfta myndigheterna som ligger bakom satsningen. Att se till att de olika myndigheterna har uppdaterad information digitalt samt lyfter satsningen i sina egna kanaler är ett kostnadseffektivt sätt att få spridning. För fortsatt annonsering rekommenderas Facebook som uppvisade mycket goda resultat. Är det möjligt bör också möjligheterna att annonsera i flödet vidare undersökas. För framtida annonsering bör vi också se över hur vi använder Bonnier Ad Network, då det under kampanjperioden inte var möjligt att exponera annonserna på Dagens Nyheters hemsida. Istället fick annonserna stor exponering på Dagens Industris hemsida. Fortsatt pressbearbetning rekommenderas. Avslutningsvis bör det ske en översyn av kampanjsidan för att säkerställa att besökaren upplever navigationen som naturlig och att sidan uppmuntrar och skapar rätt förutsättningar för registreringar.