

BROSCHYREN DAGS ATT DEKLARERA UNDER 30 ÅR

AV CHEFREDAKTÖREN BJÖRN THÄRNSTRÖM

Den första informationskampanj om skatter som jag känner till är den som Finansdepartementet genomförde 1955. Då annonserade man i 143 tidningar runt om i landet. Man hade flera olika annonser med budskap som "Skatterna bär upp försvaret", "Att bli sjuk utan att bli ruinerad", "Våra skolor danar framtidens Sverige" och "Att få åldras utan oro".

Syftet var att få skattebetalarna att deklarerera ärligt. Men samtidigt passade man på att berätta vilka straff som kunde utmätas om man inte gjort rätt för sig, bland annat två års straffarbete. Vidare berättade man att "vår åsikt om skatterna ska vi uttrycka med vår röstsedel – och inte genom felaktig deklaration."

Tongångarna känns igen även i dag, även om formuleringarna är annorlunda. På en punkt är det dock stor skillnad. Nu hotar vi inte med straff och påföljder på samma sätt som då. Tvärtom berättar vi ibland numera i förväg vad vi tänker kontrollera, så att skattebetalarna kan göra rätt från början.

Språket i annonserna och även i broschyrer från samma tid är förhållandevis enkelt och begripligt, även om det, helt naturligt, har en mer ålderdomlig prägel. Var tid har sitt språk.

EN NY DEKLARATIONSBLANKETT INFÖRDES 1972

När Riksskatteverket bildades 1971 skapades helt nya möjligheter till insatser på en rad områden. En av uppgifterna för det nya verket blev att ta fram en ny allmän självdeklaration till deklarationen 1972. För att den skulle fungera krävdes information.

Därför fick redan i oktober 1970 dåvarande Centrala folkbokförings- och uppborädsnämnden (CFU), en av myndigheterna som 1971 gick upp i Riksskatteverket, regeringens uppdrag att ta fram förslag på en utbildnings- och informationskampanj.

Det som planerades var en stor kampanj, den största i Sverige sedan högertrafikomläggningen några år tidigare. Syftet med kampanjen var att lära deklaranterna – löntagare och pensionärer – att deklarerat på egen hand och räkna ut sin skatt, att informera om nyheterna vid 1972 års taxering samt att informera om skattetillegg och förseningsavgifter. Målgruppen beräknades till ca 85 procent av alla som taxerades 1972.

MÅNGA OLIKA KANALER ANVÄNDES

Man valde att använda många olika kanaler. Den viktigaste var deklara-tionsbroschyren *Dags att deklarerat*. Den omfattade 24 sidor i fyrfärg och var illustrerad med teckningar. Upplagan var fyra miljoner exemplar som delades ut till alla hushåll.

Broschyren översattes i sin helhet – inklusive de avbildade blanket-terna – till finska, serbokroatiska, tyska, grekiska, italienska, turkiska och engelska, och skickades ut till de utländska medborgare som kunde tänkas ha dessa språk som modersmål. De utländska versionerna var tillsammans 450 000 exemplar, varav den finska var störst (240 000 exemplar) och den turkiska minst (7 000 exemplar).

De språk som valdes speglade hur invandrapopulationen såg ut då. På 1960- och 70-talen förekom en omfattande arbetskraftsinvandring till Sverige. Utbildade yrkesarbetare hämtades till Sverige och sattes omedelbart in i produktionen. De fick inkomst från början och blev därför också en viktig målgrupp för deklara-tionsinformationen.

Studieförbunden ordnade deklara-tionskurser i form av studiecirkel under hösten 1971 och fram till deklara-tionsdagen den 15 februari 1972. Det gjordes sex radioprogram på 20 minuter vardera som komplement till studiecirkelna samt sju 20-minuters TV-program.

De olika aktiviteterna marknadsfördes genom annonser i dagspres-sen och TV-spots vid flera olika tillfällen. Då fanns inte Anslagstavlan i Sveriges Television och inte heller några reklamfinansierade TV-kanaler. Verkets projektledare gick helt sonika upp till TV-huset med sina film-rullar under armen och bad sändningsledaren visa filmerna mellan pro-grammen.

Självklart utnyttjade man även massmedierna som en kanal. Man skickade ut pressmeddelanden och genomförde verkets första presskon-ferens.

För reklambyrån, som producerade broschyren med mera, var detta ett mycket stort jobb. Det första utkastet till broschyr togs fram av reklambyråns folk, som hade fått skatteutbildning av Riksskatteverket.

Verket kunde dock inte godta det förslag som byrån tagit fram. I stället tog verkets arbetsgrupp fram ett helt nytt utkast, som sedan fick bli grunden till broschyren.

På den här tiden hade inte datortekniken hunnit så långt och möjligheter att använda avancerade desktopprogram vid framställning av trycksaker existerade inte. Att göra tryckoriginal var ett tidsödande handarbete. Hela kampanjen – RSV:s mest omfattande någonsin – kostade cirka 3,6 miljoner kronor, vilket i dagens penningvärde motsvarar cirka 21 miljoner kronor.

KAMPANJEN FUNGERADE MYCKET BRA

Sveriges Radios publik- och programforskning fick i uppdrag att utvärdera kampanjen genom att göra olika undersökningar och ställa frågor till deklaranterna i landet. Resultaten visade att 38 procent deklarerade på egen hand. Andelen som deklarerade på egen hand var högre bland män och högutbildade.

Bland dem som deklarerat på egen hand var hushållsbroschyren *Dags att deklarerera* det vanligaste hjälpmedlet (85 procent), följt av tidningarnas deklarationsbilagor (21 procent). På den tiden gav bankerna ut egna deklarationsbroschyror, vilka hade använts av 18 procent av deklaranterna. Året innan hade 32 procent använt dessa broschyrer.

Av dem som använt sig av Riksskatteverkets broschyr uppgav 85 procent att det var lätt att hitta i den. Nästan alla – 91 procent – tyckte den var lätt att förstå och 85 procent ansåg att den gav ett klart och redigt intryck. Nio av tio tyckte att språket var enkelt och lätt att förstå. På frågan om helhetsomdömet om broschyren svarade 92 procent att den var mycket eller ganska bra.

Broschyren och kampanjen var en stor framgång och *Dags att deklarerera* har blivit stilbildande och ett föredöme för många liknande produkter på samhällsinformationens område. Och namnet *Dags att deklarerera* är förmodligen ett av Riksskatteverkets mest kända "varumärken". Samarbetet med annonsbyrån fortsatte 1973 och året efter fast i allt mindre omfattning. Från 1975 och framåt producerade verket broschyren utan reklambyråhjälp.

Året efter gjordes en stor förändring i fråga om versionerna på invandrarspråk. Verket inledde ett samarbete med Invandartidningen, som gjorde förkortade versioner av broschyren som en fyrsidig bilaga till Invandartidningen. Broschyren gavs i sin helhet ut på svenska, finska, engelska, tyska, grekiska och serbokroatiska. De förkortade versionerna fanns på franska, italienska, spanska, tjeckiska, polska och turkiska.

För att underlätta för skolorna att lära ungdomarna hur man deklarerar tog Riksskatteverket 1974 för första gången fram ett gratis deklara-tionsmaterial för skolbruk, med övningsuppgifter och facit. Materialet finns fortfarande kvar, även om det omarbetats många gånger.

År 1976 gavs hela broschyren enbart ut på svenska, finska och engelska. De förkortade versionerna utökades till åtta sidor, fortfarande i samarbete med Invandartidningen. En förkortad version på lätt svenska tillkom. Det här året gav Riksskatteverket även ut en särskild *Dags att deklarerar*-broschyr på 24 sidor, riktad till småföretagare.

Under åren 1972-75 delades broschyren ut oadresserad i alla brevlådor runt om i landet. En del av broschyrerna försvann i hushållens hantering, eftersom den togs för en reklamtrycksak. Men 1976 testade verket en ny förpacknings- och distributionsform. Den förtryckta deklara-tionsblanketten tjänade som adressbärare och skickades ut i en inplastad försändelse tillsammans med *Dags att deklarerar*. Man gjorde ett försök i Skåne, som sedan utvärderades.

Försöket utföll väl och ingen klagade på att vi använde plast i stället för papper. Plast var billigare och det gick dessutom fortare att kuvertera försändelsen. Från 1977 blev det plastförsändelser i hela landet.

År 1977 tillkom en ny broschyr på 24 sidor – *Dags att deklarerar för pensionärer* som trycktes i 1,2 miljoner exemplar – och de förkortade språkversionerna utökades med en version på arabiska. Året därpå gav verket ut de förkortade invandrarversionerna i egen regi och inte som en bilaga till Invandartidningen. Pensionärsbroschyren bantades till åtta sidor och ett skolmaterial i hur man deklarerar näringsverksamhet togs fram.

Vid sidan av *Dags att deklarerar* fanns verkets mer fullständiga löntagarbroschyr *Deklarationsupplysningar* som 1979 fick en systerbroschyr, *Skatteupplysningar för rörelseidkare*. Löntagarbroschyren togs fram i samarbete med bankerna, som hade upphört att ge ut egna deklara-tionsbroschyren.

Antalet språkversioner varierade från år till år. För att underlätta för

synskadade lästes *Dags att deklarerera* in på kassett och skickades ut till kända kassettläsare. Vissa år gjordes broschyren även i en punktskrifts-version. År 1980 gjordes *Dags att deklarerera* dessutom i en version i tabloidformat, vilket medförde att texten blev större. Tanken var att seende synskadade skulle ha nytta av den. Efterfrågan på den var i stort sett lika med noll, så den produkten blev en engångsföreteelse.

SIDANTALET ÖKADE TILL 32

År 1981 utökades sidantalet i *Dags att deklarerera* från 24 till 28 sidor och de åttasidiga invandrarversionerna fanns kvar. Men året därpå upptogs samarbetet med Invandrartidningen, som åter gjorde de förkortade språkversionerna.

År 1983 kompletterades skolmaterialet med en tecknad serie i fyrfärg. Den visade vad som hände med deklarationen, sedan den lämnats in. Serien uppmärksammades även utomlands och den holländska skatteförvaltningen gjorde en likadan serie i sitt material till skolorna där. Den fullständiga *Dags att deklarerera* började detta år enbart att översättas till finska. Den engelska fullständiga versionen försvann och blev i stället en förkortad version.

Dags att deklarerera av årgång 1984 gjordes på 32 sidor och i broschyren fanns detta år även information till ägare av småhus och lägenheter om nya regler för hur en faktura måste se ut. Om vissa uppgifter saknades på fakturan kunde den som till exempel anlidade en hantverkare bli tvungen att betala hantverkarens skatt. De förkortade invandrarversionerna, som detta år gavs ut på engelska, tyska, franska, spanska, jugoslaviska (ja, vi skrev så trots att språket var serbokroatiska), grekiska, turkiska, polska och arabiska, var på 12 sidor.

Det här årets version av *Dags att deklarerera* innehöll för första gången information i form av ett tårtdiagram om hur skatten används.

DAGS FÖR DEN FÖRENKLADE DEKLARATIONEN

Den 32-sidiga broschyren illustrerad med roliga gubbar fanns kvar till och med 1986, då de förkortade invandrarversionerna hade utökats till 16 sidor. Samma år gav verket ut en broschyr med förhandsinformation om den nya förenklade deklarationen, som skulle komma 1987. Samti-

digt passade man på att berätta att landet skulle få 24 självständiga länskattemyndigheter.

Dags att deklarerera, som haft samma utseende och uppläggnings sedan 1972, var nu mogen för en genomgripande översyn. Anledningen var införandet av den förenklade deklarationen. Broschyren behövde en nödvändig ansiktslyftning. Det uppdraget gick till en liten reklambyrå som hade specialiserat sig på att göra pedagogiska trycksaker, till exempel komplicerade illustrerade bruksanvisningar och liknande.

Resultatet inför deklarationen 1987 blev en helt ny *Dags att deklarerera* med tillägget ”på nytt sätt!” Omfånget var totalt 48 sidor. Själva broschyren var på 40 sidor och mitt i broschyren fanns två inhäftade bilagor som man skulle använda om man ville räkna ut sin skatt.

Att det blev så många sidor berodde på att vi nu hade två blanketter att förklara, dels den nya förenklade deklarationen, dels den fyrsidiga, allmänna självdeklarationen. Dessutom fanns informationen om skatteuträkningen kvar i broschyren. Till detta kom även kompletterande information för pensionärer samt ett helt uppslag om våra skatter och hur de användes.

Hela broschyren, inklusive bilagorna i mitten, översattes till finska. I samarbete med Invandrartidningen gjordes ett 16-sidigt sammandrag på arabiska, engelska, franska, grekiska, polska, serbokroatiska, spanska, turkiska, tyska och ”På lätt svenska”.

Deklarationsdag det här året var måndagen den 16 februari, men på grund av strejker flyttades deklaraionsdagen fram till den 10 mars. Det visades i den tryckta broschyren med en ”handgjord” korrekturändring för att markera att det nya datumet bara var en tillfällighet.

Den undersökning om deklaraionsvanor som gjordes i april det här året visade att 42 procent av dem som deklarerade gjorde det utan hjälp. Siffran var likadan året innan. Den förenklade deklarationen hade alltså inte påverkat graden av självständighet i deklaraionsbestyren. Men attityderna till den nya blanketten och broschyren var överlag positiva.

Tre av fyra (75 procent) som använde den förenklade blanketten tyckte det var lätt att deklarerera och de tyckte språket var lätt att förstå. Motsvarande siffra för den fyrsidiga allmänna deklarationen var 60 procent.

Nästan sju av tio (69 procent) tyckte att den nya broschyren *Dags att deklarerera på nytt sätt* var lätt att förstå. Av dem som använt sig av broschyren när de deklarerade så hade nästan var fjärde (23 procent) tagit del av hela broschyren.

År 1988 var broschyren bantad till 40 sidor, inklusive en skatteuträkningsbilaga i mitten. Invandrarversionerna var på samma språk som året innan plus finska, eftersom bara ett sammandrag gjordes på detta språk i stället för en fullständig broschyr. Den enda förändringen året efter var att den franska invandrarversionen togs bort och i stället kom en version på persiska. Den polska versionen togs bort 1991.

Skattesystemet förändrades 1991, en förändring som kallades "århundradets skattereform". Bland annat fick vi bara tre inkomstslag, nämligen tjänst, kapital och näringsverksamhet. Nyheterna presenterades på ett uppslag i en särskild broschyr som gavs ut i en samlingsvolym på svenska, finska, engelska, arabiska, grekiska, persiska, polska, serbo-kroatiska och spanska. Den skickades inte ut direkt till de olika nationaliteterna utan fanns bara på skattekontoren och hos kommunernas invandrarbyråer. Anledningen var att vi inte längre fick ta fram adresser till medborgare med olika nationaliteter.

Dags att deklarerat 1992 var minskad till 32 sidor inklusive en firsidig skatteuträkningsbilaga. En förkortad version på 16 sidor gjordes på lätt svenska som en bilaga till Invandartidningen. En ännu mer förkortad version på tolv sidor gjordes på engelska. Året efter försvann även denna engelska version, men versionen på lätt svenska fanns kvar.

Nu hade alla versioner på olika invandrarpråk försvunnit. Den processen hade skett stegvis och utan uppmärksamhet. Inga invandrare eller företrädare för invandrare hörde av sig med klagomål. Det var endast tjänstemän på två kommunala invandrarbyråer som hörde av sig och klagade över den uteblivna informationen.

År 1992 gjordes en särskild broschyr på 36 sidor för företag, *Nytt uppgiftslämnande för företag*, som bland annat visade hur man skulle fylla i näringsbilagorna. Den döptes året därpå om till *Dags att deklarerat ditt företag*.

DEKLARATIONSREFORMERNA 1995 OCH 2003

Under 1994 gav RSV ut förhandsinformation om deklarationsreformen 1995. Verket tog fram en broschyr som hette *Nytt sätt att deklarerat*. Den gavs ut i december 1994 och innehöll en kortfattad beskrivning av den nya deklARATIONEN och bilagorna till den samt hur man skulle deklarerat.

Förhandsbroschyren blev också en flersidesannons i Invandartid-

ningen. Ett särtryck gjordes på olika språk: finska, engelska, tyska, franska, spanska, albanska, polska, serbokroatiska, grekiska, arabiska, persiska samt på lätt svenska. Det särtrycket kom ut i januari 1995.

Förhandsinformationen lästes även in på kassett för synskadade samt gjordes i en punktskriftsversion.

Dags att deklarerera 1994 var enbart uppdaterad och några förändringar gjordes inte. Den gavs ut på lätt svenska i en version på tolv sidor.

År 1995 kom den nya förenklade deklARATIONEN med förtryckta uppgifter, en separat specifikation över kontrolluppgifter och en preliminär skatteuträkning. Deklarationsdagen flyttades till den 2 maj. Detta krävde givetvis en helt ny *Dags att deklarerera*.

För att få hjälp med information kring den nya deklARATIONEN anlätades en reklambyrå, som tog fram en kampanjsymbol i form av en blomma, en gerbera, som återfanns på våra trycksaker, i våra annonser och i vår reklam på TV. De producerade flera annonser och gjorde sex olika reklamfilmer som visades i reklamkanalerna. För att ytterligare manifesteras den nya deklARATIONEN gjorde vi rockslagsmärken, så kallade pins, T-shirts och kepsar som vi delade ut i olika sammanhang. Även särskilda affischer togs fram.

Broschyren *Dags att deklarerera* delades i två broschyrer, en för den särskilda självdeklARATIONEN – den som tidigare hette allmän självdeklARATION – och en för den nya förenklade deklARATIONEN. Båda broschyrerna var på 20 sidor. *Dags att deklarerera på förenklad självdeklARATION* gjordes i sin helhet i en version på lätt svenska.

Den del som handlade om skatteuträkning hade brutits ur broschyrerna och en helt ny produkt såg dagens ljus, nämligen *Skatteuträkningsbroschyren* som omfattade 48 sidor, inklusive två skatteuträkningsbilagor i mitten av den. Den skickades inte ut till deklARANterna.

Broschyren *Dags att deklarerera ditt företag* hade utökats till 64 sidor och skolmaterialet togs fram i en ny, uppfräschad utgåva i fyrfärg som var illustrerad med foton.

Resultatet av den årliga deklARATIONENS undersökningen visade att andelen som deklARERAT helt på egen hand hade ökat till 64 procent. Som en jämförelse kan nämnas att motsvarande siffra 1972 var 38 procent. Nästan 80 procent tyckte det var lätt att deklARERA. Av de 57 procent som hade använt *Dags att deklarerera på förenklad deklARATION* var det 87 procent som tyckte den var lätt att förstå.

Det här året passade vi även på att ta reda på deklARANternas inställning till ”du” respektive ”ni” som tilltal. En majoritet ville att skatte-

myndigheten använde ”du” i kontakten med skattebetalarna, när det gällde broschyrer (62 procent), blanketter (60 procent) och brev (55 procent).

De kommande åren fram till 2003 skedde inga genomgripande förändringar i broschyrerna. Den största förändringen skedde 1998 när nya näringsbilagor introducerades. *Dags att deklarerera för företag* delades i två broschyrer: *Dags att deklarerera näringsverksamhet utan årsbokslut* (32 sidor) och *Dags att deklarerera näringsverksamhet med årsbokslut* (64 sidor).

Sidantalet på *Dags att deklarerera på förenklad självdeklaration* ökade 1997 till 24 sidor och för *Dags att deklarerera på särskild självdeklaration* skedde samma sak 1999. De övriga broschyrerna var i princip oförändrade, såväl till innehåll som omfång.

Dags att deklarerera fyllde 30 år 2002, vilket uppmärksammades genom att broschyrerna fick en särskild minneslogotype på framsidan. Samma år kunde man för första gången godkänna den förtryckta deklARATIONEN via Internet. Över 400 000 tog chansen att göra det.

Det här året skickade vi även ut broschyrer till dem som hade sålt aktier, bostadsrättslägenheter och småhus. De blanketter som behövdes fanns i broschyrerna, vilka skickades ut tillsammans med *Dags att deklarerera*.

Den senaste deklARATIONSREFORMEN skedde 2003. Då försvann den firsidiga särskilda självdeklARATIONEN. Alla deklARANTER fick en likadan blankett som döptes till inkomstdeklARATION. DeklARATIONSdag för alla, även näringsidkare, bolag, föreningar och stiftelser, blev den 2 maj som detta år flyttades till den 5 maj, eftersom den dagen var en måndag. Verket ville ge deklARANTERNA en extra helg för att deklARERA.

Det var nu åter dags för en ny version av *Dags att deklarerera*. Den nya broschyren var på 28 sidor och innehöll även information om skatternas storlek och deras användning. Det här året utökades möjligheterna att deklARERA på Internet och man kunde för första gången godkänna sin förtryckta deklARATION via telefon. För att informera om detta gjordes en särskild folder, som skickades ut till deklARANTERNA tillsammans med deklARATIONEN och *Dags att deklarerera*. Över 800 000 skattebetalare deklARERADE via telefon eller Internet.

Skatteuträkningsbroshyren omarbetades i vissa delar på grund av den nya inkomstdeklARATIONEN och fick utökat sidantal, 52 sidor inklusive skatteuträkningsstablan mitt i broshyren.

För att informera om nyheterna gick verket ut med information via annonser i dagspressen samt reklam i radio och TV. Det blev en större kampanj och budgeten för den var totalt 19 miljoner kr, varav 12 miljo-

ner kr var extra pengar med hänsyn till det här årets nyheter. Under årens lopp har alltså större informationskampanjer inför deklarationen genomförts 1972, 1987, 1995 och 2003. Men fortfarande är det 1972 års kampanj som varit den mest omfattande och kostat mest pengar, räknat i dagens penningvärde.

Broschyren *Dags att deklarerera* kallades från början föraktfullt ”Kalle Anka-broschyr” av kritikerna. Broschyren ansågs alltför enkel. Men kritiken kom på skam. Nu har den kommit ut i mer än 30 år och den har blivit en institution och varit ett föredöme för många andra liknande trycksaker. Den totala upplagan under årens lopp har varit över 150 miljoner exemplar.

Broschyren har även varit föremål för en C-uppsats vid Uppsala universitet i ämnet praktisk svenska. Där jämfördes språket i *Dags att deklarerera* från 1972 med motsvarande produkt från 2002. Sammanfattningsvis konstateras att det både var bättre förr, samt bättre nu. Om man lyckas hitta en balans mellan 1972 års version och 2002 års version så skulle den vara den allra bästa hittills.

Dags att deklarerera har hjälpt miljoner deklareranter att fylla i sina blanketter. Andelen skattebetalare som deklarerar på egen hand är nu uppe i 75 procent. För 30 år sedan var det runt 40 procent. Vid sidan av den förenklade deklarationen och verkets webbplats är nog tillkomsten av *Dags att deklarerera* det bästa som hänt landets deklareranter under dessa år.

Broschyren är långlivad och har kommit upp i medelåldern, men den har ännu många år framför sig. Det är nog först den dag då vi alla slipper att deklarerera (om den dagen någonsin kommer?) som *Dags att deklarerera* försvinner.