

Videreutvikling av Handlehvitt.no

Historien

Handlehvitt.no ble lansert 1. november 2011. Målet den gang var å binde sammen kampanjeaktiviteter og å hjelpe befolkningen til å ta opplyste valg i spørsmål hvor kunnskapsnivået var lavt. Kunnskapsnivå både på regelverk og eventuelle leverandørers seriøsitysavtrykk. I tillegg til Firmasjekken var siden bygget opp med steg-for-steg-veiledning i enkeltspørsmål knyttet til arbeid utført i tilknytning til hjemmet.

I 2017 ble siden reorganisert til å bygge opp om kampanjen Handle Hvitt 2017. Denne kampanjen hadde fokus på at å handle hvitt er normen i Norge, og at de som velger noe annet er unntaket. Som følge av dette ble innhold om holdninger løftet høyere, og steg-for-steg-veiledningen noe mer usynlig.

Nå er kampanjen over, og vi ser behovet for å sette retning i nettstedets videre arbeid.

Statistikk

Handlehvitt.no hadde i 2017 65 000 sidevisninger. 87% av disse var nye brukere

Det har vært 22 000 ulike brukere inn på siden det siste året, og de aller fleste kom via sosiale medier (hovedsaklig facebook).

I desember 2017 er topp tre artikler:

- skattefritt
- firmasjekken
- registrere

De fleste vil handle hvitt, men er ikke sikre på hvordan

15% av befolkningen oppgir å ha handlet svart siste to år. Over halvparten av disse sier de har handlet for småbeløp, beløp som i realiteten er innenfor grensene for skattefrie beløp. Med andre ord, har bare en liten del av befolkningen handlet svart, og de aller, aller fleste handlet hvitt. Allikevel vet vi at det innenfor visse bransjer og næringer er ganske store utfordringer. I disse bransjene/næringene er det til tider svært vanskelig å navigere blant tilbyderne. Hvilke regler gjelder? Hva skal jeg gjøre for å sikre meg er seriøs leverandør? Hvilke objektive bedriftsdata er tilgjengelige for meg i beslutningsprosessen.

I proffmarkedet er det forskjellige verktøy under utvikling for å kunne gjøre mer opplyste valg, men innenfor forbrukermarkedet er det i dag lite informasjon å hente, og den informasjonen som finnes er svært fragmentert.

Hvor finnes informasjon i dag?

Informasjonen finnes hos forskjellige kontrolletater og hos forbrukermyndighetene. Her finnes god informasjon og veiledning innenfor den enkelte organisasjons definerte område. Bransjeforeninger og fagforeninger sitter også på god informasjon for den enkelte forbruker.

Enkelte spørsmål ligger i skjæringspunktet mellom det forhåndsdefinerte området til avsenderne, og blir dårlig belyst. I enkelte tilfeller kanskje ikke opplyst i det hele tatt. Et eksempel på dette er spørsmålet om yrkesskadeforsikring i forbindelse med småjobber i hjemmet.

Vi ser også at forskjellige påvirkningstiltak rettet mot forbrukerne vil trenge å legge ut tilpasset informasjon til sine målgrupper. Dette vil f eks kunne gjelde tett:på og Vestfoldkampanjen Medbyggerne. Medbyggerne har allerede informasjon som bor på handlehvitt.no. Det vil være god ressursbruk å gjenbruke et nettsted i denne sammenhengen.

EN tverretatlig informasjonsside for forbrukere

Vi ser derfor et klart behov for å samle denne informasjonen et sted. I stedet for å sette i gang en lang utredning for å finne ut hvem som skal eie og drive og hvor dataene skal bo, tror vi det er hensiktsmessig å starte å arbeide med å samle relevant innhold på en opparbeidet side. Det vil raskt kunne gi et foreløpig produkt som er godt nok. Parallellt med dette kan vi starte en prosess for å finne ut hvem som bør eie slik informasjon og hvor den bør bo.

Vi foreslår å danne et redaksjonsråd hvor deltakere fra relevante aktører blir med inn og kommer med innspill og forslag til aktuelle saker.

Det er mange pågående initiativ for å vise bedriftenes seriøsitysavtrykk. Handlehvitt.no skal ikke konkurrere med disse initiativene, men heller forsøke å ta i bruk slike løsninger etter hvert som de blir tilgjengelig.

Det er også en del initiativ for å opplyse og informere bedriftene om deres egne rettigheter og plikter. Handlehvitt.no er heller ikke der en konkurrent, da fokuset hele tiden skal være fra forbrukerens ståsted.

Behov for en tverretatlig informasjonsside?

SMSØ's undersøkelser om svart arbeid i forbrukermarkedet viser tydelig at det fleste nordmenn ønsker å handle hvitt. Allikevel er innslag av kjøp av svarte tjenester relativt høyt innenfor enkelte bransjer og næringer.

70% av de spurte sier at det er svært eller ganske enkelt å vite om arbeidet som utføres er svart eller hvitt. Det er også verdt å merke seg at bedre informasjon om tilbyder trekkes fram

av 34 prosent – noe det er nærliggende å tro respondenten tolker som at dette vil bidra til å identifisere useriøse tilbydere

Også i to andre undersøkelser om tilbyderinformasjon, er forbrukerne samstemte om at de gjerne velger en litt dyrere tilbyder, hvis det framkommer opplysninger om at tilbyderen ikke følger basale krav til innsending av oppgaver eller er involvert i sosial dumping.

Den enkelte forbruker er lite opptatt av hvem som legger ut informasjon. Forbrukeren er opptatt av å få hjelp til å ta gode valg, uten å måtte navigere mellom flere budskapsavsendere.

Utvikling av tverretattlig samarbeid er en ønsket utvikling i Norge. Sett fra etatenes side, vil en tverretattlig informasjonsside for forbrukere være ønsket.

Ny stortingsmelding om forbrukerpolitikk

Det er spesielt hensiktsmessig å starte arbeidet med en tverretattlig side nå, siden det innen kort tid også startes arbeid med en stortingsmelding om forbrukerpolitikk. Det spesielle med denne stortingsmeldingen er at det for første gang skal tas opp forbrukerspørsmål knyttet til svart økonomi og arbeidslivskriminalitet i en slik sammenheng.

Ved å starte et slikt arbeid under arbeidet med stortingsmeldingen, vil vi kunne avdekke problemstillinger og utfordringer samtidig med arbeidet med stortingsmeldingen. Det gir oss en unik mulighet til å spille inn aktuelle problemstillinger til arbeidsgruppen underveis.

Økonomi og ressurser

Ved å videreutvikle en eksisterende nettside, vil kostnadene bli beskjedne. Siden er allerede noe innarbeidet, og har allerede opparbeidet en viss trafikk.

I 2018-budsjettet for SMSØ er det satt av et mindre beløp for nødvendige korreksjoner på nettsiden.

Skatteetaten har i 2018 satt av store deler av et årsverk til redaksjonelt arbeid med nettsiden. I dette ligger også kommunikasjon med aktører utenfor Skatteetaten.

Konklusjon

Vi anser det hensiktsmessig å legge ressurser i å videreutvikle handlehvitt.no.

- På kort sikt er det for å samle redaksjonelt forbrukerrettet stoff på et sted. Hvis dette gjør at vi avdekker problemstillinger som kan spilles inn i arbeidet med den nye stortingsmeldingen, vil dette være et pluss.
- På lengre sikt ønsker vi å:

- gjøre firmasjekken unødvendig og legge den ned da det er utviklet andre og bedre løsninger hos andre leverandører.
- sørge for at det finnes samlet tverretattlig/helhetlig forbrukerinformasjon på nett, som også tar med aspektene om svart økonomi.
 - Informasjonen må ikke nødvendigvis "bo" på handlehvitt.no.