

Nr 34

Bevillningsutskottets betänkande med anledning av motioner angående begränsning av rätten till avdrag för reklamutgifter.

(2:a avd.)

I de likalydande motionerna I:392 av herr *Werner* och II:473 av herr *Hermansson m. fl.* har hemställts bl. a., att riksdagen i skrivelse till Kungl. Maj:t begär att reklamutredningen genom tilläggsdirektiv får i uppdrag att utarbeta förslag till en stark begränsning av rätten till avdrag för reklamutgifter.

Motionerna behandlas i detta betänkande endast i vad de avser frågan om beskattning av reklam. Övriga yrkanden i motionerna behandlas av utskottet i andra sammanhang.

Gällande rätt m. m.

Vid beräkning av inkomst av rörelse får enligt 29 § kommunalskattelagen avdrag göras för allt som är att anse som driftkostnader. Reklamkostnader hänförs i praxis regelmässigt till sådana kostnader.

Omsättningsskatt utgår inte på tidnings- och tidskriftsföretagens annonsintäkter. Denna regel gäller oberoende av om publikationen är undantagen från skatteplikt eller ej. Härav följer att annonsförmedling inte utgör skattepliktig tjänsteprestation enligt förordningen om allmän varuskatt. Skattskyldighet åvilar alltså inte annonsbyråer eller andra företag som bedriver annonsförmedlingsverksamhet i fråga om sådan förmedlingsverksamhet.

Med undantag för allmänna nyhetstidningar och vissa periodiska publikationer utgör trycksaker skattepliktiga varor. Beställer konsument reklamtrycksak hos tryckeriföretag åvilar skattskyldigheten detta företag. Beställes återigen trycksaker hos en annons- eller reklambyrå, som åtagit sig att ombesörja trycksakens färdigställande, anses byrån som säljare och skattskyldighet till allmän varuskatt åvilar denna.

Reklam är föremål för beskattning i åtskilliga länder.

I *Italien* är all reklam underkastad skatt. Denna kan utgå antingen med en fix avgift eller med belopp som avvägs med hänsyn till reklamens omfattning och varaktighet. Den kan också bestämmas till viss procent av reklamkostnaden. Även *Belgien* och *Grekland* har en omfattande reklambeskattning. Den drabbar såväl annonsering som olika former av reklamtjänster. I *Österrike* är reklamuppdrag underkastade omsättningsskatt med 5,25 %. Denna betalas av reklambyrån. All annonsering

i tidningar, radio, TV och på film är underkastad en reklamskatt om i regel 10 %, vilken betalas av annonsören. Även i *Holland* måste en reklambyrå betala omsättningsskatt. Den utgår med viss procent av bruttointkomsten. I *England* beskattas televisionsreklam med 11 % av kostnaden för sändningstiden och i *Schweiz* och *Japan* kan avgifter tas ut på utomhusreklam.

I *Frankrike* är annonstjänster underkastade skatt med viss procent. Härutöver gäller att teknisk verksamhet i samband med reklamproduktion i princip är föremål för mervärdesskatt. Denna utgör normalt 20 %.

I *Danmark* infördes förra året medvärdesskatt. Denna omfattar i regel endast sådan utländsk reklam vilken beställs och betalas utomlands. Även *Västtyskland*, där reklambyråverksamhet t. o. m. år 1967 varit underkastad omsättningsskatt med viss procent av nettointkomsten, tillämpar fr. o. m. år 1968 mervärdesskatt. Denna omfattar också reklamförmedling.

Utredningen angående indirekta skatter och socialförsäkringsavgifter, vilken haft att överarbeta allmänna skatteberedningens förslag till mervärdesskatt, har i ett i oktober 1967 avgivet betänkande (stencil Fi 1967:10) förordat en i princip generell skatteplikt för tjänster avseende utformning av annonser och förmedling av annonsering.

I den mån reklamen beskattas i ett mervärdesskattesystem, kommer skatten att vara avdragsgill för producenten.

Motionerna

Motionärerna framhåller att någon form av reklamskatt skulle utgöra ett rimligt bidrag till en rättvisare beskattning. Utgifterna för reklam är för närvarande i obegränsad omfattning avdragsgilla. Även om viss reklamverksamhet kan försvaras lika väl som vissa sidor av den måste fördömas skulle det vara rimligt att åtminstone begränsa avdragsrätten för reklamutgifter vid beskattningen. Reklamutgifterna anges i preliminära beräkningar till cirka två miljarder kr. per år.

Utskottet

Enligt 29 § kommunalskattelagen får avdrag göras för allt som är att anse som driftkostnader. Reklamkostnader hänförs i praxis regelmässigt till avdragsgilla omkostnader.

Motionärerna anser att rätten till avdrag för reklamutgifter bör starkt begränsas och hemställer därför att reklamutredningen genom tilläggsdirektiv får i uppdrag att utarbeta förslag till en sådan begränsning.

Reklamens ställning i skattehänseende har under senare år rönt allt större uppmärksamhet. Som framgår av den inledningsvis lämnade redogörelsen har åtskilliga länder redan en omfattande reklambeskattning.

Reklamutredningen har enligt sina direktiv att uppmärksamma den betydelse av positiv och negativ art som reklamen har från hela samhällets synpunkt. Vid denna bedömning har utredningen också att ta hänsyn till reklamkostnadernas omfattning

och utveckling. Enligt vad utskottet erfarit kommer utredningen därvid också att undersöka reklamens ställning i beskattningshänseende. Motionsyrkandet är således redan i viss mån tillgodosett.

Med det anförda anser utskottet sig ha besvarat motionerna.

Under åberopande av det anförda hemställer utskottet

att riksdagen avslår motionerna I:392 och II:473 i vad de behandlas i detta betänkande och icke kan anses besvarade genom vad utskottet ovan anför.

Stockholm den 26 mars 1968

På bevillningsutskottets vägnar:

JOHN ERICSSON

Närvarande:

från första kammaren: herrar John Ericsson (s), Einar Eriksson (s), fröken Ranmark (s), herrar Yngve Nilsson (h), Sundin (cp), Gösta Jacobsson (h), Lundström (fp), Arne Pettersson (s), Stadling (s) och Tistad (fp); samt

från andra kammaren: herrar Allard (s), Vigelsbo (cp), Asp (s), Andersson i Essvik (s), fru Holmqvist (s), herrar Carlstein (s), Larsson i Umeå (fp), Lothigius (h), Öhvall (fp) och Börjesson i Falköping (cp).