

Oklara skatteregler missgynnar kultursponsring

Sponsring av kultur är skattemässigt missgynnat jämfört med idrottsponsring. Det är resultatet av en dom i Regeringsrätten som föll för två år sedan. Domen kom som en överraskning för många företag, och även för politiker. Skatteutskottet har begärt att regeringen prövar reglerna kring den skattemässiga behandlingen av sponsring. Det kan ske redan i höst.



Pressens Bild



Paul Todd / Outside Images NZ



Pressens Bild

Skattejuristen Staffan Sundkvist vid Öhrlings PricewaterhouseCoopers har gått till botten med de svenska skattereglerna för sponsring och jämfört dem med några andra länders. Det skedde på uppdrag av Föreningen Kultur och Näringsliv.

Bakgrunden är ett fall där dåvarande Pharmacia Upjohn först fick avdrag för kostnader i samband med sponsring till Operan i Stockholm, men sedan avslag i Regeringsrätten. Motiveringen var att nyttan för bolaget bara var indirekt.

– Den synen känns otidsenlig, eftersom modern marknadsföring till stor del går ut på att bygga varumärken och det görs ofta genom att företaget vill förknippas med kvalitet och att göra gott, säger Staffan Sundkvist.

Huvudpunkterna i den svenska lagstiftningen är:

- Gåva är aldrig avdragsgill. Det kan vara svårt att skilja på sponsring och gåva.
- Sponsring är avdragsgill om företaget har direkt nytta av sponsringen, det vill säga mottagaren gör någon form av motprestation. Motprestationen måste stå i proportion till vad sponsorn betalar. Kan man sätta upp reklamskyltar runt en fotbollsarena blir den direkta nyttan tydlig. Men i kultursammanhang är det svårare. Det går ju knappast att sätta reklam på

dirigentens frackklädda rygg.

- Det ska finnas en koppling mellan företagets och mottagarens verksamhet. Denna koppling tolkas dock på olika sätt. Exempelvis har Falcon, som har en pilgrimsfalk i sitt varumärke, fått avdrag för bidrag till projekt "Rädda Pilgrimsfalken", medan dåvarande Avesta Jernverk fick avslag för bidrag till en visent-park – trots att visenten finns i varumärket.

De otydliga reglerna gör att företagen har svårt att beräkna kostnaden för sin sponsring. Satsar man 100 kronor blir också kostnaden 100 kronor om bidraget inte är avdragsgillt. Är det avdragsgillt, blir kostnaden 72 kronor.

Många företag har råkat ut för skatterevision efter Pharmacia Upjohn-fallet. Skattemyndigheten har rätt att gå fem år tillbaka i tiden och den som har lämnat ofullständiga uppgifter riskerar att få betala dels skatten, dels skattetillägg.

När Föreningen Kultur och Näringsliv bad Staffan Sundkvist ta reda på hur lagstiftningen kring kultursponsring ser ut i andra länder, fann han att den på många sätt liknar den svenska – åtminstone i Danmark, Tyskland och Storbritannien.

– Men lagen tolkas på olika sätt. I andra länder skiljer man inte på direkt och indirekt nytta. Det finns heller inget krav på koppling mellan sponsorns och

mottagarens verksamheter och inget förbud mot avdrag för gåva. Det gör att man slipper många svåra gränsdragningar, säger Staffan Sundkvist.

När det gäller fransk lag finns flera skillnader jämfört med den svenska, men eftersom gränserna är tydliga fungerar ändå den franska lagen bra.

Staffan Sundkvists rapport ligger delvis till grund för skatteutskottets begäran om ändring av lagen. I sitt betänkande skriver utskottet: "Regeringen bör pröva om reglerna behöver göras tydligare för att det ska vara lättare att i förväg bedöma den skattemässiga behandlingen av en sponsring. En utgångspunkt bör vara att reglerna ska vara neutrala med avseende på vilket ändamål som sponsringen avser, och undersökningen bör belysa om även en indirekt koppling mellan sponsorns och sponsormottagarens verksamheter skulle kunna godkännas. Det bör också vara en utgångspunkt att principen om avdragsförbud för gåvor skall ligga fast."

Staffan Sundkvist har gott hopp om att en lagändring kan röstas igenom i riksdagen redan i höst.

Ingrid Kindahl
frilansskribent

KONTAKTPERSON

Staffan Sundkvist, skattejurist
08-555 330 14
staffan.sundkvist@se.pwcglobal.com