

Den Nya Velfärden

Företagarombudsmannen

Box 5625; 114 86 Stockholm,

Tfn 08- 545 038 10

www.dnv.se/foretagarombudsmannen



PM FO 02-023

FO 02-023

Reklamskatten straffavgift för gratistidningar

Sammanfattning

Företagare som ger ut gratistidningar måste betala en särskild skatt, så kallad reklamskatt, på elva procent. Tidningar av dagspresskaraktär som utkommer minst en gång per vecka betalar däremot bara fyra procents reklamskatt. Per-Arne Persson driver gratistidningen Svedalabladet och han upplever reklamskatten som en straffavgift för gratistidningsföretagare.

Fallet

Per-Arne Persson driver gratistidningen Svedalabladet, som utkommer med 13 000 nummer per månad och delas ut till hushållen i Svedala, Genarp, Alstad och Oxie i Skåne. I Svedalabladet annonserar olika affärer, anslår kommunen offentliga meddelanden, sätter privatpersoner in radannonser och upplyser ideella föreningar om sin verksamhet. Tidningen innehåller också redaktionell text.

Vid fakturering av sina kunder måste Svedalabladet förutom annonskostnaden ta ut en särskild skatt, kallad reklamskatt, på elva procent. Tidningar av dagspresskaraktär som utkommer minst en gång per vecka betalar däremot bara fyra procents reklamskatt. Företag som producerar och distribuerar egna annonsblad betalar ingen skatt alls. På Svedalabladets annonskostnad och reklamskatt läggs sedan 25 procents moms, vilket innebär att den som inte kan dra av den ingående momsen dessutom tvingas betala skatt på skatten.

Tidningar av dagspresskaraktär som utkommer minst en gång per vecka har enligt lagen även rätt till 12 miljoner kronors skattefri annonsförsäljning per år. Till de tidningar som inbetalat reklamskatt återbetalar skattemyndigheten den inbetalade fyraprocentiga reklamskatten för motsvarande en skattepliktig annonsomsättning upp till 12 miljoner kronor, det vill säga upp till 480 000 kronor.

Reklamskatten snedvrider också konkurrensen genom att Internet-, radio-, teve- och direktreklam är skattebefriad. Per-Arne Persson på Svedalabladet säger att han upplever reklamskatten som en straffavgift för gratistidningsföretagare.

Per-Arne påpekar också de extrakostnader i form av revisorsarvoden som tillkommer. För den företagare som på grund av tidsbrist eller okunskap inte kan göra sina skattedeklarationer själv blir de extra revisorsarvodena en inte obetydlig kostnad.

Dessutom leder skatterevisioner i företag som är reklamskattepliktiga enligt den elvaprocentiga skattesatsen ofta till upptaxering och skattetillägg, därför att reglerna är otydliga och skatterevisorerna enligt företagen inte är konsekventa i sina bedömningar. Till exempel använder en del gratistidningar särskilda annonsförsäljningsbolag, vilka debiterar procentuella delar av annonskostnaden för att kunna

Reklamskatten och övriga punktskatter hanteras av Särskilda skattekontoret i Ludvika. Vid överklagande handläggs reklamskatten av Länsrätten i Falun och i nästa instans Kammarrätten i Sundsvall. Länsrätten i Falun vittnar om en stor mängd överklaganden av reklamskatten och att antalet överklaganden ökar. I huvudsak beror detta enligt länsrättens uppfattning på lagstiftningen, som är mycket kortfattad och därför otydlig. Företagare som är skattepliktiga för reklamskatt saknar kunskap om skatten därför att en förståelse av lagstiftningen kräver god kännedom om förarbetena. De utdragna skatteprocesserna kostar såväl samhället som företagen stora belopp.

Det är inte första gången Företagarombudsmannen tar upp frågan om reklamskatten. Men trots att senaste reklamskatteutredningen, "Avskaffa reklamskatten!" (SOU 1997:53), konkluderade att reklamskatten borde avskaffas har ingenting hänt.

Förslag till bedömning

- Reklamskatten snedvrider konkurrensen på marknaden för annonser och reklam. Den är ämnad att på ett märkligt sätt omfördela resurser och gynna vissa former av verksamheter på bekostnad av andra. Skattedifferentiering är ett dåligt sätt att försöka styra marknaden, anser Företagarombudsmannen.
- Reklamskatten medför extra kostnader för företag som är reklamskattepliktiga. De skall själva eller med hjälp av revisor beroende på antalet redovisningsperioder räkna ut, redovisa och betala reklamskatten. På grund av otydlighet leder reklamskatten också till oförutsägbara skatterevisioner, skattetillägg och dyra skatteprocesser, säger Företagarombudsmannen. Reklamskatten kostar även samhället mycket att administrera vid skattemyndigheten, länsrätten och kammarrätten.

Fakta

Lag (1972:266) om skatt på annonser och reklam

1 § Skatt (reklamskatt) erlägges enligt denna lag till staten för annons, som är avsedd att offentliggöras inom landet, och för reklam, som är avsedd att spridas inom landet i annan form än annons.

12 § Skatten utgår för annons i allmän nyhetstidning med 4 procent av beskattningsvärdet och annars med 11 procent av beskattningsvärdet. Lag (1985:158).

Ur reklamskatteutredningen Avskaffa reklamskatten! (SOU 1997:53)

”Utredningens förslag

Översynen har lett fram till den entydiga slutsatsen att reklamskatten bör avskaffas. Utredningens ståndpunkt kan sammanfattningsvis motiveras på följande vis.

Reklambeskattningen har genom såväl sin grundkonstruktion som omvärldsutvecklingen kommit att framstå som ett omodernt och orättvist system för att ta ut skatt. Utredningens analys av bristerna i reklamskattelagen visar också att det inte är godtagbart att behålla en sådan lagstiftning. ... ”