

Skatteutskottets betänkande

1980/81:4

om utvärdering av annons- och reklamskatten

Motionen

I motion 1979/80:1077 av Sven Andersson (fp) och Erik Hovhammar (m) hemställs att riksdagen anholder att regeringen utvärderar skatten på annonser och reklam mot bakgrund av vad som i motionen anförts.

Av motiveringen i motionen framgår att motionärerna närmast syftar till en avveckling av reklamskatten.

Gällande bestämmelser och frågans tidigare behandling

Enligt lagen (1972:266) om skatt på annonser och reklam utgår skatt (reklamskatt) för annons som är avsedd att offentliggöras inom landet och för reklam som är avsedd att spridas inom landet i annan form än annons. Med reklam förstås meddelande som har till syfte att åstadkomma eller främja avsättning i kommersiell verksamhet av vara, fastighet, nyttighet, rättighet eller tjänst.

Utöver annonser omfattar reklamskatten med vissa undantag sådan reklam som återges i s. k. ljustidning eller i anslutning till trafikmedel, butiklokal, sportanläggning, teater eller liknande lokal, på fastighet eller allmän plats eller på motsvarande sätt (utomhusreklam).

Till det skattepliktiga reklamområdet hör vidare med vissa inskränkningar reklam som återges genom visning av film eller återgivning av ljud.

Slutligen föreligger skatteplikt för reklamtrycksak. Därvid gäller undantag för vissa varor med självständigt bruksvärde och affärsteknisk information m. m.

Skatten utgör för annons i allmän nyhetstidning 3 % av beskattningsvärdet och i övrigt 10 % av detta värde. Beträffande postorderkataloger finns vissa nedsättningsmöjligheter.

Till den som redovisat skatt för annonser i självständig periodisk publikation av dagspress- eller tidskriftskaraktär återbetalar beskattningsmyndigheten, riksskatteverket (RSV), så stor del av erlagd skatt för ett kalenderår som svarar mot en skattepliktig omsättning om såvitt gäller dagspress 9 milj. kr./år och såvitt gäller annan press 6 milj. kr./år (s. k. grundavdrag). Återbetalningen sker halvårsvis i efterskott.

För innevarande budgetår beräknas reklamskatt inflyta med 223 milj. kr.

Skatteutskottet behandlade under åren 1974–1976 (SkU 1974:34, 1975:12 och 1975/76:38) olika yrkanden om avveckling av reklamskatten helt eller

delvis. När frågorna återkom våren 1979 sammanfattade utskottet (SkU 1978/79:56) sin ståndpunkt på följande sätt: ♥

Utskottet har tidigare i olika sammanhang konstaterat att trycksaksbeskattningen erbjuder åtskilliga problem, vilka bl. a. har sin grund i att skattskyldigheten av praktiska skäl måste läggas på tryckeriet, som inte har det egentliga ansvaret för produktens utformning. Det bör dock framhållas att åtskilliga av de svårigheter som tidigare kunde åberopas mot trycksaksbeskattningen har eliminerats genom olika ändringar av författningen och anvisningarna därtill. Ytterligare ändringar har också föreslagits av riksskatteverket i en framställning som f. n. är föremål för regeringens prövning. Enligt utskottets bedömning är reklamskatten på trycksaker behäftad med svagheter, som dock inte f. n. kan anses vara så besvärande att en omedelbar skatteavveckling är motiverad.

I fråga om avvecklingen av annonsskatten för dagspressen åberopas inga svårigheter av skatteteknisk art utan endast det förhållandet att ett fåtal stora tidningar med dålig lönsamhet tvingas betala annonsskatt. Det är riktigt att den fr. o. m. 1978 gällande höjningen av grundavdraget till 9 milj. kr. per år medfört att flertalet mindre dagstidningar numera inte erlägger någon annonsskatt. Den samtidigt genomförda nedsättningen av skattesatsen från 6 till 3 procent innebär emellertid en betydande lättnad för de stora tidningarna. Den kvarstående beskattningen är alltså av begränsad statsfinansiell betydelse. Den skall närmast ses som ett led i en omfördelning av annonsinkomsterna och ett bidrag till finansieringen av presstödet. Det bör inte bortses från att dagspressen, som genom annonsskatten bidrar med mindre än 40 milj. kr., får ett presstöd som för nästa budgetår överstiger 300 milj. kr.

Med hänvisning till det anförda och med beaktande av det statsfinansiella läget anser utskottet sig inte kunna tillstyrka någon partiell avveckling av reklamskatten, särskilt som sådana åtgärder skulle bidra till att snedvrida konkurrensen mellan olika former av reklam.

Utskottet

Som skäl för den i motionen begärda utvärderingen av reklamskatten åberopar motionärerna de flesta av de invändningar som tidigare framförts mot denna punktiskatt. De finner det ologiskt att belasta tidningar och tidskrifter med annonsskatt när man samtidigt beslutar om stödåtgärder för sådana publikationer. I fråga om reklamtrycksakerna understryks svårigheterna när det gäller att bestämma det skattepliktiga varuområdet och de problem som härigenom uppkommer för tryckerierna genom att de som skattskyldiga skall ta ställning till beställarens syfte med trycksaken. Vidare framhåller motionärerna de höga administrationskostnaderna och de förhållandevis låga skatteinkomsterna.

Utskottet är väl medvetet om att reklamskatten är behäftad med svagheter, som gör denna skatteform diskutabel. De ändringar av annonsbeskattningen som genomförts som ett led i presstödet – bl. a. sänkningen av skattesatsen för dagspressen till 3 % – har inneburit att flertalet dagstidningar inte längre betalar någon annonsskatt. Till följd härav har den enhetliga

beskattning av hela reklamområdet, som ursprungligen eftersträvades, inte kunnat förverkligas. Samtidigt får de skattebelopp som dagspressen erlägger i huvudsak anses utgöra ett förhållandevis obetydligt bidrag till presstödet. Skatten medverkar därigenom till en rimlig omfördelning av annonsinkomsterna.

Från rent skatteadministrativa synpunkter kan annonsbeskattningen sägas vara problemfri, vilket däremot inte gäller skatten på reklamtrycksaker. Motionärerna har i huvudsak angivit orsakerna till de problem som uppkommer på detta område. Utskottet vill till denna beskrivning endast foga den uppgiften att gränsdragningssvårigheterna i fråga om det skattepliktiga varuområdet självfallet minskat i takt med att tryckerierna vunnit erfarenheter om bestämmelsernas tillämpning. Till följd härav har antalet förhandsbeskedsärenden avseende reklamtrycksaker kraftigt minskat.

De här redovisade omständigheterna kan naturligtvis åberopas till stöd för en avveckling av reklamskatten eller för en utvärdering av skatten i sådant syfte. Däremot kan enligt utskottets mening riktigheten av de i motionen framförda antagandena om att skatten skulle kosta statsverket och näringslivet mer än vad den inbringar ifrågasättas. Under innevarande budgetår beräknas reklamskatten inbringa 223 milj. kr. Att statsverkets administrativa kostnader skulle uppgå till mer än någon procent av detta belopp förefaller inte troligt, och det saknas anledning anta att näringslivets kostnader skulle vara större än statens.

Sammanfattningsvis finner utskottet att reklamskatten är behäftad med vissa brister som dock knappast är av den arten att de påkallar en utvärdering eller avveckling av skatten. Mot en sådan åtgärd talar i nuläget främst den statsfinansiella situationen, som nyligen motiverat kraftiga höjningar av åtskilliga punktskatter.

Under sådana förutsättningar anser utskottet sig inte böra tillstyrka bifall till motion 1979/80:1077.

Utskottet hemställer

att riksdagen avslår motion 1979/80:1077.

Stockholm den 8 oktober 1980

På skatteutskottets vägnar

ERIK WÄRNBERG

Närvarande: Erik Wörnberg (s), Knut Wachtmeister (m), Stig Josefson (c), Valter Kristenson (s), Rune Carlstein (s), förste vice talmannen Ingegerd Troedsson (m), Olle Westberg i Hofors (s), Hagar Normark (s), Ingemar Hallenius (c), Bo Forslund (s), Wilhelm Gustafsson (fp), Egon Jacobsson (s), Rolf Andersson (c)*, Johan Olsson (c)* och Ewy Möller (m).

* Ej närvarande vid betänkandets justering.

Särskilt yttrande

av Knut Wachtmeister (m), Ingegerd Troedsson (m), Wilhelm Gustafsson (fp) och Ewy Möller (m):

Vi biträder utskottets hemställan att riksdagen avslår motionen. Av de skäl för ett avslag som utskottet åberopar vill vi för vår del framhålla den statsfinansiella situationen som nyligen motiverat kraftiga höjningar av åtskilliga punktskatter.

Detta utesluter enligt vår mening inte att man på sikt borde se över reklamskatten.

För detta talar bl. a. att en viss konflikt i dag föreligger mellan samhällets stöd till pressen och beskattningen av annonser. Denna konflikt har dock avsevärt mildrats genom den från 1978 gällande höjningen av grundavdraget och nedsättningen av skattesatsen.

Vi delar emellertid inte uppfattningen att skatten skall syfta till att ge ett bidrag till presstödet och medverka till något slags "rimlig omfördelning av annonsinkomsterna".

Såsom påpekats i motionen bör också beaktas att näringslivets uppgifter i samband med reklamskatten blivit särskilt betungande i fråga om reklamtrycksakerna på grund av att den grafiska branschen i stor utsträckning består av små eller mycket små företag.