



En eventuell avveckling av reklamskatten

Till skatteutskottet

Ärendet

Skatteutskottet överväger med anledning av ett antal motioner väckta under allmänna motionstiden 2001 att föreslå att riksdagen gör ett tillkännagivande till regeringen med innebörden att reklamskatten bör avvecklas och att frågan bör prioriteras vid kommande budgetberedning. Skatteutskottet har därför den 5 februari 2002 beslutat att i enlighet med 4 kap. 8 § andra stycket riksdagsordningen bereda finansutskottet tillfälle att yttra sig över motionerna. I avvaktan på yttrandet från finansutskottet har skatteutskottet bordlagt ärendet.

Bakgrund

I 4 kap. 8 § andra stycket riksdagsordningen stadgas att innan utskott avger betänkande med förslag i ärende, som väckts inom riksdagen, skall finansutskottet beredas tillfälle att yttra sig om förslaget kan innebära mer betydande framtida återverkningar på de offentliga utgifterna och inkomsterna.

Bestämmelsen tillkom på förslag av Riksdagsutredningen som ansåg att ett fackutskott som har för avsikt att göra ett tillkännagivande i en fråga bör göra en kostnadsberäkning och informera finansutskottet och ge utskottet möjlighet att avge yttrande i ärendet (1993/94:TK2 s. 38). Därigenom får finansutskottet överblick över alla nya långsiktiga ekonomiska åtaganden och kan samtidigt, i de fall det bedöms erforderligt, lämna synpunkter på hur förslagen bör inordnas i en mer långsiktig budgetstrategi, anförde utredningen.

Reklamskatten

Skatt på annonser och reklam infördes i början av 1970-talet för att finansiera en ökning av det statliga stödet till dagspressen samt för att få en enhetlig beskattning av annonser och reklam. Skatten tas ut på annons som är avsedd att offentliggöras i landet. Skattesatsen för annons i allmän nyhetstidning är 4 % av beskattningsvärdet och i övriga fall 11 %. Skatten beräknas för år 2002 inbringa 1 173 miljoner kronor.

Skattskyldig är den som yrkesmässigt offentliggör reklam eller annons. Skatt tas inte ut på direktreklam, dvs. reklamtrycksaker, inte heller på reklam i kommersiell TV och radio eller på reklam via Internet.

Antalet registrerade skattskyldiga för skatt på annonser och reklam uppgår till mellan 3 500 och 4 000, vilket är betydligt fler än för någon annan punktskatt. Antalet har dock sjunkit väsentligt sedan den del av skatten som avsåg reklamtrycksaker avskaffades 1999 (1997/98:FiU20). Anledningen till att den avskaffades var att det var svårt att tillämpa och kontrollera skatten på annonser och reklam.

Motionerna

Skatteutskottet bereder i ärendet 18 motioner väckta under allmänna motions-tiden 2001 (se utsänd förteckning och motionssammanställning). I 9 motioner väckta av företrädare för Moderaterna, Kristdemokraterna och Folkpartiet liberalerna yrkas att reklamskatten skall avvecklas. I 5 motioner väckta av företrädare för Socialdemokraterna och Centern begärs att regeringen skall göra en översyn av beskattningen i syfte att ge dagstidningarna en rättvis och likvärdig behandling i förhållande till övriga medier. I 2 motioner, Sk445 (m) och Sk261 (c), nämns även konsekvenserna för idrottsföreningar och andra ideella föreningar. I en motion från Vänsterpartiet, Sk459, begärs att frågan om att ta bort reklamskatten bör prövas av regeringen i särskild ordning inför budgetarbetet för 2003. I motion Sk424 (mp) begärs besked av regeringen om man tänker infria löftet om att avveckla reklamskatten och vad det skulle kosta.

Frågans tidigare behandling

Enligt 1996 års reklamskatteutredning bör reklamskatten avskaffas (SOU 1997:53 Avskaffa reklamskatten!).

Riksdagen beslutade våren 1998 att avskaffa reklamskatten på reklamtrycksaker (prop. 1997/98:150, bet. 1997/98:FiU20). Skatteutskottet erinrade i sitt yttrande (1997/98:SkU4y) till finansutskottet om att det råder bred enighet om att reklamskatten bör avskaffas. Skatteutskottet delade dock regeringens uppfattning att det vid detta tillfälle saknades ekonomiskt utrymme för att helt avskaffa skatten. Med tanke på de särskilt svåra problem som förelåg beträf-

fande reklamtrycksaker tillstyrkte skatteutskottet förslaget att avveckla skatten i denna del. Utskottet framhöll dock att åtgärden kan leda till nya nackdelar för reklam i annan form och försämra konkurrensförhållandena exempelvis för gratistidningar och s.k. annonsblad. Utskottet förutsatte att regeringen nog följer utvecklingen och återkommer till dessa frågor så snart som utvecklingen motiverar detta. Finansutskottet ställde sig bakom skatteutskottets förslag. I senare betänkanden, 1998/99:SkU13 och 1999/2000:SkU16, har skatteutskottet vidhållit sitt tidigare ställningstagande och avstyrkt aktuella motionsyrkanden.

I det senaste betänkandet, 2000/01:SkU17, anförde skatteutskottet att ett slopande av reklamskatten i dess helhet skulle innebära ett bortfall av skatteinkomster för staten av icke obetydlig omfattning. Enligt skatteutskottets mening bör riksdagens ställningstagande till en sådan åtgärd därför anstå till dess att regeringen redovisat sina överväganden rörande beskattningens kommande inriktning och vilka områden och verksamheter som skall prioriteras vid eventuella skattesänkningar. Skatteutskottet vidhöll sin tidigare inställning att regeringen nog bör följa utvecklingen på området och avstyrkte samtliga motioner.

Finansministern har som svar på frågor/interpellationer sagt att regeringen fortfarande anser att reklamskatten bör avskaffas men att det inte går att säga när de finansiella förutsättningarna kan komma att föreligga.

Utskottets överväganden

Det finns som utskottet ser det starka skäl att se behovet av skattesänkningar i ett större sammanhang. Socialdemokraterna har tillsammans med Vänsterpartiet och Miljöpartiet i budgetpropositionen ställt sig bakom en inriktning av skattepolitiken för tillväxt och rättvisa. Skatterna är också viktiga styrmedel för övergången till ett ekologiskt samhälle. Utskottet anser det värdefullt att denna politik fullföljs. Målet för den ekonomiska politiken är full sysselsättning och ökat välbefinnande genom en god och uthållig tillväxt. Sunda offentliga finanser är tillsammans med stabila priser och en väl fungerande lönebildning förutsättningar för att målet skall kunna nås. Ett tillkännagivande till regeringen, med innebörden att reklamskatten bör avvecklas och att frågan bör prioriteras vid kommande budgetberedning, bör mot denna bakgrund enligt finansutskottets mening förses med tillägget ”med beaktande av de budgetpolitiska målen”.

Stockholm den 21 februari 2002

På finansutskottets vägnar

Jan Bergqvist

Följande ledamöter har deltagit i beslutet: Jan Bergqvist (s), Gunnar Hökmark (m), Bengt Silfverstrand (s), Lisbet Calner (s), Johan Lönnroth (v), Lennart Hedquist (m), Sonia Karlsson (s), Anna Åkerhielm (m), Carin Lundberg (s), Kjell Nordström (s), Siv Holma (v), Per Landgren (kd), Gunnar Axén (m), Yvonne Ruwaida (mp), Rose-Marie Frebran (kd), Agne Hansson (c) och Camilla Dahlin-Andersson (fp).

Avvikande mening

En eventuell avveckling av reklamskatten

Gunnar Hökmark (m), Lennart Hedquist (m), Anna Åkerhielm (m), Per Landgren (kd), Gunnar Axén (m), Rose-Marie Frebran (kd), Agne Hansson (c) och Camilla Dahlin-Andersson (fp) anför:

Vi anser att finansutskottets yttrande i avsnittet *Utskottets överväganden* borde ha följande lydelse:

Det finns som utskottet ser det starka skäl att se behovet av skattesänkningar i ett större sammanhang. Sunda offentliga finanser är tillsammans med stabila priser och en väl fungerande lönebildning förutsättningar för att målen för den ekonomiska politiken skall kunna nås. Ett tillkännagivande till regeringen, med innebörden att reklamskatten bör avvecklas och att frågan bör prioriteras vid kommande budgetberedning, bör mot denna bakgrund enligt finansutskottets mening föras med tillägget ”med beaktande av de övergripande budget-politiska målen”.

Särskilt yttrande

Agne Hansson (c) och Camilla Dahlin-Andersson (fp) anför:

Vi har i våra budgetalternativ för 2002 inte föreslagit att reklamskatten skall avvecklas. Vi anser dock att effekterna av skatten borde analyseras närmare, framför allt hur konkurrenssituationen på mediemarknaden påverkats sedan skatten avvecklats i vissa delar.