

Motion till riksdagen 2005/06:Sk322

av **Kent Olsson m.fl. (m)**

Kultursponsring

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om sponsring av konst och kultur.
2. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om utvidgad avdragsrätt för kultursponsring.
3. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om avdrag för stöd till ideella allmännyttiga organisationer.
4. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om utredning om avdragsrätt för enskilda gåvor.
5. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om företags möjlighet att köpa in konst.

Sponsring

Ordet sponsor betyder egentligen finansiär, garant eller fadder, men det används ofta som ett generellt uttryck för den som ger ekonomiskt stöd till exempelvis en förening, en institution eller en idrottare.

Sponsring av idrott är sedan länge ett etablerat marknadsföringssätt i Sverige, något som gynnar både idrotten och näringslivet. Sponsring av kulturen har tyvärr inte kommit lika långt och är en relativt ny företeelse. Den uppmärksammade domen år 2000, där Pharmacia-Upjohn inte fick igenom sina avdrag fullt ut för sponsringen av Kungliga Operan, har negativt påverkat en fortsatt utveckling av samarbetet mellan våra kulturinstitutioner och näringslivet. Genom annorlunda synsätt och perspektiv kan den nya tidens entreprenörer bidra till att nya spännande samarbetsformer med kulturen skapas. Det handlar inte om en grundfinansiering utan ett stöd som båda parter upplever som positivt. Den är snarare ett komplement för utvecklingen av svenskt kulturliv, vilket i första hand kommer publiken till godo. Ända sedan antiken har kulturen varit beroende av finansiärer för sin verksamhet. Donationer och fonder har finansierat många av dagens offentliga kulturinstitutioner.

Fel! Okänt namn på

God sponsring är lönsam. I en artikel i Dagens Nyheter i augusti år 2004 var de 30 museichefer som tidningen frågat eniga om att sponsring av kultur behövs. En kombination av offentliga och privata medel är både bra och nödvändig. Men de regler som finns i dag är oklara och föråldrade. Riksskatteverket anför t.ex. att skattelagstiftningen saknar direkta regler om avdrag för sponsring. Avdragsrätten måste med de regler som finns i dag bedömas enligt de allmänna förutsättningarna för avdrag för omkostnader i 20 § kommunal-skattelagen. Reglerna talar exempelvis om att sponsorn och mottagaren skall ha ett tydligt samband. För avdrag krävs att sponsorn erhåller direkta motprestationer av den sponsrade. Avdrag medges endast för värdet av motprestationerna. Så kallat sponsringspaket ses i avdragshänseende inte som en odelbar enhet. Varje del i paketet måste bedömas för sig. I ett sponsravtal skall framgå vilka direkta motprestationer som erhålls. Är det flera motprestationer skall ett detaljerat avtal upprättas. Motprestationer skall värderas till marknadsvärdet.

Har sponsorn inte utnyttjat motprestationen – t.ex. tillgång till konferenslokaler eller rätt att använda en symbol i sin marknadsföring – medges inte avdrag normalt. Storleken på företaget kan enligt Skatteverkets anvisningar påverka om sponsringen är avdragsgill eller ej. Dessa är bara några exempel på vilka regler som gäller vid sponsring. Och otaliga fler finns.

Alla dessa regler och oklarheter påverkar givetvis företagens vilja att sponsra verksamheter. Kultursponsringen missgynnas mest av dessa regler, då kravet på direkta motprestationer ibland kan vara svåra att uppfylla. Detta gäller förvisso även bland idrotten men i än högre grad kulturen. Inte nog med att reglerna är krångliga, de är också oklara och Skatteverkets bedömningar skiftar, vilket också motverkar företagens vilja att sponsra.

Exempel på bedömningar som Skatteverket gjort underlättar inte för företag att ta beslut om sponsring. I en dom fick ett företag inte rätt att dra av för bidrag till en förening för att inrätta ett bruksmuseum i en herrgård. I herrgården skulle det ställas ut bruksföremål med anknytning till företaget. Bidraget ansågs trots detta inte ha sådan anknytning till företagets verksamhet att det var avdragsgillt.

Asea medgavs ej avdrag för bidrag till Sveriges Olympiska Kommitté medan Svenska Philips fick rätt att göra avdrag för bidrag till Sveriges Olympiska Kommitté. De olika besluten berodde enligt bedömningen från myndigheterna på reklamvärdet för de olika företagen.

Detta kineseri i lagstiftningen och dessa oklarheter och olika bedömningar vad gäller avdrag och sponsring måste upphöra. Klara och mer generösa regler är nödvändiga för att samarbetet mellan kulturen och näringslivet skall kunna utvecklas till gagn för båda parter.

Rädslan för att näringslivet skulle påverka den konstnärliga utformningen när konsten blir mer beroende av dess pengar är överdriven. Företag vill associeras till områden där man framstår som en attraktiv partner eller arbetsgivare, något som är viktigt när det bl.a. gäller att rekrytera medarbetare.

Det är vidare viktigt att gränsen för sponsringskostnader måste vara exakt i förhållande till gåva, eftersom gällande skattelagstiftning innehåller förbud för avdrag för gåva.

Fel! Okänt namn på

Vår uppfattning är att sponsring bör kunna betraktas som avdragsgill marknadsföring. Lagtexten måste därför förtydligas och det skall tydligare framgå vad som är godkänd och avdragsgill sponsring.

Staten kompletterar i dag de ideella organisationerna såväl vad gäller välfärd, idrott som kultur. Det är en styrka att de ideella organisationernas verksamhet finansieras via enskilda människors bidrag. Verksamheten blir då mer fristående och inte lika beroende av politiska beslut. Detta är en situation som vi tycker är positiv och som vi vill se befast.

För att ge de ideella organisationerna bättre förutsättningar bör avdragsrätt för enskilda gåvor övervägas. Människor som av olika skäl vill stödja en kulturinstitution eller idrottsförening bör kunna göra detta utan att drabbas av skatt. Det finns också en moralisk dimension i denna tanke.

Man skall inte behöva betala skatt på pengar som bidrar till allmännyttiga organisationers utveckling. Dessa organisationer arbetar ju ideellt. I de flesta EU-länder liksom i USA finns redan en sådan avdragsrätt. En utredning bör därför tillsättas som anger lämplig avgränsning för detta, varvid gåvor till biståndsorganisationer också bör ges avdragsrätt.

Konstinköp

Dagens skatteregler hämmar också företagens konstinköp. Många, även etablerade, konstnärer har därför svårt att kunna leva enbart på sitt yrke. De flesta bildkonstnärer får sina inkomster i första hand från s.k. brödjobb och i andra hand från sitt konstnärskap. Inriktningen på statens insatser för de professionella konstnärerna skall vara att de kan basera sin ersättning för utfört konstnärligt arbete. Därför bör dagens skatteregler för företags inköp av nutida konst ses över.

Nuvarande skatteregler leder till att företag drar sig för att köpa samtidskonst. Det borde vara lika naturligt för staten att underlätta för och rekommendera företag att följa enprocentsregeln som man rekommenderar kommuner att göra. Ecklesiastikminister Wennerberg sade på sin tid att ”konst är ingen lyxartikel för ett fåtal”. Vi delar den uppfattningen.

Frankrike har ett system för avdragsrätt där aktiva konstnärer gynnas. Där finns också möjligheter för företag att anställa konstnärer för konstnärligt arbete och där lönen för detta arbete är avdragsgill. Vi anser att dessa modeller är intressanta och bör kunna prövas även i Sverige.

Dessa åtgärder ökar på ett påtagligt sätt möjligheten för konstnärer att få en inkomst som gör det möjligt leva på konstnärskapet.

Fel! Okänt namn på

Stockholm den 28 september 2005

Kent Olsson (m)

Lena Adelson Liljeroth (m)

Anita Sidén (m)

Henrik S Järrel (m)

Anne Marie Brodén (m)

Anna Lindgren (m)

Margareta Pålsson (m)

Henrik Westman (m)