

## Skatteutskottets betänkande

1978/79:56

med anledning av motioner om reklamskatt

### Motionerna

I motionen 1978/79:578 av Johannes Antonsson (c) och Erik Hovhammar (m) hemställs att riksdagen beslutar upphäva skatten på reklamtrycksaker.

I motionen 1978/79:582 av Göthe Knutson m. fl. (m) hemställs att riksdagen hos regeringen begär förslag om att annonsskatten på dagstidningar avskaffas fr. o. m. den 1 juli 1979.

I motionen 1978/79:1710 av Karin Ahrlund (fp) hemställs att riksdagen beslutar om ändring i anvisningarna till 1 § lagen om skatt på annonser och reklam i enlighet med vad som i motionen anförts.

I motionen 1978/79:1745 av Sven-Olov Träff (m) och Bengt Sjönell (c) hemställs att riksdagen beslutar upphäva skatten på reklamtrycksaker.

### Gällande bestämmelser m. m.

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.

Beskattningen av annonser bygger på den tidigare annonsskatten. Denna omfattade annonser som mot vederlag infördes i dagstidningar och i andra periodiska publikationer än sådana som undantagits från skatteplikt enligt lagen (1968:430) om mervärdeskatt. Annonsskatt utgick oavsett annonsens innehåll eller syfte. Det sistnämnda gäller också i fråga om reklamskatten på annonser. På andra punkter skiljer sig dock denna från den tidigare annonsskatten. Reklamskatt utgår sålunda även på annonser i sådana publikationer som är undantagna från mervärdeskatt. I fråga om annonser som avser reklam utgår skatt även om inget vederlag erläggs.

Undantag från beskattning gäller för annons i periodisk publikation som väsentligen framstår som organ för sammanslutning med huvudsakligt syfte att verka för religiöst, nykterhetsfrämjande, politiskt, miljövårdande, idrottsligt eller försvarsfrämjande ändamål eller att företräda handikappade eller arbetshindrade medlemmar liksom för publikation som ges ut på främmande språk för spridning utomlands och för annons som avser endast den publikation i vilken annonsen införs eller kommande nummer av publika-

tionen eller, i fråga om bok, annan utgivning av samma förläggare. Vidare gäller undantag för annons i reklamtrycksak, när annonsen avser utgivarens egen verksamhet.

Utöver annonser omfattar reklamskatten med vissa undantag sådan reklam som återges i s. k. ljustidning eller i anslutning till trafikmedel, butikslokal, 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 att som trycksak inte anses vara som förses med tryck, om den utgörs av penna, glas, klädesplagg eller annat som har ett självständigt bruksvärde eller om den är avsedd att användas som affärshandling, kontorsmaterial, etikett, emballage eller liknande.

Som reklamtrycksak anses inte heller trycksak som avser viss vara och skall åtfölja denna vid försäljning eller motsvarande, såsom garantisedel, bruksanvisning eller instruktionsbok. Motsvarande gäller för trycksak som enbart utgör affärsteknisk information om priser, produkter, sortiment eller motsvarande, information till återförsäljare eller representanter eller intern information till anställda, medlemmar eller delägare och för trycksak som huvudsakligen är att anse som kalender, jubileumsskrift eller liknande. Undantagen är också trycksak som har huvudsakligen historiskt, tekniskt, ekonomiskt eller annat vetenskapligt innehåll.

Trycksak anses inte som reklamtrycksak enbart av den anledningen att den innehåller annonser med reklam för annan än utgivaren.

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.

Under år 1978 inflöt reklamskatt till RSV med sammanlagt 142,3 milj. kr. Av detta belopp avser 37,2 milj. kr. dagspress, 10,3 milj. kr. övrig press och ca 70 milj. kr. trycksaker. För nästa budgetår har skatteinkomsterna beräknats till 195 milj. kr., varav 10 milj. kr. utgör tullens uppbörd.

## Frågornas tidigare behandling

### *Avvecklingsyrkanden*

Då skatteutskottet vid 1974 års riksdag behandlade motioner rörande avveckling av reklamskatten anförde utskottet (SkU 1974:34) bl. a. följande:

Reklamskatten har kommit att framstå som mer kontroversiell än övrig indirekt beskattning. Utskottet har emellertid inte anledning anta att det skulle stå någon bredare opinion bakom de krav på fullständig avveckling av reklamskatten som åtskilliga företrädare för näringslivet rest och som även framförs i motionen 1974:187. Motionärerna åberopar flertalet av de invändningar som framfördes vid skattens införande samt vissa negativa remissyttranden med anledning av riksskatteverkets – RSV:s – förslag till ändringar av reklamskatten, som ligger till grund för propositionen. De menar vidare att reklamskatten kan rubba näringslivets förtroende för vårt skattesystem samt hänvisar till vad den grafiska branschen anført rörande beskattningens verkan på sysselsättningen inom branschen.

---

Utskottet ansluter sig till departementschefens uppfattning att det inte finns några bärande skäl för att avskaffa reklamskatten på grund av tekniska tillämpningssvårigheter i vissa delar och avstyrker således de föreliggande yrkandena om avveckling helt eller delvis av reklamskatten.

När motsvarande avvecklingsyrkanden behandlades våren 1975 framhöll utskottet (SkU 1975:12) i huvudsak liknande synpunkter.

Vad motionärerna i övrigt åberopar till stöd för sitt avvecklingsyrkande vill utskottet här bemöta på ett par punkter. Sålunda framhålls att reklamen genom olika åtgärder blivit klart bättre än tidigare och väl fyller sin funktion i relationerna mellan köpare och säljare och att denna funktion därför inte bör beskattas. Utskottet har tidigare vänt sig mot reklamutredningens tanke att utnyttja reklamskatten som ett styrmedel för att åstadkomma bättre reklam, och utskottet vill även opponera mot att en punktbeskattning av ett område skall ses som ett uttryck för statsmakternas ogillande. När motionärerna framhåller att annonskatten försvagar tidningarnas ekonomi bör det enligt utskottets uppfattning samtidigt understrykas att denna beskattning bl. a. tillkom för att finansiera presstödet, som torde vara förutsättningen för åtskilliga tidningars fortsatta existens.

Ett mera begränsat avvecklingsyrkande framförs i motionen 686. Motionärerna vill med hänsyn till tillämpningssvårigheter för tryckerierna och sysselsättningsproblem inom den grafiska branschen slopa reklamskatten på trycksaker men behålla beskattningen i övrigt. På i stort sett samma grunder har Sveriges grafiska arbetsgivar- och industriorganisationer i skrivelse till utskottet ställt krav på total reklamskatteavveckling. Svenska tidningsutgivareföreningen har däremot i skrivelse till utskottet gjort gällande att direktreklam genom trycksaker och annonsblad intar en skattemässigt gynnad position i förhållande till pressen genom att distributionskostnaderna för direktreklam inte belastas med reklamskatt medan motsvarande kostnad för pressen beskattas genom att den ingår i annonspriset. Utskottet får i denna fråga erinra om att beslutet att utvidga den tidigare annonskatten till en

allmän reklamskatt främst motiverades med att man genom denna åtgärd ville undvika en snedvridning av reklammarknaden till pressens nackdel. Utskottet anser det angeläget att förskjutningarna mellan olika reklammedia ägnas uppmärksamhet och vill inte utesluta möjligheten av en ytterligare differentiering av reklamskatten med hänsyn till faktiska skillnader i fråga om belastningen.

Även våren 1976 behandlades dessa frågor och ur det då avgivna betänkandet (SkU 1975/76:38) kan följande återges.

Utskottet vill först konstatera att alla de tolkningssvårigheter och övriga besvär för enskilda och myndigheter som motionärerna åberopar hänför sig till ett område inom reklamskatten, nämligen reklamtrycksakerna. Som utskottet framhållit tidigare finns det flera omständigheter som medverkar till att komplicera denna del av beskattningen. En av de främsta orsakerna är att tryckerierna blir skattskyldiga för produkter, vilkas innehåll bestämts av andra, beställarna. Även fastställandet av beskattningsvärdet blir invecklat på grund av att tryckerierna inte ensamma svarar för hela produkten utan att hänsyn också skall tas till kreativt arbete, klichéframställning och bokbinde-riarbete m. m. De förenklingar som utskottet förordade vid 1975 års riksmöte har lett till klara förbättringar, som bl. a. kan avläsas i det sjunkande antalet förhandsbeskedsärenden i skattepliktsfrågor. Utskottet kan så till vida ge motionärerna rätt som den nuvarande beskattningsformen för reklamtrycksaker sannolikt är det område av den indirekta beskattningen som fått den minst tillfredsställande lösningen. Därav följer dock inte att man på denna grund måste avveckla hela reklamskatten eller beskattningen av reklamtrycksaker.

#### *Undantag för uppgifter i telefonkatalog*

Frågan behandlades såväl 1974 som 1975 och i sitt betänkande SkU 1975:12 anförde utskottet följande:

Vad gäller uppgifter i telefonkatalogen får utskottet med hänvisning till den inledningsvis lämnade redogörelsen erinra om att regeringen föregående år föreslog ett sådant undantag. Med anledning av förslaget begärde en privat utgivare av en speciell telefonkatalog som tillämpar samma principer som televerket i fråga om textuppgifter och annonser att undantaget skulle utvidgas till att omfatta inte bara televerkets telefonkatalog utan alla telefonkataloger och handelskalendrar. Utskottet fann då starka skäl för att inte rucka på huvudregeln för annonsbeskattningen att alla meddelanden och uppgifter som mot vederlag införs i en publikation eller annan trycksak skall – oavsett innehåll och beställare – anses vara skattepliktig annons. Då utskottet inte funnit anledning ändra sin ståndpunkt i denna fråga avstyrker utskottet yrkandet i motionen 1082.

## Utskottet

Frågan om avveckling av reklamskatten helt eller delvis har upprepade gånger varit föremål för riksdagens prövning. Redan vid annonsskattens införande förelåg i riksdagen meningsmotsättningar om lämpligheten av denna åtgärd. Sedan reklamtrycksakerna i samband med utbyggnaden av annonsskatten till en reklamskatt fördes in under beskattningen har flertalet yrkanden emellertid avsett avveckling av trycksaksbeskattningen.

Av de nu föreliggande motionerna innehåller två, nämligen 578 av Johannes Antonsson (c) och Erik Hovhammar (m) och 1745 av Sven-Olov Träff (m) och Bengt Sjönell (c), yrkanden om slopande av skatten på reklamtrycksaker. Ett mera begränsat avvecklingsyrkande förs fram av Göthe Knutson m. fl. (m) i motionen 582 och avser annonsskatten för dagspressen. Motiveringen för en avveckling av trycksaksbeskattningen är nu liksom tidigare främst de problem som de minsta tryckerierna ställs inför på grund av de enligt motionärernas mening utomordentligt svårtolkade bestämmelserna. Till stöd för sloandet av annonsskatten i fråga om dagspressen åberopas i första hand dagstidningarnas bekymmersamma ekonomiska situation.

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 snedvrída konkurrensen mellan olika former av reklam. Utskottet avstyrker alltså motionerna 578, 582 och 1745.

I motionen 1710 av Karin Ahrland (fp) tas upp en mera begränsad annonsskattefråga, som riksdagen tidigare behandlat. Motionären vill ha undantag från annonsskatt för uppgifter som mot särskild avgift förs in i telefonkatalogens abonnentförteckning. Utskottet har tidigare funnit att ett undantag för televerket skulle leda till motsvarande krav från andra utgivare av telefonkataloger eller därmed jämförliga publikationer.

Annonsskatten har genom sin utformning den stora fördelen framför trycksaksbeskattningen att den bygger på enkla och entydiga definitioner. Givetvis kan skäl åberopas för undantag för olika slag av annonser. Dödsannonser, legala annonser, predikoturer m. m. kan lika gärna undantas från beskattning som uppgifter i telefonkatalogen. Resultatet av sådana åtgärder skulle endast medföra att även den tekniskt sett bäst fungerande delen av reklamskatten sannolikt skulle bli praktiskt ohanterlig.

Med hänvisning till det anförda avstyrker utskottet bifall även till motionen 1710.

Utskottet hemställer

1. *beträffande slopande av skatten på reklamtrycksaker*  
att riksdagen avslår
  - a. motionen 1978/79:578,
  - b. motionen 1978/79:1745;
2. *beträffande slopande av annonsskatten för dagspressen*  
att riksdagen avslår motionen 1978/79:582;
3. *beträffande undantag från annonsskatt för uppgifter i telefonkatalogen*  
att riksdagen avslår motionen 1978/79:1710.

Stockholm den 15 maj 1979

På skatteutskottets vägnar  
ERIK WÄRNBERG

*Närvarande:* Erik Wörnberg (s), Alvar Andersson (c), Valter Kristenson\* (s), Stig Josefson (c), Tage Johansson (s), Tage Sundkvist (c), Olle Westberg i Hofors (s), Kurt Söderström (m), Hagar Normark (s), Johan Olsson (c), Curt Boström (s), Holger Bergqvist\* (fp), Bo Forslund (s), Wilhelm Gustafsson (fp) och Ingegerd Troedsson (m).

\*Ej närvarande vid betänkandets justering.

**Reservation**

beträffande *slopande av skatten på reklamtrycksaker*

av Kurt Söderström (m), Johan Olsson (c) och Ingegerd Troedsson (m),  
som

*dels* anför följande:

Vi finner beskattningen av reklamtrycksaker utomordentligt kostnadskrävande och betungande. Trots lagändringar och informationsinsatser från riksskatteverket och branschorganisationerna har man inte lyckats uppnå klara principer för vilka trycksaker som skall skattebeläggas. Erfarenheterna har enligt vår mening visat att reklamtrycksaker inte lämpar sig för beskattning.

Ett skäl för avveckling utgör också de lättnader i form av grundavdrag och halverade skattesatser som genomförts för dagspressannonsering och som rubbar den konkurrensneutralitet som eftersträvades när skatten på reklamtrycksaker infördes. Regeringen bör därför ges i uppdrag att lägga fram förslag om upphävande av skatten på reklamtrycksaker.

*dels* anser att utskottet i 1 mom. bort hemställa

1. beträffande *slopande av skatten på reklamtrycksaker*  
att riksdagen med bifall till motionerna 1978/79:578 och 1978/79:1745 begär att regeringen lägger fram förslag om slopande av reklamskatten på reklamtrycksaker.

