

Nr 28

Kungl. Maj:ts proposition till riksdagen med förslag till förordning om annonnsskatt; given Stockholms slott den 19 februari 1971.

Kungl. Maj:t vill härmed, under åberopande av bilagda utdrag av statsrådsprotokollet över finansärenden, föreslå riksdagen att bifalla det förslag, om vars avlåtande föredragande departementschefen hemställt.

GUSTAF ADOLF

G. E. STRÄNG

Propositionens huvudsakliga innehåll

I propositionen föreslås, att skatt fr. o. m. den 1 juli 1971 skall utgå på annonser i dagstidningar och andra periodiska publikationer. Enligt förslaget skall skatten utgå på priset för införandet av annons exklusive skatt och utgöra 6 % för annons i dagstidning och 10 % för annons i annan periodisk publikation. Skatten skall uppbäras och redovisas av ägaren av publikation i vilken annonser införs. Vidare föreslås, att vid redovisningen för skatten, avdrag får göras från de skattepliktiga annonsintäkterna med 3 milj. kr. för år. Skatt behöver alltså inte redovisas för en publikation där annonsintäkterna ej överstiger 3 milj. kr. Skatten beräknas tillföra staten ca 48 milj. kr. under budgetåret 1971/72.

Förslag till

Förordning om annonsskatt

Härigenom förordnas som följer.

1 § Annonsskatt erlägges enligt denna förordning till staten för upplåtelse mot vederlag av utrymme för återgivning av text eller bild (annons) i allmän nyhetstidning eller annan periodisk publikation som ges ut inom landet eller i bilaga till sådan publikation.

Med allmän nyhetstidning avses i denna förordning publikation av dagspresskaraktär som normalt kommer ut med minst ett nummer varje vecka och med annan periodisk publikation, sådan publikation som enligt utgivningsplan kommer ut med normalt minst fyra nummer om året.

2 § Riksskatteverket är beskattningsmyndighet för annonsskatt.

3 § Skattskyldig är ägaren till yrkesmässigt utgiven publikation som avses i 1 §.

Skattskyldighet föreligger icke för den som ger ut sådan periodisk publikation som är undantagen från skatteplikt enligt 8 § 6 eller 7 förordningen (1968: 430) om mervärdeskatt eller som ges ut på främmande språk för spridning enbart utomlands.

4 § Skattskyldighet inträder när vederlag inflyter kontant eller på annat sätt kommer den skattskyldige till godo.

Riksskatteverket kan efter ansökan besluta att skattskyldigheten skall inträda redan när fordran uppkommer.

5 § Annonsskatt utgår för annons i allmän nyhetstidning med 6 procent av beskattningsvärdet och för annan annons med 10 procent av beskattningsvärdet.

6 § Beskattningsvärdet utgöres av vederlaget med undantag av annons-skatt och annan statlig skatt eller avgift.

Med vederlag avses, när skattskyldighet inträder enligt 4 § första stycket, den likvid som erhålles kontant eller som i annan form kommer den skattskyldige till godo och, när skattskyldighet inträder enligt 4 § andra stycket, det avtalade priset, däri inräknat avtalade pristillägg, enligt faktura eller annan handling. Från vederlaget får icke avräknas s. k. villkorlig rabatt som utgår vid betalning i efterhand inom viss tid. Utställes växel eller annat skuldebrev för betalningen, utgöres beskattningsvärdet av belopp enligt sådan handling med tillägg av vederlag som därutöver kommit den skattskyldige till godo. Avdrag får ej göras för diskonto vid diskontering av sådant skuldebrev.

Utgår gemensamt vederlag för införande av annons och annan prestation, bestämmes beskattningsvärdet genom uppdelning av vederlaget efter vad som är skäligt.

7 § Redovisning för annonsskatt sker för bestämda redovisningsperioder. Särskild redovisning skall ske för varje publikation. Riksskatteverket kan besluta att den som äger två eller flera publikationer får lämna gemensam redovisning för dem.

Redovisningsskyldighet föreligger icke i fråga om publikation vars annonser har ett sammanlagt beskattningsvärde som ej överstiger 3 miljoner kronor för kalenderår eller, i fråga om publikation som ej kommit ut under helt kalenderår, motsvarande belopp för den tid publikationen kommit ut under kalenderåret.

8 § Vederlag hänföres till den redovisningsperiod då vederlaget erhöles eller, i fall då beslut enligt 4 § andra stycket meddelats, fordran uppkommit.

9 § Lämnas återbäring, bonus eller annan förmån, som icke utgör s. k. villkorlig rabatt, i efterhand och avser förmånen annons för vilken skattskyldighet inträtt, får avdrag för den del av den tidigare redovisade skatten som belöpt på förmånen göras i den ordning som gäller för den skattskyldiges redovisning för annonsskatt. Avser förmånen annons för vilken skattskyldighet inträtt under tidigare kalenderår, får avdraget dock ej överstiga beloppet av den skatt som den skattskyldige erlagt eller haft att erlagga för det tidigare året.

Uppkommer förlust på fordran för vilken annonsskatt redovisats, äger bestämmelserna i första stycket motsvarande tillämpning. Har avdrag för skatt på sådan fordran gjorts och inflyter betalning därefter, skall redovisning åter lämnas för den skatt som belöper på betalningen.

10 § Skattskyldig, som ej är undantagen från redovisningsskyldighet enligt 7 § andra stycket, skall anmäla sig för registrering hos riksskatteverket senast två veckor innan verksamhet som medför skattskyldighet börjar eller övertages. Anmälan göres på blankett enligt fastställt formulär. Vid ändring i förhållande som upptagits i anmälningshandling skall riksskatteverket underrättas inom två veckor.

Om verkställd registrering utfärdar riksskatteverket särskilt bevis som sändes till den skattskyldige.

För att avgöra om skattskyldighet föreligger kan riksskatteverket infordra uppgift från ägare av publikation som icke anmält sig för registrering.

11 § Underlåter någon att i behörig ordning göra anmälan eller lämna underrättelse eller uppgift enligt 10 §, kan riksskatteverket förelägga honom att vid vite fullgöra sin skyldighet.

12 § Skattskyldig, som ej är undantagen från redovisningsskyldighet enligt 7 § andra stycket, skall utan anmaning lämna deklaration rörande det sammanlagda beskattningsvärdet av annonser (den skattepliktiga omsättningen) för varje redovisningsperiod under vilken publikation utgivits. Varje redovisningsperiod omfattar två kalendermånader. Redovisningsperioderna är januari och februari, mars och april, maj och juni, juli och augusti, september och oktober samt november och december. När särskilda skäl föreligger, kan riksskatteverket för viss skattskyldig besluta att redovisningsperiod tills vidare skall vara helt kalenderår.

13 § I deklaration enligt 12 § får skattskyldig göra avdrag från den skattepliktiga omsättningen för varje självständig publikation med 3 miljoner kronor för kalenderår eller, när redovisningsperiod omfattar två kalendermånader, med 500 000 kronor för varje redovisningsperiod. För publikation som ej kommit ut under helt kalenderår, får avdrag göras med så stor del av beloppet för helt år som motsvarar den tid publikationen kommit ut under året.

Kan skattskyldig i deklaration för redovisningsperiod om två månader ej tillgodogöra sig fullt avdrag enligt första stycket, får det återstående beloppet dragas av i deklaration som lämnas för senare redovisningsperiod under samma kalenderår.

14 § Har skattskyldig för ett kalenderår erlagt annonnsskatt med högre belopp än som belöper på skillnaden mellan den skattepliktiga omsättningen under kalenderåret och avdrag enligt 13 §, återbetalar riksskatteverket det överskjutande skattebeloppet.

15 § Deklaration enligt 12 § skall lämnas till riksskatteverket senast den 5 i andra månaden efter utgången av den redovisningsperiod som deklarationen avser. Om synnerliga skäl föreligger, kan riksskatteverket medge att skattskyldig får lämna deklaration senare än som nämnts nyss

16 § Förordningen (1959: 92) om förfarandet vid viss konsumtionsbeskattning äger motsvarande tillämpning på annonnsskatt. Bestämmelserna i nämnda förordning om kontroll hos skattskyldig äger därvid tillämpning även på annonsör och förmedlare av annonser.

17 § Närmare föreskrifter för redovisningen meddelas av riksskatteverket.

1. Denna förordning träder i kraft den 1 juli 1971 och gäller annonser för vilka skattskyldighet enligt 4 § inträder den 1 juli 1971 eller senare. Förordningen gäller dock icke annons som införts i publikation som utgivits före den 1 juli 1971.

2. Den som kan antagas vara skattskyldig enligt denna förordning från och med den 1 juli 1971 skall senast den 1 juni 1971 anmäla sig för registrering hos riksskatteverket.

För att avgöra om anmälningsskyldighet föreligger kan riksskatteverket före den 1 juli 1971 infordra uppgift från den som kan antagas bli skattskyldig men som ej anmält sig för registrering.

I fråga om anmälan enligt första stycket och uppgift enligt andra stycket gäller 11 §.

3. Ytterligare föreskrifter som behövs för denna förordnings ikraftträdande meddelas av Konungen.

Utdrag av protokollet över finansärenden, hållet inför Hans Maj:t Konungen i statsrådet på Stockholms slott den 19 februari 1971.

Närvarande: Statsministern PALME, statsråden STRÄNG, ANDERSSON, HOLMQVIST, ASPLING, SVEN-ERIC NILSSON, LUNDKVIST, GEIJER, MYRDAL, WICKMAN, MOBERG, BENGTSSON, NORLING, LÖFBERG, LIDBOM, CARLSSON.

Chefen för finansdepartementet, statsrådet Sträng, anmäler efter gemensam beredning med statsrådets övriga ledamöter *fråga om skatt på annonser* och anför.

Inledning

I finansplanen till årets statsverksproposition har jag anmält, att jag ämnade lägga fram förslag om en skatt på annonsering i tidningar och andra publikationer för att därigenom i första hand skapa utrymme för en likaledes i finansplanen aviserad utbyggnad av stödet till dagspressen och av den statliga informationsverksamheten. Innan jag presenterar förslaget till denna, som jag i det följande benämner annonsskatt, vill jag anlägga några allmänna synpunkter på frågan.

Först vill jag erinra om att reklamutredningen sedan en tid tillbaka behandlar frågan om en allmän avgiftsbeläggning av reklamen och att den räknar med att arbetet skall kunna slutföras under detta år. Man kan sålunda utgå från att reklamutredningens betänkande kommer att innehålla förslag om en allmän reklampåлага. Mot denna bakgrund kan den i det följande förordade annonsskatten ses som inledningen till en kommande generell beskattning av reklam eller som en provisorisk åtgärd i avvaktan på införandet av en sådan beskattning. Det finns anledning att här även framhålla att utredningen inte skall anse sig vara bunden av den av mig i det följande förordade utformningen av annonsskatten. Det bör stå utredningen fritt att söka andra lösningar för en annonsbeskattning inom ramen för en generell avgifts- eller skattebeläggning av reklam.

Nu antydda framtidsperspektiv förtar enligt min mening väsentligt styrkan i den kritik mot annonsskatten, som tagit sikte på att en sådan skatt träffar endast en form av reklam medan andra reklamformer går fria och därmed gynnas på annonsreklamens bekostnad. Detta skulle i

första hand gå ut över utgivarna av annonsorganen, dvs. tidningsföretagen. Man menar att dessa och då speciellt utgivarna av s. k. andra-tidningar på en ort har att räkna med en så kraftig nedgång i annonsintäkterna att följden blir en försämrad ekonomisk situation även med beaktande av den aviserade utbyggnaden av presstödet.

Av uttalanden i finansplanen framgår, att frågan gäller en skatt på införande av annonser i tidningar och andra publikationer. Det rör sig således om en omsättningsskatt som skall tas ut av annonsörerna genom tillägg på priserna i överensstämmelse med vad som gäller i fråga om annan indirekt beskattning. För att bedöma frågan om effekterna av en sådan annonskatt är det av intresse att studera utvecklingen av annonspriserna under 1960-talet. Enligt en av pris- och kartellnämnden verkställd undersökning av annonsprisutvecklingen i dags- och veckopressen steg dagspressens annonspriser mellan åren 1959 och 1968 med i genomsnitt drygt 80 %. Tas hänsyn även till upplageutvecklingen steg priserna (de s. k. millemillimeterpriserna) med i genomsnitt omkring 50 %. Undersökningen visar en ännu större prisuppgång för annonser i veckopressen. Som jämförelse kan nämnas att partiprisindex för samma period visar en uppgång med ca 25 % och konsumentprisindex med ca 40 %. Beträffande sistnämnda index är då att märka, att den allmänna varuskatten infördes under perioden och utgick med 10 % vid periodens slut. Vidare kan konstateras att annonsvolymen ökat under perioden vilket bidragit till en ytterligare ökning av annonsintäkterna. Till belysande därav kan nämnas att dagspressens totala annonsintäkter under perioden 1961—1967 ökade med 83 %.

Även om de i den allmänna debatten befarade verkningarna för dagstidningarna av annonskatten ter sig överdrivna mot bakgrund av vad nu anförts, finns det enligt min mening fog för att ta särskild hänsyn till de små tidningarna vid utformningen av skatteförslaget. Den lösning som jag därvid funnit lämplig går i princip ut på en reducering av den skatt som skall inlevereras till staten genom en relativt gencröst tilltagen och generell avdragsrätt. Lösningen innebär att annonsintäkter upp till 3 milj. kr. per publikation och år får frånräknas vid skatteredovisningen. Understiger annonsintäkterna detta gränsvärde skall ingen skatt redovisas till staten. Härutöver har under propositionens utarbetande befunnits skäl till en ytterligare modifiering. Den innebär att den i finansplanen förutskickade skattesatsen 10 % skall gälla endast för annonser i andra periodiska publikationer än allmänna nyhetstidningar. För annonser i dagspressen skall enligt förslaget skattesatsen utgöra 6 %. Med nu antydd utformning beräknas skatten för budgetåret 1971/72 ge en intäkt av 48 milj. kr. eller lika mycket som krävs för finansieringen av det utvidgade presstödet och för den utökade statliga informationsverksamheten.

Skatteförslaget

En beskattning av annonsering sker redan inom mervärdeskattens ram. Av denna skatts allmänna konstruktion följer dock att en effektiv beskattning endast träffar annan annonsering än sådan som sker av skattskyldig till mervärdeskatt. Genom den i mervärdeskattsystemet inbyggda rätten till avdrag för skatt på varor och tjänster för skattepliktig verksamhet är företagens annonsering i praktiken skattefri.

En annonsbeskattning i det nu aktuella syftet skulle kunna åstadkommas inom mervärdeskattens ram genom att slopa rätten till avdrag för s. k. ingående mervärdeskatt på annonser. Jag har dock avvisat tanken på en sådan lösning, som inte endast avviker från de allmänna principerna för mervärdeskatten utan dessutom skulle medföra betydande tillämpnings- och kontrollproblem. Med hänsyn härtill förordar jag att annonsskatten utformas som en fristående skatt efter mönster från punktskatteområdet.

Annonns kan i detta sammanhang definieras som text eller bild som för uppdragsgivares, dvs. annonsörs räkning införs eller publiceras i tidning eller annan publikation mot vederlag. Publiceringen av en annons är därvid att betrakta som upplåtelse av utrymme i den publikation, i vilken annonsen införs eller återges. För denna publicering betingar sig ägaren till annonsorganet i allmänhet ersättning enligt fastställd annonstaxa.

Under nu nämnda definition av begreppet annons faller inte endast reklamannonser, platsannonser och olika slag av privata annonser utan även offentliga meddelanden, kungörelser o. d., som tas in i en publikation mot vederlag. Enligt min mening bör annonsskatten i skatteplikts-hänseende ges en generell räckvidd utan några inskränkningar med hänsyn till innehållet i eller syftet med en annons. Några sådana inskränkningar ingår inte heller i skatteförslaget.

Annonsering sker även på annat sätt än i tryckta publikationer. Ett exempel härpå är återgivning av text i s. k. ljustidningar. Sådana finns i ett mindre antal i Sverige, men de har enligt min mening så speciell karaktär att de bör ställas utanför den nu aktuella annonsskatten. Särskilda platser och anordningar för uppsättande av affischer o. d. benämns ibland annonsplatser och upplåtelser av sådana platser skulle därför också kunna hänföras till annonsering. Detta skulle emellertid betyda att skatten skulle få en omfattning som saknar en klar och entydig avgränsning från andra former av reklam. Av skattetekniska skäl och med hänsyn till vad jag tidigare anfört om en allmän reklambeskattning förordar jag att den nu aktuella skatten begränsas till annonsering i dagstidningar och andra periodiska publikationer. Med periodisk publikation bör här förstås sådan publikation som enligt utgivnings-

plan normalt utkommer med minst fyra nummer om året och med dagstidning sådan allmän nyhetstidning av dagspresskaraktär som kommer ut normalt med minst ett nummer varje vecka. Till publikation bör hänföras även bilagor till denna. Skatten bör således omfatta annonser både i själva publikationen och i medföljande bilagor. Jag är medveten om att annonsering sker även i andra tryckta publikationer, men även denna annonsering bör vid den förordade utformningen i övrigt av skatten kunna utelämnas i avvaktan på ställningstagandet till en allmän reklambeskattning på grundval av reklamutredningens förslag.

Annonssör kan själv svara för utformningen av en annons och han kan också själv träffa avtal med ägaren till annonsorganet om publiceringen av annonsen. En annonsör kan emellertid också anlita en annonsbyrå eller ett reklamföretag för utformningen av en annons och det anlitade företaget kan även få i uppdrag att ombesörja publiceringen. I betydande utsträckning sker publicering av annonser genom förmedling av annonsbyrå eller ackvisitör, som för sin medverkan uppbär ersättning av organet i form av provision eller rabatt på det enligt annonstaxan utgående priset för annonsen.

Av vad nu anförts framgår att en annons utgör slutresultatet av flera olika insatser, som var för sig kan medföra särskilda kostnader för annonsören. Härunder faller utformning av en annons, förmedling av publiceringen av en annons, inbegripet s. k. annonsackvisition, och slutligen själva publiceringen eller upplåtelsen av utrymme för annonsens publicering i annonsorganet. Av dessa insatser är publiceringen gemensam för all annonsering. För publiceringen utgår dessutom normalt ett särskilt vederlag enligt fastställd taxa, som gäller oberoende av hur annonsen kommit till. En skatt enbart på vederlagen för eller omsättningen av publiceringen av annonser ligger med hänsyn härtill nära till hands. En sådan skatt erbjuder dessutom praktiska fördelar framför en beskattning även av prestationer eller insatser som föregått själva publiceringen av en annons. Jag förordar därför, att annonsskatten utformas som en skatt på enbart annonsinföring eller med andra ord upplåtelse av utrymme för återgivning av text eller bild i tidningar och andra periodiska publikationer. Skatten skall därvid utgå på vederlagen för verkställd annonsinföring med ägarna till annonsorganen som skattskyldiga. Som jag tidigare framhållit innebär detta, att annonsskatten får formen av en omsättningsskatt i utgivareledet och med en konstruktion i övrigt i nära överensstämmelse med andra nu utgående indirekta s. k. punktskatter och dessutom med mervärdeskatten. I enlighet härmed förordar jag att skatten ges följande utformning.

Skattskyldig till annonsskatt skall vara ägaren till varje inom landet yrkesmässigt utgiven tidning eller annan periodisk publikation i vilken annonser införs. Annonsintäkterna utgör den skattepliktiga omsättningen eller skatteunderlaget och skatten därpå skall erläggas till staten

fortlöpande på grundval av särskilda deklarationer för bestämda redovisningsperioder. Denna ordning överensstämmer med konstruktionen av skatter inom punktskatteområdet och med vad som gäller för mervärdesskatten.

Som tidigare nämnts omfattar mervärdesskatten även annonsering. Sådan skatt utgår på annonsering i dagstidningar och vidare i andra skattepliktiga publikationer. I fråga om vissa från skatteplikt undantagna publikationer gäller att även annonsering i sådan publikation är undantagen. I enlighet härmed utgår inte mervärdesskatt på annonser i medlemsblad, t. ex. fackförbundens tidningar, eller i sådana periodiska publikationer som väsentligen framstår som organ för sammanslutning med huvudsakligt syfte att verka för religiöst, nykterhetsfrämjande, politiskt eller försvarsfrämjande ändamål eller att företräda handikappade medlemmar. Ej heller utgår mervärdesskatt på annonser i personaltidningar, program eller kataloger som säljs eller utlämnas av utgivare som ej är skattskyldig till mervärdesskatt.

En utformning av annonsskatten enligt de förordade allmänna riktlinjerna innebär, att skattskyldigheten till denna skatt kommer att åvila sådana personer och företag som även är skattskyldiga till mervärdesskatt. Detta förhållande förtjänar särskilt beaktande vid utformningen av annonsskatten. Väsentliga praktiska fördelar bör enligt min mening kunna uppnås inte minst för de skattskyldiga, om annonsskatten beträffande skattskyldighet, skatteberäkning, skatteredovisning m. m. så mycket som möjligt utformas i överensstämmelse med vad som allmänt gäller i mervärdesskattehänseende.

I enlighet härmed förordar jag att vad som gäller för mervärdesskatten i fråga om registreringsplikt för skattskyldiga, skattskyldighetens inträde och skatteredovisning skall gälla för annonsskatten. Jag förordar även att mervärdesskattens bestämmelser i fråga om beskattningsvärdet skall gälla med i sak endast den skillnaden, att i nämnda värde inte skall inräknas beloppet av annonsskatten eller annan statlig skatt eller avgift.

Vad jag nu sagt innebär att skattskyldighet enligt förslaget inträder när betalning för införd annons inflyter kontant eller på annat sätt kommer den skattskyldige till godo. Efter ansökan bör dock skattskyldig kunna få redovisa skatt redan när fordran uppkommer enligt faktureringen. Härigenom kan skattskyldig välja samma redovisningsmetod för annonsskatten som han tillämpar för mervärdesskatten.

Som redan nämnts förordar jag att skatten skall utgå med 6 % för annonser i dagspressen och med 10 % för andra skattepliktiga annonser. Beskattningsvärdet, dvs. det värde på vilket skatten skall beräknas, föreslås utgöras av vederlaget för annonsinföringen exklusive bl. a. annons-skatt och mervärdesskatt. Rabatt som direkt avgår från likviden skall inte inräknas i beskattningsvärdet. Det är med andra ord det netto-

belopp som den skattskyldige faktiskt erhåller, exklusive skatt, som beskattas. Vid redovisning av skatt på grundval av utfärdade fakturor eller motsvarande handlingar föreslås att beskattningsvärdet skall utgöras av det avtalade priset enligt sådan handling, inräknat varje form av pristillägg som avtalats. Utställs växel eller annat skuldebrev för betalningen kommer beskattningsvärdet att bestå av belopp enligt sådan handling med tillägg för kontant betalning som eventuellt erläggs därutöver. Samma bestämmelser gäller för mervärdesskatten. I enlighet härmed föreslås också, att s. k. villkorliga rabatter skall ingå i beskattningsvärdet och att avdrag i redovisning för annonsskatt inte får göras för diskonto som avgår vid diskontering av kundväxel eller annat skuldebrev. Den rätt som i mervärdesskattehänseende föreligger för justering av tidigare redovisad skatt för återbäring, bonus eller annan rabatt som utges i efterhand och för kundförluster föreslås också få en motsvarighet i fråga om annonsskatten. Självfallet bör denna möjlighet till efterhandsjustering föreligga endast om den utgivna förmånen eller uppkomna förlusten hänför sig till annonsinförande för vilket skatt utgått. Utges förmånen eller uppkommer förlusten under det kalenderår då skattskyldighet inträtt för annonsinförandet, behövs ingen ytterligare begränsning av avdragsrätten. Om förmånen däremot utges eller förlusten uppkommer under ett senare kalenderår, bör avdrag medges endast i den mån skatt erlagts eller bort erläggas för det tidigare året.

I likhet med vad som gäller inte endast i fråga om mervärdesskatten utan också beträffande nu utgående punktskatter föreslås en registreringsplikt för de skattskyldiga. Anmälan om registrering skall göras till beskattningsmyndigheten senast två veckor innan skattskyldighet inträder och över verkställd registrering skall särskilt bevis utfärdas. Även registreringsbestämmelserna föreslås utformade i enlighet med motsvarande bestämmelser för mervärdesskatten.

Detsamma gäller i fråga om redovisningsförfarandet. Enligt huvudregeln skall skatt redovisas på grundval av deklaration för redovisningsperioder om två kalendermånader (januari—februari, mars—april osv.). Skattskyldiga som har en begränsad skattepliktig omsättning skall dock kunna få tillstånd att redovisa skatt för helt kalenderår. Det ankommer på riksskatteverket att meddela beslut härom. Bedömningen av redovisningsperiodernas längd bör göras med utgångspunkt från storleken av den skatt som den skattskyldige har att erlagga för ett kalenderår, dvs. annonsskatten efter det skatteavdrag jag tidigare nämnt. Bedömningen bör enligt min mening vara relativt generös. Därigenom kan man i stort undvika, att en skattskyldig får betala skatt för någon löpande redovisningsperiod trots att den totala skatten för helt år i efterhand visar sig understiga det skatteavdrag som får göras. En sådan generös bedömning minskar dessutom kraftigt behovet av andra redovisningsperioder än två kalendermånader och helt kalenderår. Jag fö-

reslår därför ingen motsvarighet till mervärdesskattens fyramånaders- och halvårsperioder.

Deklaration skall enligt förslaget lämnas till beskattningsmyndigheten senast den femte dagen i andra månaden efter utgången av den period som deklarationen avser och samma dag förfaller upplupen skatt enligt deklarationen till betalning. Betalningen sker genom insättning på särskilt postgirokonto varvid deklarationsblanketten vederbörligen ifylld och undertecknad samtidigt tjänar som postgiroinbetalningskort. Med denna utformning av bestämmelserna får den skattskyldige möjlighet att redovisa annonsskatt i samma ordning som mervärdesskatt och båda redovisningarna kan ske väsentligen på grundval av samma underlag. Enligt min uppfattning bör denna långtgående anknytning av bestämmelserna för annonsskatten till vad som gäller för mervärdesskatten i hög grad underlätta skattens praktiska tillämpning.

Jag återkommer nu till tidigare omnämnda avdrag, eftersom dessa kan få viss betydelse för redovisningen av annonsskatt i det enskilda fallet. Avsikten är att skattskyldig vid redovisningen av annonsskatt skall ha rätt att göra avdrag med visst belopp från den skattepliktiga omsättningen under perioden. Till staten inbetalas endast skatten som belöper på omsättningen efter detta avdrag. För att uppnå den avsedda verkan fullt ut bör, som redan antytts, avdraget bestämmas till ett relativt stort belopp. Jag förordar med hänsyn härtill att avdraget bestäms till 3 milj. kr. för helt år. Sådant avdrag bör utgå för varje publikation i vilken skattepliktig annonsering förekommer och som framstår som en självständig publikation.

Äger skattskyldig mer än en publikation får frågan om det rör sig om olika självständiga annonsorgan bestämmas med hänsyn till förhållandena i det enskilda fallet. Formellt är varje publikation som ges ut under eget namn att anse som en självständig publikation, även om det är fråga om en s. k. avläggare, dvs. en publikation som utkommer under eget namn med delvis eget, lokalt material men som i övrigt innehåller samma material som ägarens "huvudtidning". Huvudtidning och avläggare bör betraktas som en publikation. Detsamma bör gälla andra publikationer med samma ägare om de innehåller annonser vilka i huvudsak är gemensamma och införts enligt gemensam annonstaxa. Utkommer en publikation i flera editioner under samma namn, får editionerna i annonsskattehänseende inte betraktas som särskilda publikationer. Om flera publikationer anses utgöra en enda publikation med avseende på annonsskatt, får avdrag göras med sammanlagt högst 3 milj. kr.

Enligt nu antydda riktlinjer bör några svårigheter inte föreligga att i det enskilda fallet avgöra frågan om rätten till avdrag. I mån av behov får det ankomma på beskattningsmyndigheten att meddela kompletterande anvisningar i frågan eller att meddela beslut i enskilda fall.

Avdraget 3 milj. kr. skall ses som ett maximibelopp anknutet till kalenderåret. Detta innebär för det första, att avdrag inte kan utgå med större belopp än den skattepliktiga årsomsättningen, i fall då denna understiger 3 milj. kr. Vidare kan skillnaden mellan maximibeloppet och det avdrag som åtnjutits för visst år inte överföras till nästföljande år som en outnyttjad avdragsrätt. Inte heller bör ägare till flera särskilda annonsorgan få större avdrag för en publikation än som svarar mot den skattepliktiga årsomsättningen för publikationen. Någon överföring av avdragsrätt från ett annonsorgan till ett annat skall således inte kunna ske.

Beträffande den tekniska utformningen i övrigt av avdragsrätten förordar jag, att avdrag får göras i varje skatteredovisning med maximalt så stor del av årsbeloppet som svarar mot den tid varje redovisning avser. Vid redovisning av skatt för perioder om två månader bör således fullt avdrag utgöra 500 000 kr. för varje självständigt annonsorgan som skattskyldigheten omfattar. Kan full avdragsrätt inte utnyttjas i en deklaration får det outnyttjade beloppet tas upp som tillkommande avdrag i efterföljande deklarationer för samma kalenderår. Därmed uppnås automatiskt full avdragsrätt i skatteredovisningen under loppet av ett år. På detta sätt och genom möjligheten till helårsredovisning, som jag tidigare berört, kan restitution av annonsskatt bli aktuell endast vid kraftigt sjunkande annonsintäkter. Då, som jag tidigare anfört, bedömningen av redovisningsperiodens längd bör ske med hänsyn till avdragsrätten, bör beskattningsmyndigheten kunna besluta om andra perioder för redovisning av annonsskatt än vad som gäller för den skattskyldige i fråga om mervärdeskatten. Om annonsintäkterna för ett kalenderår understiger 3 milj. kr., föreligger ingen skyldighet att utan anmaning lämna deklaration.

Rätten till avdrag med belopp av förordad storlek torde innebära att åtskilliga mindre, periodiskt utgivna annonsorgan i praktiken ställs utanför annonsskatten. Med hänsyn till den nära anknytningen av annonsskatten till vad som gäller för mervärdeskatten anser jag likväl motiverat med ett uttryckligt undantag från skattskyldighet för ägare till annonsorgan som utgör sådan periodisk publikation som enligt vad jag tidigare anfört är undantagen från mervärdeskatt. Jag finner det värdefullt att annonsskatten även på den punkten står i överensstämmelse med mervärdeskatten.

Utöver denna speciella inskränkning i annonsskatten anser jag även skäl föreligga för ett särskilt undantag för annonser i publikationer på främmande språk som är avsedda att spridas enbart utomlands. Någon begränsning i beskattningen bör inte komma i fråga beträffande annonser i publikationer som endast till viss del har internationell spridning. Annonser som för utländsk uppdragsgivares räkning införs i publika-

tion, som ges ut och sprids här i landet, bör i princip omfattas av skatten.

Länsstyrelserna är beskattningsmyndighet i fråga om mervärdeskatten. Denna ordning, som främst varit betingad av det stora antalet skattskyldiga till mervärdeskatt, finner jag mindre välbetänkt i fråga om annonsskatten. Antalet redovisningspliktiga skattskyldiga kan beräknas bli högst något hundratal och även om dessa är spridda över hela landet anser jag det lämpligt med en central beskattningsmyndighet i likhet med vad som gäller för övrig punktbeskattning. Jag finner det därför naturligt att riksskatteverket skall vara beskattningsmyndighet även för annonsskatten. Härutöver förordar jag att annonsskatten skall vara underkastad bestämmelserna i förordningen (1959: 92) om förfarandet vid viss konsumtionsbeskattning. Därmed inordnas annonskatten i samma system som gäller för övriga punktskatter i vad avser skattekontroll, besvärsmätt, påföljd m. m. Skatteförslaget har utformats i enlighet härmed.

Jag förordar att en annonsskatt med den utformning som jag nu redogjort för skall utgå för i princip annonser som införs i publikationer fr. o. m. den 1 juli 1971.

Som jag tidigare nämnt kan annonsskatten vid den nu förordade utformningen beräknas ge en intäkt för staten om ca 48 milj. kr. för budgetåret 1971/72.

Hemställan

Under åberopande av det anförda hemställer jag att Kungl. Maj:t föreslår riksdagen

att antaga inom finansdepartementet upprättat förslag till *förordning om annonsskatt*.

Med bifall till vad föredraganden sålunda med instämmande av statsrådets övriga ledamöter hemställt förordnar Hans Maj:t Konungen att till riksdagen skall avlåtas proposition av den lydelse bilaga till detta protokoll utvisar.

Ur protokollet:

Britta Gyllensten

