

## Motion till riksdagen 2011/12:Sk366

av **Kerstin Lundgren (C)**

# Reklamskatten

## Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen begär att regeringen lägger fram förslag om reklamskatten i enlighet med vad som anförs i motionen.

## Motivering

Den 1 juli 1971 infördes skatt på annonser. Motivet var att skatten skulle finansiera ett utökat statligt stöd till dagspressen och med syfte att dämpa reklamens volym enligt Reklamskatteutredningens majoritet. Skatten skiljer mellan olika medier. Däremot betalar inte radio och tv reklamskatt och inte heller internetbaserad reklam. Under de 40 år som skatten verkat har medielandskapet förändrats kraftigt och konkurrenssituationen likaså.

För tolv år sedan konstaterade en SOU-utredning att skatten var både omodern och orättvis samt att den borde avskaffas. Lagstiftningen ansågs ha sådana brister att det inte var godtagbart att behålla lagen. I takt med att världen krymper, genom EU-medlemskapet m.m., finns inte heller möjligheten till en inhemsk kontroll av reklam som säkerställer konkurrensbalansen mellan svenska och utländska medier. Skatten ger helt klart inte medierna möjlighet att konkurrera på likvärdiga villkor. Den gäller inte heller i nya reklammedier. Trots att flera ändringar gjorts kvarstår dessutom det faktum att skatten är svår att tillämpa – såväl för den skattskyldige som för skattemyndigheten.

Regeringen uttalade sig i proposition 1997/98:150 att man avsåg att avskaffa reklamskatten, och reklamskatten på reklamtrycksaker avskaffades den 1 januari 1999. Därefter har den gamla regeringen under nio år inte förmått lägga fram ett förslag till riksdagen att reklamskatten i sin helhet avskaffas. Trots att riksdagen tillkännagav den 10 april 2002 att skatten borde avvecklas och att frågan borde prioriteras vid kommande budgetberedning har dåvarande regering återkommit 2002, 2003 och 2004 med beskedet att frågan

**Fel! Okänt namn på**

prioriterats men utan resultat. I 2005 års budget ledde prioriteringen till att skatten sänktes från den 1 januari 2006. Det var i sig välkommet – men alltfjämt kvarstår en orimlig beskattning av annonser i vissa medier.

Mot bakgrund av de långdragna prioriteringsproblem som tidigare regeringar visat prov på framstår det som välkommet att nuvarande regering redan under första året tog ett steg i rätt riktning och likställde samtliga periodiska publikationer, även gratisutdelade, som har karaktär av dagspress, populärpress eller fackpress. Alla fick samma lägre beskattning och högre grundavdrag från den 1 januari 2007 som gäller för allmänna nyhetstidningar sedan den 1 januari 2006. Frågan som uppkommer är varför man inte fullföljer riksdagens uttalade vilja och avskaffar hela skatten på annonser och reklam.

Regeringens satsning på arbete i stället för bidrag syftar till att stärka Sveriges finanser för att också kunna reformera och ta bort skadliga skatter. I det läget är det viktigt att nu fullfölja beslutet att avveckla reklamskatten 40 år efter dess införande och 10 år efter det att riksdagen beslutade att den skulle avskaffas.

Stockholm den 5 oktober 2011

*Kerstin Lundgren (C)*