

Motion till riksdagen 2007/08:Fi249

av **Gunnar Axén (m)**

Avskaffande av reklamskatten

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om reklamskatten.

Motivering

De skatter som tas ut i ett demokratiskt samhälle för att finansiera det allmännas åtaganden bör uppfylla några grundläggande krav. Viktigast är kanske att de är generella i den meningen att de drabbar alla som agerar på ett visst sätt, ägnar sig åt en viss verksamhet etc. Skatter som slår mer eller mindre godtyckligt uppfattas av allmänheten – på goda grunder – som orättvisa, vilket gör att sådana skatter bidrar till att undergräva skattemoralen och acceptansen för skattesystemet. Skatter bör vidare inte snedvrیدا konkurrensen eftersom marknadens funktionsmöjligheter därmed försämras, vilket i sin förlängning riskerar att leda till en för samhället som helhet försämrad resursallokering. För rättssäkerhetens skull bör skatteregler vara tydliga och förutsebara samt enkla att tillämpa.

Reklamskatten, som regleras av lagen (1972:266) om skatt på annonser och reklam, uppfyller inte ett enda av dessa grundläggande krav. Den är inte generell, den snedvrیدer konkurrensen och den är svårtillämpad. Detta framförs på ett för reklamskatten förödande sätt i slutbetänkandet från 1996 års reklamskatteutredning, vilket bär den talande titeln Avskaffa reklamskatten! (SOU 1997:53). Utredaren går igenom reklamskattelagen och konstaterar på punkt efter punkt att den är så undermålig och leder till så oacceptabla konsekvenser att världen snarast bör befrias från dess existens.

Utredaren framhåller att reklamskattens själva konstruktion är sådan att det inte är möjligt att förändra lagstiftningen på ett sådant sätt att ett godtagbart resultat uppnås. Utredningens översyn leder till slutsatsen att reklamskatten inte kan reformeras så att den uppfyller de krav som måste ställas på en skatt. De

Fel! Okänt namn på

justeringar av reklamskattelagen som krävs för att nå målet om en generell och konkurrensneutral beskattning stöter antingen på formella hinder eller medför ingrepp som inte står i rimlig proportion till skattens syfte och allmänna betydelse (s. 18).

Dessa slutsatser bör inte ha kommit som en överraskning för någon. Redan minoriteten i den utredning som föreslog reklamskattens införande betonade att skatten skulle bli synnerligen krånglig och kostsam att tillämpa och avstyrkte därför förslaget. Det gjorde även snart sagt samtliga remissinstanser.

När det gäller frågan om reklamskattens bristande generalitet och konkurrensneutralitet pekar 1996 års reklamskatteutredning på ett antal omständigheter som bidrar till detta. Annonser i dagspress beskattas med 4 % medan skattesatsen i övrigt är 11 %. Detta är förvisso ett medvetet ställningstagande från den ursprungliga lagstiftarens sida i syfte att gynna dagspressen, men med tanke på att t.ex. dagstidningarnas bilagor alltmer kommit att likna veckopressens publikationer framstår den rådande ordningen som än mer orimlig än den var från början. Det är också värt att konstatera att fler och fler gratisdistribuerade tidningar med dagspresskvalitet växer fram. Tidningen Metro är måhända det bästa och mest kända exemplet, men även på andra håll i landet möter traditionella dagstidningar konkurrens av gratisutdelade publikationer av hög klass. Från konkurrenssynpunkt är det självfallet förkastligt att dessa tidningar inte kan tävla på samma villkor som "vanlig" dagspress. Vidare konstaterar utredningen att "efter hand som den tekniska utvecklingen går framåt urholkas reklamskatten allt mer" (s. 37).

Dagens reklamskatt träffar inte reklam i radio, tv och Internet. Inte heller reklam i trycksaker som framställts genom andra tekniker än tryckpress eller screenförfarande omfattas. Det innebär att reklam i trycksaker som producerats genom exempelvis färgkopiatorer och färgplottrar är fria från skatt. "Den snedvridna konkurrenssituationen är naturligtvis oacceptabel, särskilt från tidningarnas liksom annonsbladens synpunkt" (s. 39).

En del av de rättssäkerhetsproblem som uppkommer i och med att reklamskattelagen är otydlig och svårtillämpad har åtgärdats i och med avskaffandet av den reklamskatt som tryckerier tidigare var tvungna att betala på reklamtrycksaker (se prop. 1997/98:150 s. 175). Många bekymmer kvarstår dock, t.ex. de som beror på att många av lagens begrepp är bristfälligt definierade och/eller svåra att avgränsa. "Avgränsningssvårigheter uppkommer exempelvis ofta vad gäller begreppen allmän nyhetstidning och bilaga" (utredningen, s. 40).

Staten skulle, enligt utredarens bedömning, i det korta perspektivet förlora omkring 700 miljoner kronor netto om reklamskatten avskaffades. Å andra sidan skulle de i dag skattskyldiga få en betydande administrativ lättnad, samtidigt som konkurrensen mellan samtliga reklammedier skulle förbättras. Utredaren menar att ett avskaffande för dagspressens del i första hand skulle medföra sänkta annonspriser och i andra hand sänkta prenumerationspriser. De skattesänkningar vi moderater förespråkar syftar i allmänhet till att förbättra förutsättningarna för arbete och företagande samt till att ge enskilda människor större möjligheter att forma sin egen tillvaro efter egna önskemål, men när det gäller reklamskatten är det således andra och – vill vi hävda – än

Fel! Okänt namn på

viktigare principer som måste beaktas. Om reklamskattelagen hade föreslagits i dag hade den omedelbart kastats i papperskorgen – oavsett det statsfinansiella läget – eftersom den strider mot grundläggande principer för ett rimligt skattesystem.

Den fråga man bör ställa sig är om det är värdigt ett rättssamhälle som vårt att ha en skatt som medför betydande rättsosäkerhet, som är orättvis och som dessutom snedvrider konkurrensen. Det entydiga svaret måste, enligt vår mening, bli nej.

Regeringen har visserligen i årets budgetproposition lagt fram vissa förslag som syftar till ett minskat uttag av reklamskatt, men dessa förslag undanröjer inte de grundläggande brister med vilka reklamskatten som företeelse är behäftad utan förstärker i stället skattens konkurrensnedvidande effekter eftersom de gynnar dagspressen på bl.a. gratistidningarnas bekostnad. Förslagen är därför både otillräckliga och felaktigt utformade.

Mot bakgrund av ovanstående och att regeringen ignorerat riksdagens begäran om ett förslag om avskaffad reklamskatt bör riksdagen fatta beslut om att reklamskatten avskaffas. Det torde ankomma på utskottet att utforma erforderlig lagtext.

Stockholm den 3 oktober 2007

Gunnar Axén (m)