

repræsentative begivenhed, skal indkøbsprisen for de pågældende varer lægges til grund.

Hvis bespisningen leveres fra virksomhedens personalekantine, skal virksomheden i stedet for de faktiske udgifter kunne vælge at anvende takster, der fastsættes af ligningsrådet, således at fradraget udgør 25 pct. af dette beløb. Taksterne bør fastsættes således, at de dækker gennemsnitsomkostningerne for et måltid med drikkevarer fra en personalekantine.

Hvis der til brug for repræsentationen leveres drikkevarer såsom vand, øl o.lign. fra kantinen, uden at dette sker i forbindelse med et måltid, vil kantinens udsalgspris kunne lægges til grund. Af administrative grunde gælder dette også, selv om udsalgsprisen er lavere end indkøbsprisen for de pågældende varer, hvis personalet generelt har adgang til at købe de pågældende varer til den lavere pris.

Sker repræsentationen i form af forretningsforbindelsers brug af virksomhedens formuegoder, skal en forholdsmæssig del af udgifterne, herunder eventuelle afskrivninger, anses for afholdt til repræsentation med begrænset fradragsret. Hvis en forretningsforbindelse således låner en feriebolig eller en sejlbåd, der er beregnet til brug for personalet, skal en forholdsmæssig del af udgifterne vedrørende det pågældende personalegode anses for repræsentationsudgifter. Administrative grunde taler for, at det i almindelighed kun betragtes som repræsentation, når brugen sker i form af et egentligt udlån. Herefter vil det f.eks. ikke være repræsentation, hvis virksomhedens ansatte henter kunder i lufthavnen i firmabilen. Det må i den forbindelse forudsættes, at der er tale om et formuegode, som i almindelighed anvendes til andre end repræsentative formål. Hvis formuegodet udelukkende anvendes til repræsentative formål, vil hele udgiften således skulle betragtes som repræsentationsudgift.

Reklameudgifter og gaver.

Adgangen til at fradrage udgifter til reklame berøres ikke af det foreliggende lovforslag. Repræsentationsudgifter må derfor afgrænses i forhold til reklameudgifter.

I modsætning til repræsentationsudgifter er det karakteristisk for reklameudgifter, at de normalt afholdes over for en ubestemt kreds af kunder eller potentielle kunder. Reklameudgifter tager endvidere sigte på at opretholde en virksomheds almindelige omdømme eller fremme dens interes-

ser ved at gøre den kendt og fordelagtigt bemærket.

Der foreligger et særligt problem i relation til gaver og opmærksomheder. Er et firmamærke eller firmanavn påført en gavegenstand, vil udgifterne i almindelighed kunne betragtes som reklameudgifter, såfremt det drejer sig om gaver, der i reklameøjemed er fremstillet i et større antal eksemplarer, og som ikke er særligt kostbare. Som eksempel herpå kan nævnes askebægre, papirknive, kuglepenn, kalendere, parkeringskiver, tændstikæsker osv. med påtrykt firmanavn. Det er tanken, at sådanne genstande altid skal anses for reklameartikler, hvis indkøbsprisen eller fremstillingsprisen ikke overstiger 100 kr. excl. moms.

Herudover vil gaver og opmærksomheder over for forretningsforbindelser og deres familier skulle henføres til repræsentationsudgifter, forudsat at udgifterne har den fornødne tilknytning til virksomhedens drift.

Bidrag, som i reklameøjemed ydes til lotterier o.lign., samt sponsorerers bidrag til sportsfolk, sportsklubber, kulturelle og lignende formål, skal fortsat anses for reklameudgifter, når virksomhederne opnår en hertil svarende ret til reklame for deres navn eller firmamærke.

Udgifter, som en virksomhed afholder i anledning af virksomhedens jubilæum, indvielse eller lignende, vil som anført normalt være fuldt fradragsberettigede, når udgifterne afholdes over for personalet. I det omfang der inviteres forretningsforbindelser til at deltage i et traktement i en sådan anledning, vil denne del af udgifterne til bespisning og underholdning m.v. normalt være at anse som repræsentationsudgifter. Arrangementet kan dog have en sådan karakter, at der er tale om reklameudgifter. Dette vil være tilfældet, hvor der åbnes adgang for offentligheden eller for en større og ubestemt kreds af personer. I så fald vil udgifter til mindre servering, der ikke har karakter af bespisning, kunne betragtes som fuldt fradragsberettigede reklameudgifter. Endvidere vil udgifter til genstande af ubetydelig værdi, som uddeles til gæster og kunder, kunne anses som reklameudgifter, selv om disse reklameartikler ikke er forsynet med firmamærke eller firmanavn. På samme måde vil udgifter til mindre traktementer, der afholdes i forbindelse med messer og udstillinger eller pressemøder, hvor der er åben adgang for pressen og andre interesserede, kunne betragtes som reklameudgifter.

I visse lande er det en kutymemæssig nødvendighed i forbindelse med afslutning af en handel at udveksle gavelignende ydelser. Sådanne ydelser