

[Ingerlise Koefoed]

giver sponsorerne mulighed for over for skattemyndighederne at påvise reklameværdien i engagementet«. Hvordan man i øvrigt vil bære sig ad med det, fremgår ikke af artiklen, men kunne være interessant at få oplyst.

Spørgeren ved, at ministeren arbejder med et forslag, der muligvis vil åbne for skattefradrag i forbindelse med sponsorstøtte til kunst- og kulturarrangementer. Spørgeren er principielt imod skattefradrag for støtte af den art, men finder det under alle omstændigheder vigtigt, at der, hvis der bliver flertal i Folketinget for en sådan ordning, findes helt klare retningslinjer. Der bør altså ikke i tiden, indtil tingene er afklaret, ske en forplumring af begreberne.

Skatteministeren bør derfor gribe ind over for det omtalte arrangement, som synes at hvile på udpekulerthed og på en »snedig« omgåelse af de regler, der hidtil har eksisteret og indtil videre må betragtes som gældende.

Ministeriet for  
Skatter og Afgifter  
den 22. januar 1987

Svar 22/7 87):

**Ministeren for skatter og afgifter** (Nils Wilhjelm, fg.):

Den 22. januar 1987 har jeg i et svar til Folketingets skatte- og afgiftsudvalg (spørgsmål nr. 31, alm. del – bilag 74) givet en redegørelse for de gældende fradragsregler for sponsorbidrag til sportslige såvel som kulturelle aktiviteter. Til orientering vedlægger jeg dette svar.

Om den aktuelle sag som nævnt af spørgeren kan jeg kun sige, at en eventuel fradragsret for bidrag til Sjællands Musikteater vil bero på en konkret ligningsmæssig vurdering, som foretages på grundlag af de gældende generelle regler. Afgørende for fradragsretten vil være, om sponsorerne modtager en reklameydelse fra Sjællands Musikteater, der modsvarer sponsorbidragenes størrelse. Dette er som nævnt en konkret ligningsmæssig afgørelse, som jeg ikke vil kunne tage stilling til.

*Bilag*

Til

Folketingets skatte- og afgiftsudvalg

I besvarelse af udvalgets spørgsmål nr. 31 (alm. del – bilag 74) kan jeg oplyse følgende:

*Spørgsmål:*

Der ønskes en redegørelse for praksis med hensyn til fradragsret for erhvervslivets udgifter til sponsorvirksomhed for kunst m.v. Hvordan trækkes grænsen mellem reklame og kunststøtte og med hvilke konsekvenser med hensyn til fradragsret for udgifterne? Svarer reglerne til praksis i vore europæiske nabolande? Hvordan er forskellen mellem et selskab, der bidrager til kulturelle formål og en fra nytår 1987 skattepligtig fond, der har som vedtægtsformål at støtte sådanne formål? Vil en videregående adgang til fradrag for udgifter til kulturelle formål kræve lovændring eller blot praksisændring?

*Svar:*

De gældende regler om virksomheders fradragsret for afholdte udgifter findes i første række i statsskattelovens § 6. For at opnå fradrag efter denne bestemmelse skal udgiften være afholdt i årets løb for at erhverve, sikre og vedligeholde indkomsten. Der er altså tale om rene driftsomkostninger.

For at undgå afgrænsningsvanskeligheder med hensyn til, om reklameudgifter er driftsomkostninger eller ej, indførtes i 1957 bestemmelsen i ligningslovens § 8. Ifølge ligningslovens § 8 kan udgifter til reklame fratregkes i det år, hvori de er afholdt. De betragtes således som driftsomkostninger.

Under reklameudgifter falder også sponsorbidrag.