

[Skatteministeren]

For at disse gaver kan være fradragsberettigede hos selskaberne, skal disse foreninger m.v., der modtager gaverne, være godkendt af et særligt, uafhængigt nævn, som nedsættes af kultur- og kommunikationsministeren. Jeg vil gerne understrege dette med nævnet, for på sin vis kan jeg da godt forstå, at nogle kunne nære betænkelighed ved, om der nu skal nedsættes en ny kreds af smagsdommere, der skal sidde og skelne imellem, hvad der er fradragsberettiget og ikke fradragsberettiget her. Men det er altså nødvendigt at lægge nævnet ind af skatteadministrative årsager, for alternativet til at have et nævn ville jo være, at de kommunale skatteforvaltninger over hele landet i hvert enkelt tilfælde skulle sidde og vurdere, hvornår der kan gives fradragsret, og hvornår der ikke kan, og med al mulig respekt for kompetencen og måske også indsigten i kulturelle forhold i de kommunale skatteforvaltninger må man vel sige, at det ville være et stærkt besværliggørende element i skatteadministrationen, at man her skulle sidde og vurdere disse formål. Jeg tror, det ville være mere betryggende i den situation at lave et nævn, som nedsættes i kulturministeriel regi. Det er altså baggrunden for, at nævnsløsningen er bygget ind, og den lægger jeg stærkt vægt på ud fra et skatteadministrativt synspunkt.

Lovforslaget om fradragsret for gaver til kulturelle aktiviteter er i øvrigt også fremsat, fordi det i dag er svært at trække grænsen mellem en fradragsberettiget reklameudgift og en ikkefradragsberettiget gave til kulturelle aktiviteter, og denne besværlige sondring bliver lidt mindre besværlig med det lovforslag, som er fremsat. Der er altså rent faktisk også nogle skattemæssige begrundelser for forslaget ud over de kulturelle.

Ifølge ligningslovens § 8 kan udgifter til reklame fratrækkes i det år, hvor de er afholdt, og under reklameudgifter falder også sponsorbidrag. Sponsors bidrag til fodboldklubber og andre sportsklubber kan fradrages som driftsudgifter, såfremt sponsorerne opnår en ret til reklame, der svarer til dette bidrag. Fradragsretten må så forudsætte, at sponsors identitet – det kan være navnet, det kan være firmamærket, eller hvad det nu kan være – direkte fremgår af skiltning el.lign., og præcis de samme regler gælder for bidrag til kulturelle aktiviteter. Det, der bare er problemet, er at afgrænse,

hvad der ligger i begrebet en reklameværdi, der svarer til det bidrag, der ydes.

Det er altså vigtigt at understrege, at den ret, der er til at fratække udgifter til sponsorindsats, hvortil der er knyttet reklameindsats, altså ikke bare gælder dér, hvor vi normalt har kendt den, nemlig i idrætsklubber osv. i forbindelse med sportsaktiviteter, men også for kulturelle aktiviteter, og det er jo noget, som vi ser vokse op rundt omkring.

Hvis man nu f.eks. forestillede sig, at en diletantforening – skal vi tage et tilfældigt sted som Borup? – ville opføre »Den politiske kandestøber« med hr. Jimmy Stahr i hovedrollen, så kunne man ikke udelukke, at forestillingen kunne sættes op med fradragsberettiget sponsorbidrag. Der vil ganske vist være en række forudsætninger, der skal være opfyldt, for at der skal kunne gives fradragsret.

For det første skulle sponsors identitet klart og tydeligt og meget synligt fremgå i forbindelse med denne forestilling. Man kunne altså forestille sig – lad os tage et tilfældigt firma – Kemisk Værk Køge sponsorer denne forestilling, og det skulle så fremgå klart og tydeligt, for at der kunne være en reklamemæssig værdi.

Samtidig skulle bidrags størrelse stå i et rimeligt forhold til den reklameværdi, der kunne påregnes. Nu ville den jo nok være ganske betydelig med den nævnte i hovedrollen. I den forbindelse ville der også kunne lægges vægt på, om der ville være tale om et meget stort publikum til forestillingen; reklameværdien vil jo også i nogen grad afhænge af publikums størrelse.

I et sådant tilfælde ville man altså skulle anlægge en konkret vurdering af, om der virkelig er en reklameværdi i dette sponsorbidrag, som står i et rimeligt forhold til bidrags størrelse. Og det er jo alt i alt besværligt. Vi har eksempler på, at sponsorbidrag netop ikke er blevet godkendt som fradragsberettigede gaver. Fradragsret må f.eks. nægtes, hvis det overvejende eller eneste motiv for gaven har været, skal vi kalde det veneration over for foreningen eller klubben, eller hvem der nu måtte stå bag.

I en landsskatteretskendelse fra 1979 blev en ejendomsmægler f.eks. nægtet fradrag for udgifter til et gavekort til en fodboldklubs træner. Ejendomsmægleren fik derimod fradrag for udgifter til indkøb af fodboldtrøjer med påtrykt reklametekst. Og sådan er der altså mas-