

Annonsskatten

Av assessorn Leif Lindstam

Riksdagen har den 25 maj 1971 beslutat att annonsskatt skall införas i Sverige från och med den 1 juli 1971. Beslutet har föregåtts av en omfattande och intensiv debatt, som knappast kan antas vara avslutad i och med skattens införande. Reklamutredningen sysslar för närvarande med utformningen av en generell pålaga på reklam. Frågan om annonsskatten kommer om inte förr att tas upp igen när reklamutredningens förslag föreligger.

Förordningen om annonsskatt (SFS 1971:170) grundar sig på prop. 1971:28 och skatteutskottets betänkande 1971:30. Skatten har kopplats samman med ett utvecklat stöd till dagspressen (prop 1971:27, KU 1971:32) och en förbättrad samhällsinformation (prop 1971:56, FiU 1971:23). I denna artikel skall huvudsakligen annonsskatten behandlas. I samband därmed lämnas en kort redogörelse för huvudragen i stödet till dagspressen och den förbättrade samhällsinformationen.

Annonsskatten är en omsättningsskatt på annonser. Den kan karakteriseras som en konsumtionskatt, som är avsedd att bäras av den som konsumerar annonsutrymme, annonsköparen.

Skattskyldig till annonsskatt är ägaren till yrkesmässigt utgiven allmän nyhetstidning eller annan periodisk publikation. Med allmän nyhetstidning avses publikation av dagspresskaraktär som normalt kommer ut med minst ett nummer varje vecka. Med annan periodisk publikation avses publikation som enligt utgivningsplan kommer ut med minst fyra nummer om året.

I förordningen anges inte vad som skall läggas i begreppet yrkesmässigt. Viss ledning vid tolkningen av begreppet kan kanske hämtas från mervärdeskatten. Där anges, att verksamhet anses som yrkesmässig dels när inkomsten därav utgör inkomst av rörelse, dels när den innefattar icke enbart enstaka tillhandahållande av vara eller tjänst. Med hänsyn till att skatt skall erläggas endast av den vars annonsintäkter överstiger 60 000 kr per år behöver särskilda problem inte uppstå vid tolkningen av begreppet yrkesmässigt.

Alla som yrkesmässigt ger ut periodiska publikationer av angivet slag kommer att vara skattskyldiga. I förordningen används också begreppet redovisningskyldighet. Sådan skyldighet föreligger, som nyss antytts, endast för den vars annonsintäkter under ett år överstiger 60 000 kr. Det är bara de redovisningskyldiga som skall lämna deklaration för annonsskatt och erlägga annonsskatt. Övriga skattskyldiga hindras dock i och för sig inte av bestämmelserna i förordningen att debitera annonskatt på sina kunder.

Från den generella skattskyldigheten görs två undantag. Det ena gäller annonser

i sådana publikationer som avses i 8 § 6 eller 7 förordningen om mervärdesskatt, m a o medlemsblad, periodiska publikationer som väsentligen framstår som organ för sammanslutningar med vissa angivna syften samt sådana personaltidningar, program och kataloger som ges ut av annan än skattskyldig till mervärdesskatt. Undantaget bör ses mot bakgrunden av det uttalade önskemålet att anknyta annonskatten till mervärdesskatten. Annonser i nu angivna publikationer beläggs inte med mervärdesskatt och det har ansetts vara en praktisk fördel att utgivaren då också slipper hantera annonskatten. Dessutom har på bedömningen förmodligen inverkat att publikationer av detta slag endast i undantagsfall torde ha annonsintäkter på mer än 60 000 kr per år. Risken för en snedvridning av konkurrensen till de undantagna publikationernas fördel kan knappast heller bedömas som stor.

Det andra undantaget från den generella skattskyldigheten gäller annonser i publikationer som ges ut på främmande språk för spridning enbart utomlands.

Med annons avses i förordningen mot vederlag upplåtet utrymme för återgivning av text eller bild i allmän nyhetstidning eller annan periodisk publikation som ges ut inom landet eller i bilaga till sådan publikation. Genom denna definition kommer utrymme i publikation inte att utgöra annons om utrymmet används av ägaren för meddelanden om publikationen eftersom vederlag då inte utgår. Närmast är det fråga om uttag, som inte beskattas. Inte heller andra fall av vederlagsfri upplåtelse av utrymme träffas av beskattningen. I den mån gratisannonsering förekommer går denna alltså fri från annonskatt. Av definitionen följer vidare att annonsens innehåll saknar betydelse för beskattningen. Det är alltså inte fråga om beskattning enbart av reklamannonser utan även familjeannonser, platsannonser, kungörelser och offentliga meddelanden faller under beskattningen. Till sist följer också av definitionen på annons, att reklam och andra meddelanden som framförs mot vederlag i sk ljustidning, i årsskrift, annan bok eller på annat sätt än i periodisk publikation inte beskattas.

Förordningens tillämpningsområde har av naturliga skäl begränsats till publikationer som ges ut inom landet.

Annonskatt utgår också på annonser i bilaga till periodisk publikation. Vad som i första hand avsetts med bilaga torde vara de reklambilagor som ibland följer med tidning som tidningsbilaga och som i många fall innehåller annonser som skulle ha tagits in i tidningen. Skälet till att de inte tagits in i tidningen kan vara att de inte fått plats, att annonsen utformats på ett sådant sätt att den inte kunnat återges i tidningens vanliga framställningsförfarande eller liknande.

Annonskatt utgår med 6 procent av beskattningsvärdet av annons i allmän nyhetstidning och med 10 procent av beskattningsvärdet av annons i annan periodisk publikation. Beskattningsvärdet utgörs av vederlaget med undantag av annonskatt och annan statlig skatt eller avgift. Vederlaget i sin tur bestäms på olika sätt allt efter den redovisningsmetod som tillämpas av den skattskyldige. Liksom i fråga om mervärdesskatt skall annonskatten i första hand redovisas enligt den sk kontantmetoden och i andra hand, efter särskilt tillstånd av beskattningsmyndigheten, enligt den sk bokföringsmässiga redovisningsmetoden. Skillnaden mellan metoderna ligger

däri att skattskyldighet enligt kontantmetoden inträder först när ersättning i någon form kommer den skattskyldige till godo under det att skattskyldighet vid bokföringsmässig redovisning inträder redan när fordran uppkommer och oberoende av när betalning eller motsvarande sker. Med en analogi från mervärdeskatten kan man tänka sig att skattskyldigheten vid bokföringsmässig redovisningsmetod inträder för uppburna förskott först när "leveransen" sker, dvs då annonsen tas in i publikationen.

Vid tillämpning av kontantmetoden utgöres vederlaget av vad som kontant eller på annat sätt kommer den skattskyldige till godo. När skattskyldighet inträder vid fordrans uppkomst utgöres vederlaget av det avtalade priset inklusive avtalade pristillägg av olika slag. Det är att märka, att det är den faktiskt uppburna respektive den med tidningsföretagets kund avtalade ersättningen som beskattas. Eftersom skatt utgår endast på mediakostnaden, dvs kostnaden för införandet av annonsen, skall reklambyrås förmedlingsersättning inte beskattas. Effekten härav blir att annonskatten kommer att belasta hela annonseringskostnaden i de fall annonsköparen vänder sig direkt till tidningsföretaget medan bara den rabatterade annonseringskostnaden beskattas när tidningsföretagets kund är en reklambyrå eller annan som av företaget lämnas rabatt eller prisnedsättning. Här kan följande anmärkas att även annonsören, framförallt storannonsören, i viss utsträckning borde komma i åtnjutande av rabatt av det slag som ges till reklambyrå.

Genom att endast mediakostnaden beskattas kan det bli nödvändigt i vissa fall att göra en uppdelning av vederlag. Så bör ske när reklambyrå debiterar sin kund inte endast mediakostnad utan också förmedlingsprovision, ersättning för annonsutformning o dyl. Detsamma kan följande ske även då ett tidningsföretag tar betalt för annat än annonsinföringen. I sådana fall skall beskattningsvärdet för annonsinföringen bestämmas genom uppdelning av vederlaget efter skälig grund.

Redovisningen av annonskatt sker genom deklARATIONER, som skall lämnas till beskattningsmyndigheten, riksskatteverket, och innehålla uppgift om det sammanlagda beskattningsvärdet av annonser (den skattepliktiga omsättningen) under redovisningsperioden. Redovisningen sker för perioder om två kalendermånader. Någon möjlighet till annan redovisningsperiod finns inte. Deklaration skall lämnas och skatten inbetalas senast den 5 i andra månaden efter utgången av varje redovisningsperiod. Redovisning skall avges särskilt för varje självständig publikation. Riksskatteverket har dock möjlighet att lämna skattskyldig tillstånd till gemensam redovisning för två eller flera publikationer. En förutsättning för sådan gemensam redovisning bör rimligtvis vara, att publikationernas annonsintäkter ligger klart över eller klart under den gräns som anges i samband med reglerna om återbetalning av skatt. Dessa behandlas i det följande.

Särskilda regler har meddelats för de fall rabatt, återbäring eller annan förmån utges i efterhand eller förlust uppkommer på fordran för vilken skatt redovisats. Möjlighet finns därvid att beakta förmånen eller förlusten vid redovisning av skatt för den period under vilken förmånen utges eller förlusten uppkommer.

I propositionen föreslås, att de skattskyldiga skulle få göra avdrag från den

skattepliktiga omsättningen med 3 milj kr för år och publikation. Skatteutskottet fann dock att denna konstruktion inte var invändningsfri. Utskottet ansåg att det kunde få till följd att vissa tidningar fick möjlighet att antingen debitera annonsörerna en skatt, som aldrig behövde inlevereras till statsverket, eller att bedriva en priskonkurrens med de tidningar som skulle få betala in huvuddelen av den debiterade skatten. Utskottets förslag, som godtogs av riksdagen, innebär att alla redovisningsskyldiga, dvs alla skattskyldiga med en skattepliktig omsättning per år om minst 60 000 kronor, skall betala in skatt för tvåmånadersperioder, men få tillbaka ett belopp som svarar mot skatten på en skattepliktig omsättning om högst 3 milj kr per år. Återbetalning skall ske halvårsvis i efterskott utan ansökan. Återbetalat belopp får per år inte överstiga erlagd skatt. För det första halvåret återbetalas aldrig mer än skatten på 1,5 milj kr. För det andra halvåret däremot kan högre belopp återbetalas under förutsättning att återbetalningen för hela året därmed inte kommer att överstiga skatten på 3 milj kr. Om en veckotidning, som skall redovisa skatt med 10 procent av annonsintäkterna, har sådana intäkter om 1,4 milj kr under det första halvåret återbetalas 140 000 kr. Om omsättningen under andra halvåret uppgår till 1,9 milj kr utgör skatten 190 000 kr. För hela året utgör skatten 330 000 kr och återbetalningen för andra halvåret skall omfatta (300 000—140 000=) 160 000 kr. Skulle det omvända förhållandet föreligga mellan de båda halvåren återbetalas 150 000 kr för vardera halvåret. Har redovisningsskyldighet förelegat under endast en del av ett halvår återbetalas endast så stor del av årsbeloppet som svarar mot den tid redovisningsskyldighet förelegat. Om synnerliga skäl föreligger kan riksskatteverket återbetala skatt tidigare än efter utgången av ett kalenderhalvår. Utskottet har som exempel på sådana synnerliga skäl angivit tillfälliga likviditetssvårigheter, som kan äventyra en tidnings utgivande eller att utgivningen av tidningen upphör. De särskilda reglerna om återbetalning torde, som tidigare nämnts, få till resultat, att gemensam redovisning för flera publikationer inte lämpar sig för de fall då en av publikationerna har annonsintäkter som ligger omkring 3 milj kr per år. Utjämning mellan de båda halvåren skulle nämligen väsentligt försvåras i sådana fall.

Återbetalningen av skatt har anknutits till varje självständig publikation för vilken annonskatt redovisats. Begreppet självständig publikation har något berörts i propositionen (s. 11).

Formellt är varje publikation som ges ut under eget namn att anse som en självständig publikation, även om det är fråga om en sk avläggare, dvs en publikation som utkommer under eget namn med delvis eget, lokalt material men som i övrigt innehåller samma material som ägarens "huvudtidning". Huvudtidning och avläggare bör betraktas som en publikation. Detsamma bör gälla andra publikationer med samma ägare om de innehåller annonser vilka i huvudsak är gemensamma och införts enligt gemensam annonstaxa. Utkommer en publikation i flera editioner under samma namn, får editionerna i annonskatttehänseende inte betraktas som särskilda publikationer.

Avsikten med uttalandena om självständiga publikationer torde vara att det inte skall vara möjligt, att erhålla återbetalning med mer än skatten på 3 milj kr när

de tidningar det är fråga om utåt sett framstår som väsentligen lika. Det kan också tänkas vara ett uttryck för en önskan att minska möjligheterna till uppdelning av en publikation på flera editioner eller på huvudtidning och avläggare i syfte att uppnå större återbetalning av skatt än som annars skulle vara fallet. Vidare bör beaktas, att stödet till dagspressen utgår gemensamt för huvudtidning och avläggare.

En fråga som tagits upp i debatten kring annonsskatten är den om skattedebitering måste ske öppet eller om skatten får ingå i priset. Även frågan om det föreligger skyldighet att höja priserna på annonser med skattens belopp har ställts. Förordningen stadgar ingen skyldighet att ange skatten på visst sätt. Skatteutskottet har dessutom klart uttalat, att de skattskyldiga har full frihet, att debitera den öppet eller dolt. Det finns heller ingen skyldighet att höja annonspriserna med skattens belopp. Genom att skatten beräknas på annonsintäkterna exklusive skatt borde det falla sig naturligt för de skattskyldiga att ange skatten öppet i form av ett tillägg till priset. Anges priset inklusive skatt utgör skatten för annonser i dagstidningar 5,66 procent och för andra annonser 9,09 procent av totalpriset. Ett skäl för att ange priset inklusive skatt är möjligen den omständigheten att annonsskatten i likhet med övriga punktskatter utgör skattepliktigt intäkt av rörelse och att de skattskyldiga därför inte i inkomstskattehänseende behöver hålla isär annonspriset och skatten.

Förordningen om förfarandet vid viss konsumtionsbeskattning äger motsvarande tillämpning på annonsskatt. Härigenom regleras i första hand det praktiska och tekniska förfarandet, besvärregler m m. En särskild fråga är om förhandsbesked kan meddelas rörande annonsskatt. Enligt 32 § förfarandeförordningen kan förhandsbesked under vissa förutsättningar meddelas huruvida vara är skattepliktig ävensom efter vilken skattesats skatten är att bestämma. Enligt hittills tillämpad praxis har kontrollstyrelsen, numera riksskatteverket, inte ansett sig kunna lämna förhandsbesked i fråga om sökandens skattskyldighet. Med användande av uttrycket "motsvarande tillämpning" har endast markerats, att vad som stadgas om vara i förfarandeförordningen skall gälla annons enligt annonskatteförordningen.

Riksskatteverket är beskattningsmyndighet och kommer att meddela de anvisningar som behövs för tillämpningen. Även formulär till blanketter fastställs av verket. F n föreligger anvisningar (Riksskatteverkets cirkulärsamling nr 2.1971), som distribuerats till sådana som antagits bli redovisningsskyldiga. Blankett för registreringsanmälan har också skickats ut.

Förordningen träder i kraft den 1 juli 1971. Den gäller annonser för vilka skattskyldighet inträder den 1 juli 1971 eller senare men inte för annons som införts i publikation som utgivits före den 1 juli 1971. Dessa bestämmelser innebär bl a att skattskyldig med redovisning enligt kontantmetoden inte skall betala annonsskatt för betalningar som mottagits före den 1 juli 1971 även om annonsen publiceras i nummer av tidningen som utkommer denna dag eller senare. Skatt bör däremot utgå för annonser, vilka införts i tidning som utkommit efter ikraftträdandet, när den skattskyldige tillämpar bokföringsmässig redovisningsmetod, även om betalning erlagts före den 1 juli 1971.

Den som kan antagas vara skattskyldig till annonsskatt från och med den 1 juli

1971 skall senast den 15 juni anmäla sig för registrering hos riksskatteverket. Även för den som efter den 1 juli 1971 blir skattskyldig finns en anmälningsplikt.

Den utformning annonsskatten fått genom riksdagens beslut kan sägas innebära, att den delvis fått formen av ett presstöd. Skatt skall betalas till riksskatteverket men återbetalas inom vissa gränser. Återbetalningen utgår till alla publikationer som redovisat skatt. Genom att skatten utgår efter olika skattesatser blir återbetalningens maximala storlek 300 000 kr per år för veckotidningar och 180 000 kr per år för dagstidningar.

Redan nu utgår visst stöd till dagspressen genom den år 1969 inrättade pressens lånefond. Fondens styrelse beslutar om lån och disponerande för detta ändamål 25 milj kr för vardera av budgetåren 1969/70 och 1970/71. För 1971/72 har anvisats ett investeringsanslag om 25 milj kr. Vidare utgår en samdistributionsrabatt för dagstidningar sedan den 1 januari 1970. I 1971 års statsverksproposition beräknades för detta ändamål ett förslagsanslag av 10 milj kr.

Stödet till dagspressen enligt prop. 1971:27 skall utgå i form av ett produktionsbidrag till sådana tidningsföretag som ger ut andratidningar, dvs tidningar som på sin utgivningsort har mindre upplaga än annan tidning. Stöd utgår dessutom endast till tidningar som huvudsakligen är abonnerade, vilket innebär, att merparten av de sk kvällstidningarna inte får presstöd. För att undvika att tidningar startas väsentligen i syfte att få del av presstödet utgår stöd endast till tidning vars abonnerade upplaga är minst 2 000 exemplar. För att stöd skall utgå krävs dessutom att annonsandelen är mindre än 50 procent. Om förutsättningarna för bidrag är uppfyllda utgår detta med ett fast belopp om 200 000 kr per år för tidning som kommer ut med ett nummer varje vecka. Bidraget till övriga tidningar ställs i relation till pappersförbrukningen, därvid annonsandelen frånräknas. Bidraget utgör 3 000 kr per ton papper men får inte överstiga 3,5 milj kr per år för storstadstidning (utgivningsort Stockholm, Göteborg eller Malmö) och 1 milj kr för annan tidning. Bidraget utgör dock lägst 200 000 kr.

Styrelsen för pressens lånefond prövar fråga om produktionsbidrag och kan besluta dels att förstatidning som har samma svårigheter som andratidning kan få bidrag, dels att andratidning som inte har de svårigheter en andratidning brukar ha kan gå miste om bidrag.

I prop. 1971:56 föreslås vissa åtgärder för att förbättra samhällsinformationen. En särskild nämnd skall inrättas för att verka för lösning av vissa samordningsproblem. Vidare föreslås att statliga myndigheter vid annonsering i dagspress skall låta införa annonser av i regel samma innehåll och format i alla dagstidningar eller, om informationen riktar sig till ett visst geografiskt område, i alla dagstidningar inom området.

Annonsskatten beräknas för budgetåret 1971/72 ge intäkter om ca 48 milj kr. Stödet till dagspressen beräknas kosta ca 33 milj kr och kostnaderna för den förbättrade samhällsinformationen beräknas till 15 milj kr. Med hänsyn till att de olika förslagen kopplats samman i olika avseenden kan man säga att annonsskatten finansierar presstödet och samhällsinformationen. Det är dock inte fråga om någon

specialdestinering av det slag som föreligger beträffande de s k automobilskattemedlen.

Som anfördes inledningsvis kommer reklamutredningen att lägga fram förslag till en generell reklampåлага. Vilken form denna får är f n inte känt. Därvid uppkommer en intressant fråga om annonskattens ställning. Skall annonskatten bibehållas eller inarbetas i reklamskatten? Skatteutskottet har (s. 7) förutskickat att frågan om annonskatten bör omprövas om förslag om reklamskatt inte framläggs eller om ett sådan förslag inte kan godtas.