

Offentliggjort d. 20. juni 2015

Offentlige arrangementer med fuld fradragsret, Reklame, repræsentation m. v. ©

*Af advokat (L) Bodil Christiansen og
advokat (H), cand. merc. (R) Tommy V. Christiansen*

www.v.dk

Skatterådet har i en afgørelse offentliggjort 28. maj 2015 accepteret fuld fradragsret for en virksomheds udgifter til foredrag og andre lignende arrangementer, der er åbne for offentligheden.

Reklameudgifter er udgifter, som en virksomhed afholder med det formål at opnå eller fremme salg af virksomhedens produkter. Typisk beskrives reklameudgifter som udgifter, der afholdes overfor en ubestemt kreds af kunder eller potentielle kunder, og som tager sigte på at opretholde en virksomheds almindelige omdømme eller fremme dens interesser ved at gøre den kendt eller fordelagtigt bemærket.

Virksomhederne har fuld fradragsret for disse reklameudgifter, da udgifterne afholdes for at erhverve, sikre eller vedligeholde virksomhedens indkomst. En virksomhed har derfor som udgangspunkt fradragsret for eksempelvis udgifter til sponsorater, reklamer i dagblade og på internettet samt diverse reklamegenstande, f.eks. kuglepenne, balloner, T-shirts mv. med virksomhedens logo.

Repræsentationsudgifter afholdes også med det formål at fremme salg af virksomhedens produkter. Men selve udgiften har ikke karakter af reklame møntet på offentligheden, men derimod karakter af ”kommerciel gæstfrihed” rettet mod forretningsforbindelser og dermed altså mod en afgrænset personkreds. Sådanne udgifter kan også fradrages ved opgørelsen af virksomhedens skattepligtige indkomst, men fradraget er begrænset til 25 pct. af udgiften. Inviterer virksomheden f.eks. en nøglekunde på en dyr middag på

Offentliggjort d. 20. juni 2015

byens førende restaurant, kan virksomheden kun fradrage 25 pct. af restaurationsregningen.

De særlige regler om begrænset fradragsret for repræsentationsudgifter blev gennemført i forbindelse med skattereformen fra 1985. Begrænsningen af fradragsretten ansås for forsvarlig i betragtning af de betydelige fordele, der generelt var forbundet med skattereformen. Endvidere kunne man - som det blev anført i lovforslaget - *"ikke se bort fra, at fuld fradragsret for repræsentationsudgifter i visse tilfælde må antages at medvirke til, at udgifterne, der grænser tæt op til forbrugsudgifter, kommer til at ligge på et højere niveau, end det er rimeligt og nødvendigt."*

Som eksempler på repræsentationsudgifter med begrænset fradragsret var i lovforslaget fra 1985 bl.a. nævnt udgifter til måltider, restaurationsbesøg, tobaks- og drikkevarer, gaver og opmærksomheder over for forretningsforbindelser og deres familier, afholdelse af jubilæer, fødselsdage og forretningsindvielser samt udgifter til underholdning og fornøjelser, og deltagelse i f.eks. rejser, udflugter og ferieophold.

Netop bespisningens omfang er da også i praksis blevet et af de væsentlige elementer ved afgrænsningen af reklameudgifter i forhold til repræsentationsudgifter. ved

Mange skattesager

Sondringen mellem på den ene side reklameudgifter og på den anden side repræsentationsudgifter har siden givet anledning til mange sager mellem skattevæsenet og de enkelte virksomheder. Efter skatteyderens opfattelse er der tale om reklameudgifter, hvor udgiften har fuld fradragseffekt. Heroverfor står SKAT's synspunkt, hvorefter udgiften er en repræsentationsudgift med begrænset fradragsret.

I praksis har blandt andet **afholdelsen af større arrangementer** som receptioner i anledning af virksomhedens indvielse eller udvidelse, jubilæum m.v. været et tilbagevendende problemområde.

Kløften mellem skattevæsenet og virksomhederne er da også betydelig på dette område. Fra virksomhedernes side er det vedvarende synspunkt, at et givet arrangement eller

Offentliggjort d. 20. juni 2015

sammenkomst er afholdt med det ene formål at fremme salget af virksomhedens produkter.

Fra SKAT's side er synspunktet vedvarende, at reglerne - uanset hvad der måtte have været formålet - ikke giver mulighed for at fratække repræsentationsudgifter. Skattevæsenet har da også i praksis anlagt en ganske streng linie i disse sager.

Nøgleordene for at opnå fuld fradragsret som reklameudgifter er bl.a., at arrangementet skal være åbent for offentligheden eller for en større og ubestemt kreds af personer. Selv om der eksempelvis er tale om invitation af meget store kunder, leverandører og andre forretningsforbindelse, vil et sådant "lukket" arrangement som udgangspunkt ikke blive anset som "åbent for offentligheden".

Og har der været servering under arrangementet, er det en yderligere forudsætning for fuld fradragsret for udgifterne, at der kun har været tale om en "*mindre servering, der ikke har karakter af bespisning*".

Dette er baggrunden for, at SKAT i sådanne sager almindeligvis vil foretage mange og dybtgående undersøgelser af, hvem der har været inviteret til givne arrangementer, hvem der rent faktisk er mødt frem, og ikke mindst, hvad gæsterne har spist og drukket samt kuvertprisen herfor, og om bespisningen er foregået i oprejst eller siddende stilling. Eksempelvis anerkendte Landsskatteretten i en afgørelse fra 2000, at et traktement med en kuvertpris på 100 kr. incl. drikkevarer i anledning af et forretningsjubileum ikke havde haft karakter af egentlig bespisning. Men der skal næppe foreligge nogen større pris-mæssig afvigelse i opadgående retning i nutidens priser, før det kan komme på tale at anse udgiften som repræsentation. Og kan gæsterne indtage serveringen siddende, vil det også pege i retning af repræsentation.

Foredrag på gratisbasis

Også foredrag i reklameøjemed har haft skattevæsenets bevågenhed.

Der foreligger flere sager fra de seneste 15 - 20 år, hvor en virksomhed har inviteret en større kundegruppe til foredrag med en mere eller mindre kendt foredragsholder. Tanken

Offentliggjort d. 20. juni 2015

er typisk, at den fremmede foredragsholder skal agere trækplaster for et større publikum, som så i løbet af arrangementet udover foredraget også får en nærmere præsentation af virksomheden.

I praksis har skattevæsenet også på dette område stillet strenge krav for at anerkende udgifterne som fuldt fradragsberettigede reklameudgifter.

Eksempelvis kan nævnes en sag fra 1999, hvor en revisor havde afholdt et kundeinformationsmøde med en luftkaptajn som foredragsholder under overskriften: ”Vi må lære at håndtere hverdagens uforudsigelige situationer, som de kommer.” Revisoren havde fratrukket udgifterne til arrangementet som reklameudgifter, men dette blev afvist af skattevæsenet og domstolene. Vestre Landsret, der havde fået sagen forelagt, bemærkede bl.a. i begrundelsen for afgørelsen, at invitationen til arrangementet, udførligt omtalte luftkaptajnens foredrag, der også var aftenens væsentligste indslag, mens revisorens eget indlæg var uomtalt. Arrangementet måtte herefter i alt væsentligt anses for at have haft karakter af kommerciel gæstfrihed. Endvidere bemærkede landsretten, at invitationerne til arrangementet blev sendt til en afgrænset kreds, der i hvert fald hovedsagelig omfattede kunder og forretningsforbindelser. Selv om det efter forklaringerne lægges til grund, at de, der blev inviteret, med revisorens accept kunne foranledige, at også andre deltog, var arrangementet efter landsrettens opfattelse herefter ikke åbent for en ubestemt kreds. Revisoren fik derfor kun begrænset fradragsret.

En ny sag om gratisforedrag

Skatterådets afgørelse offentliggjort i maj 2015 drejede sig om en virksomhed, der afholdte gratis foredrag for at ”understøtte og synliggøre virksomheden”.

I den konkrete sag var foredragene efter det oplyste åbne for alle, og der blev ikke foretaget en udvælgelse eller udelukkelse af tilmeldte deltagere. Foredragene blev annonceret på virksomhedens hjemmeside, hvor deltagere kunne tilmelde sig, samt i virksomhedens nyhedsbreve, som alle kunne tilmelde sig at modtage. Aktuelt modtog ca. 18.500 personer nyhedsbrevet. Herudover sendte virksomheden normalt invitationer til personer, som virksomheden forventede ville have en særlig interesse i et givent arrangement.

Offentliggjort d. 20. juni 2015

Virksomheden ønskede nu SKAT's bekræftelse på, at virksomheden kunne opnå skattemæssig fradragsret for udgifterne til 2 – nærmere beskrevne – typer arrangementer.

Den ene type arrangement omfattede en række workshops om et aktuelt fagligt emne, og var, som allerede beskrevet, åbent for alle. Udover annonceringen på virksomhedens hjemmeside og i nyhedsbreve blev dette arrangement også annonceret i dagspressen. Under arrangementet ville der blive serveret morgenbrød og kaffe ved ankomst, kaffe & snacks i pausen samt en sandwich ved arrangementets afslutning. Kuvertprisen for denne bespisning ville være på 136 kr.

Den anden type arrangement var et seminar med 4 foredrag på hver ca. 30 min. Arrangementet ville blive markedsført som allerede beskrevet, og der ville blive serveret morgenbrød og kaffe til en kuvertpris på 50 kr.

Efter virksomhedens opfattelse var udgifterne til de to forskellige typer arrangementer i begge tilfælde fuldt ud fradragsberettigede som reklameudgifter.

Skatterådet var enig i denne vurdering.

Vedrørende det første arrangement var det på den ene side ganske vist Skatterådets opfattelse, at arrangementet måtte anses for afholdt for at fastholde eller tilknytte nye forretningsforbindelser. På den anden side var hovedvægten i arrangementet efter Skatterådets opfattelse lagt på det faglige indhold og havde derfor ikke primært karakter af kommerciel gæstfrihed. Ved denne vurdering havde Skatterådet også taget hensyn til, at bespisningen ved arrangementet på baggrund af prisen måtte anses for at være af begrænset omfang. Herefter konkluderede Skatterådet, at udgifterne til arrangementet ville være fuldt ud fradragsberettiget som en reklameudgift.

Også for det andet arrangement fandt Skatterådet, at hovedvægten i arrangementet var lagt på det faglige indhold og derfor ikke primært har karakter af kommerciel gæstfrihed. Skatterådet lagde her særlig vægt på, at bespisningen havde begrænset omfang, og at

Offentliggjort d. 20. juni 2015

arrangementet var annonceret overfor en åben kreds med henvisning til det store antal modtagere af nyhedsmailen.

På denne baggrund anerkendte Skatterådet, som allerede nævnt, at virksomheden havde fuld fradragetsret for udgifter til afholdelse af begge typer arrangementer.

Skatterådet har med afgørelsen banet vejen for den skattemæssige behandling af denne type arrangement, der synes at være stigende. Men som det fremgår, lægges der fortsat og også for sådanne arrangementer afgørende vægt på, dels om arrangementet kan siges at være åbent for alle, og dels omfanget af serveringen.

Da Skatterådets udgangspunkt er, at arrangementet var repræsentation, må det således bl.a. antages, at serveringen næppe kan stige meget i omfang eller pris, før arrangementet som helhed anses som repræsentation.

— o —