

Offentliggjort d. 17. december 2002

Receptionsudgifter – repræsentation - SKM2002.535.HR ©

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

www.v.dk

Ved Højesterets dom af 21/10 2002 anså Højesteret en ejendomsmæglers udgifter til afholdelse af reception i anledning af virksomhedens 20-års jubilæum og lokaleudvidelse som repræsentation med begrænset fradragsret, uanset at receptionen blev afholdt som et "åbent hus" arrangement. Med dommen har Højesteret fastslået, at receptionsudgifter som den altovervejende hovedregel må anses som begrænset fradragsberettigede repræsentationsudgifter frem for fuldt ud fradragsberettigede reklameudgifter. Tidligere SKM2001.441.VLR.

I Juridisk Ugebrev Skat 2001, nr. 36, af 4. september 2001, i artiklen, "Receptionsudgifter – arrangement begrundet i virksomhedens forhold - afgrænsning mellem repræsentation og reklameudgifter" er omtalt Vestre Landsrets dom af 6/7 2001, ref. i SKM2001.441. om fradragsret for receptionsudgifter i anledning af en ejendomsmæglers 20 års forretningsjubilæum og lokaleudvidelse.

Vestre Landsret dom, blev efterfølgende indbragt for Højesteret, der nu har truffet afgørelse i sagen, og med præmisser, der peger i retning af en skærpelse.

Stridspunktet i sagen var, om receptionsudgifterne skulle anses som repræsentationsudgifter med begrænset fradragsret, jf. ligningslovens § 8, stk. 4, eller om udgifterne kunne fratrækkes fuldt ud som en reklameudgift efter § 8, jf. statsskattelovens § 6.

Offentliggjort d. 17. december 2002

Repræsentationsudgifter beskrives almindeligvis som udgifter, som en skatteyder afholder for at få afsluttet forretninger eller for at knytte eller bevare forretningsforbindelser. Repræsentation siges i den forbindelse at have karakter af opmærksomhed eller kommerciel gæstfrihed overfor forretningsforbindelser.

Heroverfor er det karakteristisk for *reklameudgifter*, at de normalt afholdes overfor en ubestemt kreds af kunder eller potentielle kunder samt at de tager sigte på at opretholde en virksomheds almindelige omdømme eller fremme dens interesser ved at gøre den kendt og fordelagtigt bemærket, jf. herved i det hele FT 1985/86, tillæg A, sp. 1226 ff.

Specielt for så vidt angår *receptionsudgifter* fremgår videre af motiverne til § 8, stk. 4, at udgifter til afholdelse af jubilæer, fødselsdage og forretningsindvielser er at anse som typiske repræsentationsudgifter. Et arrangement i anledning af en *virksomheds* jubilæum, indvielse eller lignende vil dog ifølge motiverne kunne 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, og hvor der er tale om *en mindre servering, der ikke har karakter af bespisning*.

I den pågældende sag blev receptionen afholdt i tidsrummet 13:00 – 17:00 i forretningslokalerne, og traktementet blev indtaget i forretningslokalerne eller på den til lejligheden overdækkede terrasse. Der havde deltaget ca. 250 personer i receptionen.

Der var ikke i anledning af receptionen suppleret med yderligere stole i forretningslokalerne, og mulighederne for at sidde ned omfattede således alene forrettningens 7 kontorstole, 10 konferencestole og 4 kundestole samt nogle køkkenstole.

Der var tale om udgifter i forbindelse med servering af grøntsagstærter, svineskinke, kold kartoffelsalat, små frikadeller, udskåret ørred og skiveskåret ost samt brød til en kuvertpris på 59,90 kr.

Der blev sendt indbydelser til receptionen til 30 – 40 kunder og forretningsforbindelser samt til borgmesteren, pengeinstitutter, advokater og bygmestre. Herudover blev receptionen annonceret i husstandsomdelte ”flyers”, ved en servicemeddelelse i lokalradioen

Offentliggjort d. 17. december 2002

rettet mod alle og i den lokale avis med indbydelse af kunder og forretningsforbindelser. Med de førnævnte flyers tilbød ejendomsmægleren samtidig 20 pct. rabat på ejendomsmæglersalæret ved formidlingsaftaler modtaget de følgende 2 måneder.

Ejendomsmægleren, der havde nedlagt påstand om, at arrangementet havde et sådant reklamemæssigt islæt, at udgifterne til receptionen skulle behandles som en reklameudgift, der var omfattet af ligningslovens § 8, stk. 1, således at der var fuld fradragsret for udgiften, gjorde under sagen gældende, at det primære formål med receptionen var at øge virksomhedens salg af tjenesteydelser og at sikre forretningen en positiv omtale.

Receptionen, der samtidig var startskuddet på rabatkampagnen, blev derfor afholdt som et »**åbent hus-arrangement**«, hvor der var adgang såvel for enhver aktuel som potentiell kunde som for forretningsforbindelser.

Efter det oplyste om annonceringen af receptionen er det godtgjort, at der var åben adgang for offentligheden. Kravet i lovforarbejderne til serveringens karakter skal ses i sammenhæng med formålet med lovændringen i 1985, det vil sige at fjerne muligheden for at fradrage udgifter, der grænser op til privatforbrugsudgifter. Når det som her er ubestridt, at receptionen havde en klar tilknytning til virksomheden, kan der ikke stilles krav til serveringens karakter.

Endelig gjorde ejendomsmæglere gældende, at skulle landsretten finde, at der må lægges vægt på **serveringens karakter** for at anse udgiften som en reklameudgift, gøres det gældende, at serveringen ikke havde karakter af bespisning. Praksis herom viser en udvikling i den kuvertpris, der accepteres, og ejendomsmæglerens udgifter oversteg ikke tidligere accepterede beløb.

SKAT, der havde nedlagt påstand om, at udgiften ikke var en reklameudgift med fuld fradragsret – men derimod en repræsentationsudgift med begrænset fradragsret - gjorde under sagen gældende, at kommerciel gæstfrihed, **typisk jubilæer**, betragtes som repræsentation.

Offentliggjort d. 17. december 2002

Da det må lægges til grund, at det primære formål med den afholdte reception var at **markere forretningsjubilæet**, havde arrangementet karakter af repræsentation. Reklamen lå i den rabatkampagne, der samtidig blev indledt. Kravene til arrangementets karakter for undtagelsesvis at anse udgifterne som reklameudgifter må fastholdes.

Videre anførte skat, at det ikke havde været ejendomsmæglerens hensigt, at offentligheden skulle deltage i receptionen, hvilket fremgår af, at invitationen, der efter sin formulering alene retter sig mod kunder og forretningsforbindelser, ikke blev husstandsomdelt. Ejendomsmægleren havde **ikke** godtgjort, at der var **adgang for offentligheden** til receptionen.

Endelig gjorde SKAT gældende, at **serveringen** havde karakter af **egentlig bespisning**. Traktementet fandt sted ved frokosttid, og der blev serveret egentlig frokost i form af diverse tærter, skinker, kold kartoffelsalat, frikadeller, fisk og brød. Endelig var det muligt at sidde ned og spise. Betingelserne for at indrømme sagsøgeren fuldt fradrag efter ligningslovens § 8, stk. 1, er derfor ikke opfyldt

Landsretten nåede her frem til, at arrangementet havde haft en sådan karakter, at receptionsudgifterne skulle behandles som en repræsentationsudgift med begrænset fradragret – og altså ikke som en reklameudgift.

Landsretten henviser som begrundelser herfor til, at traktementet fandt sted ved frokosttid og der blev serveret egentlig frokost i form af diverse tærter, skinker, kold kartoffelsalat, frikadeller, fisk og brød. Endelig var det muligt at sidde ned og spise

Højesteret stadfæstede landsrettens dom, men med en anden begrundelse:

Højesteret lagde til grund, at receptionen hos ejendomsmægleren blev afholdt i anledning af virksomhedens jubilæum og lokaleudvidelse, og at kunder og forretningsforbindelser var inviteret til receptionen, hvori der indgik et traktement.

Offentliggjort d. 17. december 2002

På denne baggrund og på baggrund af ligningslovens § 8 og dennes motiver udtalte Højesteret, at et sådant arrangement – uanset arrangementets omfang – må anses for afholdt som udslag af kommerciel gæstfrihed, og at udgifterne hertil må anses for repræsentationsudgifter omfattet af ligningslovens § 8, stk. 4.

At receptionen blev afholdt som ”åbent hus”, og at der samtidig med receptionen blev iværksat en reklamekampagne med rabat på salær, kunne efter Højesterets opfattelse ikke bevirke en fravigelse fra det ovennævnte udgangspunkt.

Eneafgørende er, hvorvidt der er tale om et arrangement i anledning af virksomhedens jubilæum og lokaleudvidelse, og at kunder og forretningsforbindelser var inviteret til receptionen, hvori der indgik et traktement

Landsrettens afgørelser står fortsat i kulissen, hvor der blev lagt afgørende vægt på traktementet samt at gæsterne kunne sidde ned, hvilket i sig selv kan medføre, at et arrangement ikke kan anses som en reklameudgift selv om der ikke er tale om et jubilæum.

Som nævnt ovenfor gælder det, at et arrangement i anledning af en *virksomheds* jubilæum, indvielse eller lignende vil dog ifølge motiverne kunne 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*, og hvor der er tale om *en mindre servering, der ikke har karakter af bespisning*

Når henses til, at der i denne sag i en sjælden grad var tale om ”åbent hus” derved, at invitationer var husstandsomdelt og annonceret i de lokale medier, og at kuvertprisen var mindre end 60 kr., er det svært at forestille sig arrangementer, hvor der indrømmes fuld fradragsret.

— o —