

Finansdepartementet
Skatte- och tullavdelningen

Dnr. Fi2026/00109

Via e-post till:
fi.remissvar@regeringskansliet.se

Kopia till:
Malin.borestam@regeringskansliet.se

Stockholm den 4 maj 2026

Slutbetänkandet Utvidgad avdragsrätt för sponsring m.m. (SOU 2026:5)

Fastighetsägarna är en riksomfattande branschorganisation, som arbetar för en väl fungerande fastighetsmarknad med stort fokus på hållbarhet, stadsutveckling och trygghet. Fastighetsägarna har ca 15 000 medlemmar och dessa äger tillsammans ca 80 000 fastigheter för kontors-, handels-, industri-, samhälls- och bostadsändamål. Bland medlemmar som äger flerfamiljshus finns såväl privata som kommunägda fastighetsbolag och bostadsrättsföreningar.

Fastighetsägarna har fått rubricerade slutbetänkande på remiss. Fastighetsägarna hänvisar till svar avlämnat av Näringslivets skattedelegation, NSD, men önskar tillägga följande.

Sammanfattning

- Fastighetsägarna välkomnar förslaget att förtydliga avdragsrätten för sponsring i inkomstskattelagen och framhåller att det tydligt bör framgå i förarbetena hur den nya regeln ska uppfattas och tolkas för att öka rättssäkerheten för företagen.

En särskild avdragsregel för sponsring m.m.

Enligt förslaget i betänkandet ska en särskild bestämmelse om avdrag i inkomstslaget näringsverksamhet för utgifter för att förbättra eller upprätthålla näringsverksamhetens anseende införas. Avdragsrätten ska gälla utöver vad som anges i 16 kap. 1 § inkomstskattelagen. Fastighetsägarna välkomnar att det görs ett uttryckligt stadgande i inkomstskattelagen om sponsring. Dagens regelverk skapar alltför stor osäkerhet kring var gränserna går för när en åtgärd kan räknas som en avdragsgill marknadsföringsåtgärd.

Enligt utredningen innebär kravet på att utgifterna ska syfta till att förbättra eller upprätthålla näringsverksamhetens anseende att avdrag enligt den föreslagna bestämmelsen endast blir aktuellt för utgifter i företagets näringsverksamhet, alltså utgifter som är affärsmässigt motiverade. Att utgiften ska vara affärsmässigt motiverad innebär en avgränsning mot kostnader som inte tillhör näringsverksamheten och därför inte får dras av, t.ex. gåvor, personliga levnadskostnader och liknande utgifter. Den särskilda bestämmelsen är enligt utredningen tänkt att reglera de fall där utgifterna är affärsmässigt motiverade men som, enligt nuvarande praxis, omfattas av avdragsförbudet för gåva t.ex. för att marknadsvärdet för direkta motprestationer understiger sponsringsbeloppet eller för att utgifterna inte ses som indirekt omkostnad i verksamheten (jfr RÅ 1976 ref. 127 I och II och RÅ 2000 ref. 31 I och II).

I betänkandet påpekas att innebörden i uttrycket att "förbättra eller upprätthålla näringsverksamhetens anseende" ska anses vara en del av en långsiktig strategi som inte alltid visar sig omedelbart i form av ökad omsättning i företaget. Vid bedömningen av vilken påverkan som ett samarbete kan få på ett företags anseende behöver enligt utredningen beaktas att effekterna kan komma att ske först på sikt. Det är alltså de förväntade effekterna på anseendet under nuvarande år och flera år framöver som ska beaktas. Begreppet anseende avser hur ett företag uppfattas. Begreppet bör tolkas brett och inte bara omfatta möjligheten att direkt eller i nära anslutning till utgiften generera intäkter. Fastighetsägarna välkomnar den precisering av regeln som görs i betänkandet.

Utredningen framhåller som särskilt utmärkande för sponsring att det rör sig om samarbeten som ofta inriktas mot områden av allmännyttig natur, exempelvis inom idrott, kultur och social verksamhet. Sponsring har, enligt utredningen, genom denna inriktning också fått en viktig samhällsnyttig funktion. Genom att visa sig som en god samhällsaktör kan företag bygga positiva relationer med kunder, anställda, leverantörer och andra målgrupper. Företag kan genom lokal sponsring bidra till ortens utveckling t.ex. i form av trygghetskapande åtgärder i bostadsområden. Sponsring kan även bidra till att lokalbefolkningen väljer att stanna kvar som kunder och arbetskraft till ortens företag, vilket kan gynna en sponsor som är verksam på orten.

Fastighetsägarna anser att betänkandet på ett mycket tydligt sätt fångar angelägna frågor för fastighetsägare (jfr t.ex. vad som anförs på s 84 i betänkandet). Utanförsöksområden är ett stort problem i Sverige idag och fastighetsägare ser stora utmaningar i att undvika att områden överges på grund av rädsla för våldsdåd och otrygghet. Detta skapar en negativ spiral som sänker attraktiviteten

för området, försvårar uthyrning eller försäljning av bostadslägenheter och lokaler och påverkar i förlängningen värdena på fastigheterna. Fastighetsägare kan med förtydligad avdragsrätt för sponsring i högre utsträckning satsa på stöd till förbättrade och säkrare bostadsmiljöer, lokal idrott, kulturrevenemang och andra insatser för att öka områdets attraktivitet och förhindra att områden förslummas. Fastighetsägare vill undvika att kvarter blir tysta, öde och därmed otrygga. Sponsring kan också vara ett viktigt pengastöd för områdets företag för att stimulera ett aktivt och tryggt lokalt näringsliv som gynnar boende i området.

Sammanfattningsvis är Fastighetsägarna ytterst positiva till ett bättre regelverk, med tydligt uttalad tolkningsvägledning i en framtida proposition.

Anders Holmestig
VD Fastighetsägarna Sverige

Ulrika Hansson
Skattejurist