

Finansdepartementet
Malin Börestam
103 33 Stockholm

Stockholm
2026-05-04

Vår referens
Patrick Krassén

Dnr
Fi2026/00109

Remissyttrande

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

Företagarna har beretts möjlighet att inge yttrande om det remitterade slutbetänkandet. Här följer våra synpunkter.

Förslaget i korthet

Utredningen har haft i uppdrag att lägga fram författningsförslag för avdrag eller annan skattelättnad för utgifter för sponsring i inkomstskattelagen. Utredningen föreslår att ett avdrag införs i 16 kapitlet inkomstskattelagen för utgifter för att förbättra eller upprätthålla näringsverksamhetens anseende. Med att anseendet förbättras avses att förstärka en positiv bild av företaget. Med utgifter för att upprätthålla anseendet avses utgifter för att vårda näringsverksamhetens anseende.

Sådana utgifter som är affärsmässigt motiverade omfattas av avdraget. Vidare krävs att samarbetet som utgiften ingår i förmedlas utåt, t.ex. genom att det synliggörs. Bestämmelsen är avsedd att vara tillämplig för utgifter som i dag inte får dras av enligt huvudregeln i 16 kap. 1 § IL, inom ramen för samarbeten mellan två eller flera parter där företag vill sammankopplas med ett positivt värde som ett annat varumärke eller en annan verksamhet står för. Någon legaldefinition av sponsring föreslås inte.

Utgifter som avser sponsring eller liknande samarbeten riktade till politisk eller religiös verksamhet föreslås inte vara avdragsgilla. Bedömningen av detta ska utgå från projektet eller åtgärderna i samarbetet i fråga, inte den mottagande aktörens generella karaktär.

Lagändringen föreslås träda i kraft 1 januari 2027.

Företagarnas inställning

Företagarna har medverkat i utredningen med en förordnad expert. Vi ser det som positivt att skattereglerna för sponsring och liknande samarbeten tydliggörs och att avdragsrätten därmed kan vidgas. Nuvarande rättspraxis om avdragsrätt för sponsring utgifter gör att regelverket är oförutsebart och ställer höga beviskrav, vilket ökar företags risk vid sponsringssamarbeten och har därmed en hämmande effekt.

Sju av tio småföretagare uppger att de är villiga att ingå mer sponsringssamarbeten om avdragsrätten utökas (s. 103-104 i betänkandet). Därför är det viktigt att regelverket är tydligt, förutsebart och tillämpligt även för mindre sponsringssummor. Företagarna tillstyrker därför förslaget att införa en ny regel i inkomstskattelagen enligt utredningens förslag.

Emellertid kvarstår ett flertal osäkerhetsmoment, som Företagarna vill se klargöras i det kommande lagstiftningsarbetet. Dessa beskrivs närmare i det särskilda yttrandet som de förordnade experterna

från Företagarna, Svenskt Näringsliv, Riksidrottsförbundet och FAR ingav till utredningen (s. 121-125). De viktigaste aspekterna är följande:

- Säkerställ en tydlig och handlingsdirigerande signal till Skatteverket och domstolarna vad gäller tolkningen av begreppet ”affärsmässigt motiverad”. En restriktiv tolkningspraxis, likt den som har utvecklats för t.ex. ränteavdragsbegränsningsreglerna, skulle riskera att underminera syftet med förslagen om utökade avdragsmöjligheter. Prövningen av rekvisitet om affärsmässigt motiv bör göras mot avsikten med sponsringen/samarbetet, inte mot den enskilda utgiften.
- Presumtionen om affärsmässig avsikt bör gälla för alla typer av näringsverksamheter. Företagarna ställer oss därför frågande till den antydning som görs i betänkandet (s. 86) att det i högre grad skulle kunna röra sig om personliga levnadskostnader i företag med mindre ägarkrets. Det vore både olyckligt och kontraproduktivt om lagstiftningen tolkas på ett sätt som försvårar för mindre företag att idka sponsring. Det måste därför förtydligas i kommande beredning att en överlappning mellan företagsledarens personliga intressen och näringsverksamhetens intressen inte i sig ska utgöra grund för att neka avdragsrätt. Vid rättstillämpningen bör i stället prövas om utgiften typiskt sett kan ses som del av företagets varumärkes- och anseendestärkande verksamhet.
- Utredningen föreslår att samarbetet måste ha förmedlats utåt, t.ex. genom att det synliggörs, för att berättiga till avdrag. Begreppet ”förmedlats utåt, t.ex. genom att det synliggörs” är brett och otydligt, vilket riskerar att leda till tolkningsskillnader och oavsedda beviskrav i rättstillämpningen. På samma sätt som att utgångspunkten bör vara att det är företaget självt som gör den affärsmässiga bedömningen av en viss utgift, bör det också vara företaget som avgör hur samarbetet ska förmedlas utåt.
- När ett företag sponsrar genom varor eller tjänster riskerar företaget att träffas av uttagsbeskattning om ersättningen inte anses marknadsmässig. För aktiebolag finns det därutöver en risk att monetär sponsring medför utdelningsbeskattning hos aktieägarna. Risken för sådana negativa skattekonsekvenser bör minimeras. Det bör därför uttryckligen framgå av lagstiftningen att en avdragsgill utgift inte samtidigt kan leda till uttagsbeskattning eller beskattning i ägarledet.

Företagarna anser därutöver att det föreligger risk för otydlighet avseende begreppet ”överenskommelse”. I betänkandet anges (s. 84): ”Att det finns en överenskommelse om sponsring eller ett liknande samarbete är därför en naturlig utgångspunkt för att förutsättningarna för avdrag ska vara uppfyllda. Överenskommelser kan ingås skriftligen eller muntligen.” Förekomsten av en överenskommelse är alltså en förutsättning för avdragsrätten, samtidigt som inga formkrav ställs på denna överenskommelse. I praktiken kan dock formkrav riskera att uppställas genom rättspraxis, då det enligt inkomstskattelagen ankommer på den som yrkar ett avdrag att visa att avdragsrätt föreligger. Regeringen bör tillförsäkra att beviskraven avseende överenskommelse inte leder till att nya hinder mot sponsringsavdrag uppställs genom Skatteverkets rättstillämpning.

Företagarna instämmer i den synpunkt som framförs i Skatteverkets remissvar (2026-04-27), att det kan finnas behov av ett förtydligande att utgifter som är avdragsgilla enligt det föreslagna lagrummet inte ska anses som gåva.

Patrick Krassén
Skattepolitisk expert
Företagarna

Pernilla Norlin
Samhällspolitisk chef
Företagarna