

VIDEN OM

Sponsorater



Reklame er sjældent den eneste modydelse for et sponsorbidrag. I de fleste tilfælde modtager sponsoren også billetter, adgang til VIP-arrangementer og rejser.

Udstedere af fakturaer med sponsorbidrag er ikke bare forpligtet til at specificere de forskellige ydelser i sponsoraftalen, men også til at prissætte de enkelte dele, idet dette har betydning for den moms- og skattemæssige behandling af udgifterne hos sponsoren.

Skattefradrag

Skattemæssigt er der fuldt fradrag for den del, der kan henføres til reklamedelen, herunder også til billetter, der anvendes som præmier i konkurrencer. Der er også fuldt fradrag for udgifter til billetter, der uddeles blandt medarbejderne, medmindre disse kun deltager som ledsager til inviterede kunder og forretningsforbindelser.

Den del af udgiften, der kan henføres til billetter, der gives til kunder og forretningsforbindelser, anses som repræsentation med begrænset fradragsret (25 %). Det gælder også de billetter, der anvendes af de medarbejdere, som eventuelt ledsager kunderne/forretningsforbindelserne.

Vi anbefaler, at sponsor løbende holder styr på, hvem der har modtaget eventuelle tillægsydelser til sponsoratet i form af fx fribilletter, VIP-kort og sponsorture.

Der kan være tilfælde, hvor et sponsorbidrag dækker mere end ét regnskabsår. I så fald skal udgiften i skattemæssig henseende som udgangspunkt periodiseres. Udgiften kan dog fratrækkes fuldt ud i betalingsåret, hvis den ikke dækker en periode på mere end 12 måneder.

Fribilletter til medarbejdere

I visse situationer kan sponsorvirksomhedens ansatte modtage sponsorbilletter helt skattefrit. Skattefriheden er betinget af, at billetterne er en tillægsydelse i en sponsor-kontrakt, og at reklameværdien skal udgøre hovedydelsen i sponsoraftalen.

Uanset om ovennævnte betingelser er opfyldt, kan enkeltbilletter til en værdi under 1.300 kr. konkret være undtaget fra skattepligt som følge af bagatelgrænsereglerne.

Momsfradrag

Momsen af reklamedelen er fuldt fradragsberettiget, når virksomheden opnår en reklameværdi, som står i rimeligt forhold til sponsorbidraget, hvis ellers virksomhedens almindelige momsfradragsret ikke er begrænset.

Hvis værdien af VIP-arrangementer (bespisning forud for kampe mv.) faktureres særskilt, vil 25 % af momsen heraf, efter vores opfattelse, kunne fradrages som en restaurationsydelse.

SKAT OG MOMS
Marts 2023

”

Skattemæssigt er der fuldt fradrag for den del, der kan henføres til reklamedelen.

”

Denne publikation er skrevet i generelle vendinger og skal alene betragtes som generel vejledning. Publikationen dækker ikke specifikke situationer, og du bør ikke handle - eller undlade at handle - uden at have fået professionel rådgivning. Kontakt venligst BDO for at drøfte de specifikke problemstillinger. BDO, vores partnere og medarbejdere påtager os ikke ansvar for tab foranlediget af en handling, der er taget - eller ikke er taget - på baggrund af oplysningerne i denne publikation.

Momsen af den del, der kan henføres til entrebilletter og rejser, kan til gengæld ikke fratrækkes, idet disse ydelser enten anses for repræsentation overfor inviterede kunder eller som gaver - for så vidt angår billetter, der bortgives til kunder eller udloddes som præmier i konkurrencer - eller som naturalieaflønnning i forhold til billetter, der gives til medarbejdere.

Værdiansættelse af tillægsydelser

Som nævnt er det yderste vigtigt, at sponsorbidraget er specificeret, og de enkelte elementer er værdiansat på fakturaen.

Hvis dette ikke er anført på fakturaen, er det vigtigt, at sponsorvirksomheden selv værdiansætter de enkelte elementer. Hvis der ikke er sket en værdiansættelse af de enkelte elementer, eller hvis værdiansættelsen ikke er reel, er der stor risiko for, at Skattestyrelsen vil stille spørgsmåltegn ved denne værdiansættelse. SKAT har i flere tidligere sager anslået, at værdiansættelsen skal ske til selskabets anskaffelsespris svarende til markedsværdien af billetterne. Denne værdi skal lægges til grund ved virksomhedens momstilsvær, uanset anvendelsen af disse billetter eller om billetterne ikke er anvendt.

I højesteretsdom (SKM2006.398HR) er følgende værdiansættelser anvendt i forbindelse med værdiansættelsen:

- Siddepladsbillet 75 kr.
- Ståpladsbillet 50 kr.
- Landskampbillet 100 kr.
- Diverse arrangementer, herunder VIP-arrangementer 200 kr.
- Fodboldrejse til udlandet 5.000 kr.

Det er vores anbefaling, at virksomhedens værdiansættelse sker ud fra en gennemsnitlig værdi af billetterne, værdien af et sæsonkort kan evt. tages i betragtning. Yderligere skal værdiansættelsen være udøvet på et forsvarligt grundlag, hvor reklameværdien af sponsoratet er værdiansat på et rimeligt niveau.

Fælles for skat og moms

Skattestyrelsen udviser ofte stor interesse for sponsoraftaler og disses kommercielle betydning for sponsoren. Og inden for de senere år er der set flere eksempler, hvor Skattestyrelsen har begrænset fradragsretten både moms- og skattemæssigt med den begrundelse, at sponsoratet i overvejende grad har beroet på indehaverens personlige veneration for klubben eller arrangementet.

For virksomheder, der drives i selskabsform, vil dette ofte betyde, at selskabets fradragsret ikke blot begrænses, men at der tillige udløses et skattekrav mod hovedaktionæren, da udgiften helt eller delvist anses for maskeret udlodning til denne.

Østre Landsret satte i 2007 punktum i den i medierne stærkt omtalte Kasi-sag. Dommen må formodes at få stor betydning for andre sager, hvor der kan være tvivl om, hvorvidt et sponsorat er foretaget i selskabets eller i hovedaktionærens private interesse.

Sagens hovedspørgsmål var, hvorvidt det reelt var aktionærernes private interesser, der blev tilgodeset, da Kasi Group i sin tid indgik sponsoraftaler med fodboldklubben Brøndby IF og håndboldklubben AG København. Landsretten fandt det godtgjort, at sponsoraternes størrelse ikke oversteg markedsprisen. Nok så vigtigt fastslog Landsretten, at den usikkerhed, der er forbundet med vurderingen af et sponsorats værdi, skal komme virksomheden til gode.

HAR DU SPØRGSMÅL SÅ KONTAKT



Lars Jacobsen
Director, Skat
Tlf. 89 30 78 13
lar@bdo.dk



Jane Lundsgaard
Senior Manager, Moms
Tlf. 63 12 71 58
jun@bdo.dk

BDO Statsautoriseret revisionsaktieselskab, en danskejet revisions- og rådgivningsvirksomhed, er medlem af BDO International Limited - et UK-baseret selskab med begrænset hæftelse - og en del af det internationale BDO netværk bestående af uafhængige medlemsfirmaer. BDO er varemærke for både BDO netværket og for alle BDO medlemsfirmaer. BDO i Danmark beskæftiger omkring 1.400 medarbejdere, mens det verdensomspændende BDO netværk har godt 110.000 medarbejdere i mere end 164 lande.

WWW.BDO.DK