

Regelrådets uppgift är att granska och yttra sig över kvaliteten på konsekvensutredningar till författningsförslag som kan få effekter av betydelse för företag.

Finansdepartementet

## Yttrande över Utvidgad avdragsrätt för sponsring m.m. (SOU 2026:5)

### Regelrådets ställningstagande

Regelrådet bedömer att konsekvensutredningen uppfyller kraven i 6 och 7 §§ förordningen (2007:1244) om konsekvensutredning vid regelgivning.

Enligt övergångsbestämmelser i förordning (2024:183) ska denna förordning inte tillämpas för kommittéer och särskilda utredare som tillkallats före det att den förordningen trädde i kraft, den 6 maj 2024. Den utredning vars betänkande detta yttrande avser tillträdde före det ikraftträdandet och konsekvensutredningen bedöms därför enligt den tidigare förordningen, som var i kraft när utredningen tillkallades.

### Motivering till Regelrådets ställningstagande

Regelrådet finner att flertalet delasppekter har redovisats på ett sätt som uppfyller förordningens krav. Det finns emellertid exempel på att mer utvecklade resonemang hade kunnat ha ett stort värde, även när beskrivningen i sig är tillräcklig. En brist i tydlighet finns när det gäller hur de minsta företagen kan väntas påverkas av förslaget, i jämförelse med större företag. Den information som anges av utredningen synes indikera att de små företagen kan få mindre nytta av förslaget. Denna fråga hade med fördel kunnat hanteras tydligare i samband med det som sägs om alternativa lösningar och påverkan på företagens kostnader och verksamhet, även om dessa aspekter på det hela taget kan anses tillräckligt väl beskrivna. Samma brist medför emellertid också att påverkan på konkurrensförhållandena för berörda företag och särskilda hänsyn till små företag vid reglernas utformning är två delasppekter som Regelrådet finner inte uppfyller förordningens krav. Eftersom samtliga övriga delasppekter har redovisats tillräckligt tydligt finner Regelrådet likväl att konsekvensutredningen sammantaget uppfyller kraven. Därvid beaktas också att konsekvensutredningen innehåller viss information om utvärdering, även om detta inte krävs enligt 2007 års förordning om konsekvensutredning vid regelgivning.

### Innehållet i förslaget

Utredningen föreslår en ändring i inkomstskattelagen (1999:1229). Förslaget innebär att ett avdrag införs i 16 kap. inkomstskattelagen för utgifter för att förbättra eller upprätthålla näringsverksamhetens anseende.

### Bedömning av delasppekter

#### Bakgrund och syfte med förslaget

Det anges att utredningen haft i uppdrag att analysera om det finns behov av särskilda bestämmelser om avdrag eller annan skattelättnad för utgifter för sponsring i

inkomstskattelagen. Enligt befintliga regler får avdrag inte göras för utgifter som enbart är avsedda att stärka näringsverksamhetens anseende, vilka enligt utredningen ofta utgör en central del i sponsring och ofta tillmäts det största värdet i ett sponsringssamarbete. För att underlätta för företag att ägna sig åt sponsring anges att avdragsrätten vid sponsring bör underlättas. Utredningen bedömer att en bestämmelse bör utformas för att komma till rätta med sponsringens huvudsakliga problem som anges vara just att utgifter som är affärsmässigt motiverade för att stärka företags anseende inte får dras av. På andra ställen i betänkandet utvecklas mer i detalj hur rättspraxis har varit i ett antal fall och det finns mer utvecklade beskrivningar om skäl för det aktuella ändringsförslaget inte minst i kapitel 7. Utredningen anger att vid bedömningen av påverkan på företagets anseende bör beaktas att en sådan effekt kan komma att ske först på sikt och att begreppet anseende bör tolkas brett och inte bara omfatta möjligheten att direkt eller i nära anslutning till utgiften generera intäkter.

Det har också lämnats två särskilda yttranden som bifogas betänkandet. Det ena av dessa tar upp aspekter som relaterar till förslagets konsekvenser för företag som sponsrar och kommer därför i några avseenden kommenteras i detta yttrande. I yttrandet framhålls en övergripande uppfattning att utredningens förslag är positivt, men att resonemang kring begreppet "affärsmässigt motiverad" kan uppfattas som otydligt och därmed skapa tolkningsproblem. Experternas uppfattning är att det ska vara avsikten med sponsringen eller samarbetet som ska vara affärsmässig, och inte utgifternas affärsmässighet som ska vara föremål för prövning om huruvida avdragsrätt ska föreligga enligt den nya föreslagna bestämmelsen. Det anges att dessa aspekter behöver tydliggöras om syftet med utredningens förslag ska uppnås. Det understryks i det särskilda yttrandet 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 provas om utgiften typiskt sett ingår i företagets varumärkes- och anseendearbete (rekrytering, kundlojalitet, investerarkontakter).

Regelrådet gör följande bedömning. Den beskrivning som utredningen gör av vilka problem som bedöms ha funnits i dagsläget och över tid är i flera avseenden tydlig. De synpunkter som framförts i särskilt yttrande om att det finns ett flertal gränsdragningar som anges vara viktiga att klargöra visar samtidigt, såvitt Regelrådet kan förstå, att beskrivningen hade kunnat bli ännu tydligare. Regelrådet har uppfattningen att det som angetts i det särskilda yttrandet om att en överlappning mellan företagsledarens och näringsverksamhetens intresse inte i sig ska vara diskvalificerande är en aspekt som med fördel hade kunnat behandlas tydligare i betänkandet, kanske i synnerhet i samband med skrivningar om små företag. Sammantaget finner Regelrådet likväl att beskrivningen av bakgrund och syfte med förslaget, som sådan, är tillräcklig.

Regelrådet finner redovisningen av bakgrund och syfte med förslaget godtagbar.

## **Alternativa lösningar och effekter av om ingen reglering kommer till stånd**

I kapitel 8 anges att om en ny bestämmelse enligt utredningens förslag inte införs kan det innebära att vissa företag avstår från att ingå denna typ av anseendehöjande samarbeten och på sikt riskera att gå miste om värdefulla kunder, affärsrelationer och framtida rekryteringsmöjligheter. Ideella organisationer kan gå miste om inkomster. Det kan medföra att projekt som skulle vara till nytta för den lokala orten eller samhället i stort uteblir. I kapitel 5 beskrivs exempel på hur rättspraxis på området sponsring och rätt till avdrag för marknadsföring med mer utvecklats över tid fram till och med 2000.

Utredningen har övervägt olika alternativ till en särskild bestämmelse. Dit hör möjligheten att införa en bestämmelse om avdrag eller annan skattelättnad för utgifter för sponsring, om det borde införas ett sänkt beviskrav jämfört med vad som gäller enligt huvudregeln i 16 kap. 1 § IL alternativt att införa ett undantag från avdragsförbudet för gåvor i 9 kap. 2 § IL. Det har också övervägts att införa en kvantifierande term som skulle innebära att en viss procentuell del av det totala beloppet behöver visas. Bedömda för- och nackdelar med dessa alternativ redovisas. I resonemang om möjliga begränsningar som bör finnas för den föreslagna regeln nämns också alternativ. Vidare finns ett resonemang om möjligheten att göra ytterligare lagändringar för att göra sponsring mer jämställd. Det förs också ett resonemang i avsnitt 7.6 om risker för fel och fusk där det bedöms kunna finnas någon ökad risk men att detta inte föranleder att det behövs någon särskild regel för att hindra fel och fusk, som inte väntas öka i någon större utsträckning, av ett antal skäl som anges.

Regelrådet gör följande bedömning. Det finns överväganden om ett flertal alternativa lösningar. För- och nackdelar med dessa redovisas. Det finns också en beskrivning av effekter om ingen reglering kommer till stånd och en beskrivning av historisk utveckling med dagens regelverk. Sammantaget finner Regelrådet att beskrivningen är tillräcklig även om det hade varit önskvärt med ett mer utvecklat resonemang om förutsättningarna för små företag än det som finns i avsnitt 7.6. När en kategori företag nämns specifikt i ett sammanhang som handlar om olika kategorier av fel är det av stor vikt att skrivningarna blir mycket nyanserade och tydliga. Det framstår inte som orimligt för Regelrådet att den uppfattning som framfördes i särskilt yttrande om att en överlappning mellan näringsverksamhetens intressen och ägarens intressen inte i sig ska vara tillräckligt för att neka avdrag hade kunnat kommenteras i det sammanhanget. Alldeles oavsett detta är det så att det har angetts tydligt att utredningen inte ser någon stor risk för fel och det ska även tas i beaktande att redovisningen av alternativa lösningar på ett övergripande plan är utförlig och belyser ett flertal alternativ ur flera perspektiv. Beskrivningen är därför tillräcklig, även om förbättringspotential finns.

Regelrådet finner redovisningen av alternativa lösningar och effekter om ingen reglering kommer till stånd godtagbar.

## **Förslagets överensstämmelse med EU-rätten**

Det anges att förslaget kommer att omfatta både svenska och utländska näringsverksamheter som är skattskyldiga i Sverige. Förslaget är därför en generell åtgärd. Förslaget bedöms mot denna bakgrund inte strida mot bestämmelserna om etableringsfrihet i artikel 49 i EUF-fördraget. Även i övrigt anges förslaget vara förenligt med EU-rätten.

Regelrådet gör följande bedömning. Det finns en beskrivning av förslagets överensstämmelse med EU-rätten. Den är kortfattad men tillräcklig.

Regelrådet finner redovisningen av förslagets överensstämmelse med EU-rätten godtagbar.

## **Särskild hänsyn till tidpunkt för ikraftträdande och behov av speciella informationsinsatser**

I avsnitt 7.7 (Ikraftträdande) anges att med hänsyn till sedvanlig remisstid och normal beredning av förslaget inom Regeringskansliet bedömer utredningen att tidigast möjliga ikraftträdandedatum är den 1 januari 2027. Förslaget tillämpas första gången för beskattningsår som börjar efter den 31 december 2026. I avsnitt 8.6 anges att Skatteverket har i uppdrag att publicera rättslig information och att informera om ny lagstiftning. Information publiceras löpande på Skatteverkets webbplats. Rättslig vägledning och finns

tillgänglig för anställda på Skatteverket och för privatpersoner och företag. Mot denna bakgrund ser utredningen inget behov av ytterligare informationsinsatser i samband med att den särskilda bestämmelsen införs.

Regelrådet gör följande bedömning. Det framgår av vilka skäl som den föreslagna tidpunkten för ikraftträdande har valts. Det är också tydligt av vilka skäl som utredningen inte har sett behov av ytterligare informationsinsatser. Regelrådet har i och för sig uppfattningen att givet det som utredningen har angett om komplexitet som finns i gränsdragningar med mera, bör behovet av tydlig information inte underskattas. Detta hindrar emellertid inte att utredningens bedömning att befintliga kanaler och rutiner för informationsspridning är tillräckliga skulle kunna vara riktig. Det är positivt att det har beskrivits tydligt hur informationsspridning sker idag.

Regelrådet finner redovisningen av särskild hänsyn till tidpunkt för ikraftträdande och behov av speciella informationsinsatser godtagbar.

## **Berörda företag utifrån antal, storlek och bransch**

I kapitel 8 anges bland annat följande. Företag som berörs av utredningens förslag är företag som sponsrar eller som ingår andra former av överenskommelser med utomstående parter i syfte att förbättra eller upprätthålla näringsverksamhetens anseende. Företag som har avstått från sådana aktiviteter på grund av dagens regelverk kan också påverkas. Det anges vidare att i en undersökning av organisationen Företagarna har 3 000 medlemmar tillfrågats om sponsring, varav cirka 1 300 svarade. Av undersökningen framkommer att runt 60 procent av de svarande har sponsrat allmännyttigt område de senaste 24 månaderna. Företagarna företräder omkring 60 000 företagare som driver små och medelstora företag, vilket anges betyda att omkring 36 000 av dessa företag kan uppskattas ha sponsrat någon form av verksamhet under de senaste två åren. I Svenskt Näringslivs panelundersökning 2025 svarade runt 30 procent av företagen att de inte ägnade sig åt sponsring, vilket anges indikera att uppemot 70 procent kan ägna sig åt sponsring. Om detta antas vara fallet anges det innebära att drygt 40 000 företag skulle vara sponsorer. Branschtillhörighet och företagsstorlek visas i tabellform. Det anges att siffrorna bör behandlas med viss försiktighet. Svartsbortfallet är relativt högt och det går inte att utesluta att det kan finnas en viss sammanblandning mellan sponsring och gåva i svaren.

Mottagarna av ersättning bedöms främst vara ideella föreningar och organisationer, idrotts- eller kulturaktörer och evenemang av olika slag. Inom kultursektorn är det vanligt att samarbetsparterna drivs i offentlig regi eller är offentligt finansierade institutioner (museer, teatrar, symfoniorkestrar med mera). Avdragsrätten enligt den nya bestämmelsen är dock inte beroende av att mottagaren uppfyller kraven för inskränkt skattskyldighet. Det innebär att även sponsringsersättningar till exempelvis vinstdrivande aktiebolag kan omfattas av avdragsrätten. Företag bland sponsringsmottagare beskrivs emellertid inte mer i detalj, såvitt Regelrådet kunnat se.

Regelrådet gör följande bedömning. Det finns information som ger en uppfattning om antal företag som kan beröras av förslaget såväl som om dessa företags branschtillhörighet och storlek. Det är positivt såväl att uppskattningar anges som att det framgår vilka osäkerheter som finns. Beskrivningen är tillräcklig. Det hade varit värdefullt om en mer säker bild hade kunnat ges, men det är tydligt vilka källor som finns till uppgifterna och av vilka skäl som beskrivningen inte är mer precis. Redovisningen kan anses uppfylla förordningens krav.

Regelrådet finner redovisning av företag utifrån antal, storlek och bransch godtagbar.

## **Påverkan på berörda företags kostnader, tidsåtgång och verksamhet**

I kapitel 8 anges att utredningens förslag innebär att företag i vissa fall kan få större avdrag för sina kostnader i samband med sponsring med mera. Avdragen minskar företagens skattepliktiga inkomst och därmed minskar också skattebetalningarna. Den föreslagna bestämmelsen förväntas i huvudsak påverka företagen på två sätt. För det första kommer fler företag få avdrag för sina befintliga utgifter för sponsring med mera, det vill säga för utgifter som de nekas avdrag för med nuvarande regler. I dessa fall uppstår en effekt på de offentliga finanserna genom minskade skatteintäkter. För det andra kan den utvidgade avdragsrätten öka företagets intresse för att ägna sig åt mer sponsring och liknande anseendehöjande samarbetsformer än tidigare. Här antar utredningen att det främst kommer ske genom att företag väljer att ta en större del av sin befintliga budget och lägga på sponsring med mera i stället för på annan marknadsföring. Det vill säga det blir en omfördelning av redan avdragsgilla utgifter. Företagens totala marknadsföringsutgifter (inklusive sponsring med mera) kommer därför enligt utredningens bedömning inte att påverkas i någon större utsträckning.

Det görs ett beräkningsexempel för den offentligfinansiella effekten av förslaget. Den totala omsättningen på sponsring med mera uppskattas uppgå till cirka tio miljarder kr, baserat på uppgifter från IRM (Institutet för Reklam- och Mediestatistik) Förutsatt att alla företag skulle få fullt avdrag för sina utgifter med nuvarande regelsystem kan det samlade avdraget beräknas till mellan två och tre miljarder kr, beroende på hur avdragen fördelas mellan juridiska och fysiska personer. I beräkningen görs följande antaganden. Aktiebolag antas stå för merparten, 96 procent, av det totala sponsringsvärdet på tio miljarder kr och enskilda näringsidkare för resterande fyra procent. Fyra miljarder kr uppskattas vara utgifter som har inslag av hållbarhetsarbete, varav hälften av detta, det vill säga två miljarder kr, antas vara utgifter som inte får avdrag med nuvarande regler. Med utredningens förslag antas företagen däremot få avdrag för dessa två miljarder kr. Förändringen beräknas minska skatteintäkterna med sammantaget 420 miljoner kr. Beräkningen utgår från att företagets bruttoutgift inte påverkas av att en större del blir avdragsgill, det vill säga ett antagande om strikt oförändrad beteende. Om det däremot antas att företagets nettoutgift är oförändrad, så att samma företag dessutom antas öka sina kostnader för sponsring med ett belopp motsvarande avdraget, innebär det en ökning av de avdragsgilla kostnaderna med ytterligare 520 miljoner. Det anges emellertid vara osäkert hur många företag som kommer öka sina utgifter för sponsring med mera till följd av bestämmelsen.

Utredningen hänvisar till Företagarnas undersökning enligt vilken de flesta företag sponsrade med relativt låga belopp. Merparten av företagen, varav en majoritet får antas vara små företag, uppgav att de haft sponsorutgifter för under 100 000 kr, varav närmare hälften med högst 5 000 kr. På frågan om tydligare avdragsmöjligheter skulle påverka viljan att sponsra mer svarade närmare 70 procent av företagen ja, varav 28 procent svarade att de skulle öka sponsringen i stor utsträckning. Var fjärde företag svarade att de inte skulle påverkas av ändrade avdragsmöjligheter.

Som nämnts är det möjligt att sponsringsmottagare i förekommande fall också kan vara företag. Det anges inte vara möjligt att förutse i vilken omfattning den särskilda bestämmelsen kommer öka mottagarnas intäkter. Ett resonemang förs, i kvalitativa termer.

Det finns ett avsnitt med beskrivning av påverkan på administrativa kostnader. Där anges att när överenskommelser om sponsring med mera ingås kan det medföra relativt stora administrativa arbetsinsatser och finansiella resurser för alla involverade samarbetsparter. Sponsorer och sponsortagare lägger ofta stora resurser på att värdera motprestationer. Höga beviskrav och den osäkerhet som råder kring avdragsrätten innebär att nyttan av att ingå ett samarbete i vissa fall upplevs vara mindre än den insats som krävs. Med den särskilda bestämmelsen införs utökad möjlighet till avdrag för utgifter som avser att förbättra eller upprätthålla näringsverksamhetens anseende. Det ställs inga krav på att företag ska redovisa direkta motprestationer som motsvarar värdet på dessa utgifter, vilket bedöms minska den administrativa bördan hos företagen och deras samarbetspartner. Det anges vara svårt att uppskatta administrativa effekter i tid och resurser. Det anges ett flertal skäl för detta. Utredningen anger att det bör beaktas att det inledningsvis kan uppkomma en period av osäkerhet kring hur den nya bestämmelsen ska tillämpas, med eventuella efterföljande rättsprocesser. Det anges att underlag saknas för att kunna göra en beräkning av de administrativa konsekvenserna för berörda parter.

Regelrådet gör följande bedömning. Det finns en kvantifierad beskrivning av påverkan på de sponsrande företagens avdragsgilla kostnader och även uppgifter om hur stora belopp som företag i vissa fall ger idag. Det är positivt att denna information ges. Påverkan på administrativa kostnader finns i viss utsträckning också beskriven, men utan kvantifiering. Det anges att underlag saknas för sådana beräkningar och att det är svårt att göra uppskattningar. Regelrådet har förståelse för detta. Samtidigt är det inte tydligt i vilken mån det har gjorts några insatser för att samla in underlag om hur omfattande de administrativa kostnaderna är idag. Sådan information skulle, såvitt Regelrådet kan förstå, ha kunnat ge underlag för en exempelberäkning. Om det gjorts sådana försök och det visat sig finnas särskilda hinder i samband med det, hade detta i sig kunnat vara värdefull information. Med den information som finns är det möjligt att uppfatta såväl att de administrativa kostnaderna kan minska, som att de kan förbli oförändrade eller eventuellt öka i samband med den ökade osäkerhet som utredningen beskriver kan finnas i ett inledande skede. Det är oklart hur länge ett sådant inledande skede skulle kunna väntas vara. De rättsprocesser som nämns skulle också kunna vara förknippade med kostnader. Det är samtidigt frivilligt för företagen att ägna sig åt sponsring, vilket innebär att såväl de administrativa som de andra kostnaderna i princip kan undvikas. Sammantaget uppfattar Regelrådet att förutsättningen att det i grunden är frivilligt att ägna sig åt sponsring och att det är möjligt att de administrativa och andra kostnaderna för att göra detta åtminstone på sikt minskar till följd av förslaget har större vikt än de oklarheter som finns när det gäller kostnadsredovisningen. Regelrådet finner det också väsentligt att beakta att det har gjorts kvantifierade bedömningar av en möjlig totaleffekt för förslaget på företagens avdragsgilla kostnader. Det är enligt Regelrådets uppfattning tydligt att förslaget skulle kunna påverka företag med olika förutsättningar på skilda sätt. Detta förefaller framför allt, såvitt Regelrådet kan förstå, ha en koppling till företagens storlek och oklarheter som kan finnas vid överlappningar mellan olika motiv för sponsring, vilket behandlas mer i det följande. Mot bakgrund av att kostnadspåverkan hör till de aspekter som har beskrivits förhållandevis utförligt framstår det för Regelrådet som att det inte främst är på det området som kompletteringar skulle vara nödvändiga, även om de också där utan tvekan skulle ha ett värde.

Regelrådet finner redovisningen av påverkan på tidsåtgång, kostnader och verksamhet godtagbar.

## Påverkan på konkurrensförhållandena för berörda företag

Det anges att sponsring av många företagsledare anses vara en effektiv metod för att bygga starka varumärken, vilket i bestämmelsen kan relateras till att stärka näringsverksamhetens anseende. Studier visar också att företag som använder CSR (Corporate Social Responsibility, en term som avser företags samhällsansvar) i sin verksamhet har bättre långsiktiga resultat och att CSR- och hållbarhetsarbete kan bidra till att företags konkurrenskraft och lönsamhet ökar. Ett starkt varumärke anges vara viktigt för företagets lönsamhet och långsiktiga konkurrensförmåga. Företagens arbete med att stärka sitt varumärke på marknaden har en avgörande betydelse för förmågan att attrahera och behålla kunder, kapital och arbetskraft. Ett starkt varumärke kan innebära att företag lättare kan sälja sina produkter och tjänster på marknaden. Det kan höja priset på företagets varor utan att kostnaderna ökar och bidra till större försäljningsintäkter. Ett starkt varumärke signalerar ökad möjlighet för långsiktig överlevnad och lönsamhet, vilket attraherar investerare. Företag som lyckas öka sin attraktionskraft kan öka sin konkurrenskraft.

I en rapport av Riksdagens revisorer (Rapport 2000/01:13) framgår att det kan uppstå konkurrenssituationer bland presumtiva sponsorer exempelvis när företag erbjuder exklusivitet, dvs. när en sponsortagare förbinder sig att inte inleda samarbeten med konkurrerande företag till det sponsrande företaget. Om en sådan konkurrenssituation föreligger vid sponsring av statliga myndigheter och sponsringen sker i form av varor och tjänster, kan lagen (2016:1145) om offentlig upphandling, LOU, bli aktuell att tillämpa. Oavsett om LOU är aktuell eller inte är myndigheter skyldiga att beakta övergripande krav på kostnadseffektivitet samt objektiv och opartisk handläggning, för att överenskommelser inte ska vara konkurrenshämmande.

I figur 8.4 redovisas företags motiv bakom sponsring, fördelat efter näringssektorer. Av figuren framgår att lokal goodwill och samhällsansvar är framträdande motiv bland företag i flertalet sektorer. Till exempel svarade hälften av företagen inom byggsektorn att stärka anseendet på lokal nivå är viktigt vid sponsring. Även inom handel och besöksnäringen samt inom industrisektorn är lokal goodwill ett relativt vanligt motiv medan det inom tjänste- och transportsektorn inte uppgavs vara lika vanligt. Inom alla sektorer utom byggsektorn framgår "visa samhällsansvar" som den vanligaste anledningen till sponsring. Slutsatsen som kan dras från denna undersökning anges vara att en särskild bestämmelse kommer träffa sådana utgifter som är av betydelse för företag som ägnar sig åt sponsring med mera. Det stora intresse som företag visar för lokal goodwill anges kunna indikera att samarbeten på lokal nivå mellan företag och samarbetsparter på orten kan komma att gynnas särskilt till följd av bestämmelsen.

Det redogörs också för hur motiven bakom sponsring till viss del kan skilja sig mellan små och större företag (baserat på antal anställda). Av figur 8.3 (sida 107) framgår att "visa upp ett samhällsansvar" är det vanligaste sponsringsmotivet oavsett storlekskategori på företagen. Ju fler anställda ett företag har desto större betydelse verkar samhällsansvaret få. Störst vikt på samhällsansvar lägger företag med mellan 50 och 249 anställda. Närmare 70 procent av företagen i denna kategori uppger samhällsansvar som sponsringsmotiv. Bland de minsta företagen (med mindre än tio anställda) svarade cirka var tredje företag att samhällsaspekten är ett motiv för sponsring. "Bygga goodwill lokalt" är det näst mest vanliga sponsringsmotivet bland företag med upp till 249 anställda. Bland företag med 250 anställda eller fler kommer lokal goodwill först på tredje plats. Varumärkesbyggande aktiviteter anges vara vanligare som motiv bland företag med minst 50 anställda, närmare hälften av dessa företag lyfter varumärkesbyggande som ett sponsringsmotiv. Däremot anges det vara mindre än 20

procent som lyfter detta bland företag med mindre än tio anställda. Mot den bakgrunden anger utredningen att den föreslagna bestämmelsen möjligen kan få en något mindre betydelse för de minsta företagen, eftersom varumärkesbyggande generellt lyfts som mindre vanliga motiv för sponsring bland dessa företag än bland andra företag.

Regelrådet gör följande bedömning. Det finns viss information som indikerar olika möjliga effekter för företag, beroende på bransch och storlek. Det är positivt att denna information anges. När det gäller det som sägs om effekter för mindre företag kan Regelrådet notera följande. Om det skulle vara riktigt att förslaget betydelse skulle vara mindre för de minsta företagen väcks ett antal frågor. För det första är det svårt att se detta som konkurrensneutralt, utan det framstår som troligt att det har i vart fall någon effekt på den relativa konkurrenskraften hos företag av olika storlek, i den utsträckning de konkurrerar på samma marknad. En annan aspekt, som utredningen inte har tagit upp just i sammanhanget med konkurrens och företag av olika storlek, är det som har angetts om att ägarstrukturen i mindre företag kan vara sådan att det leder till mer komplexa bedömningar av vad som kan antas vara i näringsverksamhetens intresse i det enskilda fallet. Om det skulle vara riktigt att sådana bedömningar fortsatt blir mer komplexa för de mindre företagen, är det ytterligare en aspekt som skulle kunna innebära att förslaget ger större relativa fördelar för större företag. Om det dessutom beaktas att många företag är små, indikerar detta att betydelsen av en relativ nackdel för små företag skulle kunna ge effekter på konkurrensförhållandena totalt som inte är obetydliga. Det framstår för Regelrådet som att regeländringens effekt för företag av olika storlek hade behövt analyseras mer på djupet. Av dessa skäl finner Regelrådet att redovisningen av påverkan på konkurrensförhållandena inte är tillräcklig, även om viss värdefull information finns.

Regelrådet finner redovisningen av påverkan på konkurrensförhållandena för berörda företag bristfällig.

## **Regleringens påverkan på företagen i andra avseenden**

Det anges att en positiv effekt av sponsring som har nämnts är det ömsesidiga kunskaps- och erfarenhetsutbyte som uppstår mellan näringsliv och den ideella sektorn när de möts i gemensamma aktiviteter. I kapitel 8 finns även en beskrivning av förutsättningarna för utvärdering av förslaget, i översiktlig form. Det anges att en utvärdering av bestämmelsen kan vara rimligt att göra en viss tid efter ikraftträdandet, i syfte att följa upp effekterna av lagbestämmelsen. Det kan bland annat handla om att utvärdera i vilken omfattning bestämmelsen har underlättat för företag att ägna sig åt sponsring och om den medfört ökad avdragsrätt. Hur en sådan utvärdering lämpligen ska genomföras får enligt utredningen avgöras i ett senare skede. Exempelvis kan ett uppdrag läggas på Skatteverket att göra en uppföljning av bestämmelsen.

Regelrådet gör följande bedömning. Det finns en beskrivning av påverkan på företagen i andra avseenden, som är tillräcklig. Det är positivt att det anges viss information om utvärdering, även om detta inte krävs enligt 2007 års förordning om konsekvensutredning.

Regelrådet finner redovisningen av regleringens påverkan på företagen i andra avseenden godtagbar.

## **Särskilda hänsyn till små företag vid reglernas utformning**

Utredningen anger i kapitel 8 (sida 102) att vissa företag troligen avstår från att ingå sponsringssamarbeten med risk för att avdrag ska nekas till följd av nuvarande

rättstillämpning. Större bolag anges sannolikt ha mer resurser än mindre företag att anpassa sina sponsoravtal, så att direkta motprestationer erhålls till samma värde som sponsringsutgiften. Det utesluter emellertid inte att även större bolag kan nekas fullt avdrag för sina kostnader. I och med att utgifter för att förbättra eller upprätthålla näringsverksamhetens anseende får dras av utvidgas avdragsrätten och betydelsen av värdet på direkta motprestationer minskar. Företag behöver inte visa någon konkret påverkan på anseendets värde. Däremot förutsätts att samarbetet förmedlas utåt till exempel genom att det synliggörs. Detta sammantaget bör enligt utredningen gynna företag som vill ägna sig åt sponsring med mera. Enligt utredningen kommer det möjligen gynna större företag något mer. När det gäller mindre företag bedöms viss gränsdragningsproblematik mot gåva och privata levnadskostnader finnas kvar.

Den gränsdragningen tar utredningen upp även i avsnitt 7.6, där det anges att ägarstrukturen i små företag kan vara sådan att företagsledaren lättare kan fatta beslut som främst gynnar ägarens eget intresse, snarare än näringsverksamhetens intresse. Utredningen anger att risken för detta kan öka något till följd av att kravet på direkta motprestationer inte längre ställs, men att genom att avdrag endast medges för utgifter i näringsverksamhet upprätthålls avgränsningen mot privata levnadskostnader och liknande utgifter som inte får dras av. Utredningen anger att risken för fel därmed inte bör öka i någon större utsträckning. Resonemang tas även upp av utredningen i avsnitt 8.10.

Det kan noteras att experterna som skrev det särskilda yttrandet och betonade att det inte ska vara avgörande i sig om det finns en överlappning mellan ägarens personliga intresse och näringsverksamhetens intresse, gjorde detta inte minst i sammanhanget mindre företag, där gränsdragningen kan vara fortsatt komplex.

Regelrådet gör följande bedömning. Det finns viss information om hur utredningen sett på hur förslaget kan påverka de små företagen. Detta är positivt. Däremot kan Regelrådet inte finna något utvecklat resonemang om behovet av att ta hänsyn till de små företagens förutsättningar. Den information som finns ger Regelrådet intrycket att utredningen inte har bedömt det som lämpligt att ta särskilda hänsyn till små företag. Regelrådet uppfattar emellertid inte att frågan tas upp explicit och den beskrivning som finns fokuserar, som Regelrådet uppfattar saken, i högst begränsad utsträckning på vad den totala effekten för små företag kan väntas bli, jämfört med större företag. Regelrådet finner att frågan hade behövt behandlas tydligare av utredningen.

Regelrådet finner redovisningen av särskilda hänsyn till små företag bristfällig.

Regelrådet behandlade ärendet vid sammanträde den 15 april 2026.

I beslutet deltog Anna-Lena Bohm, ordförande, Helena Fond, Roland Sigbladh och Lars Silver.

Ärendet föredrogs av Per Högström.



Anna-Lena Bohm

Ordförande



Per Högström

Föredragande