



SVENSKT NÄRINGSLIV

Finansdepartementet
Skatte- och tullavdelningen
103 33 Stockholm
Stockholm

Vår referens/dnr: SN 26/2026

Er referens/dnr: Fi2026/00105

Stockholm, 2026-04-28

Remiss av Remiss av betänkandet SOU 2026:5 Utvidgad avdragsrätt för sponsring

Föreningen Svenskt Näringsliv har beretts tillfälle att avge yttrande över angivna betänkande och ansluter sig till vad Näringslivets Skattedelegation anfört i bifogat yttrande.

SVENSKT NÄRINGSLIV

Johan Fall

Katarina Bartels

NSD
NÄRINGS-
SLIVETS
SKATTE-
DELEGATION

Finansdepartementet
Skatte- och tullavdelningen
103 33 Stockholm

Er referens/dnr: Fi2026/00105

Stockholm, 2026-04-28

Remissyttrande

Remiss av betänkandet SOU 2026:5 Utvidgad avdragsrätt för sponsring

Näringslivets Skattedelegation (NSD) lämnar följande synpunkter på betänkandet.

Sammanfattning

NSD tillstyrker förslaget om att införa en särskild bestämmelse i inkomstskattelagen (16 kap. 11 §) som klargör avdragsrätten för företags utgifter som syftar till att förbättra eller upprätthålla sitt anseende. Detta är en nödvändig modernisering av en rättstillämpning som länge präglats av oförutsägbarhet och oproportionerligt höga beviskrav. Den nuvarande ordningen har hämmat företagens möjligheter att göra affärsmässigt motiverade investeringar i varumärke och samhällsengagemang. För att förslaget ska få avsedd effekt behöver vissa delar förtydligas i den fortsatta beredningen. NSD utvecklar synpunkterna nedan.

Utredningens förslag i korthet

Utredningen föreslår en ny bestämmelse i 16 kap. inkomstskattelagen (IL), 16 kap. 11 § IL, som anger att avdragsrätt ska föreligga för utgifter för att förbättra eller upprätthålla näringsverksamhetens anseende. Enligt författningskommentaren ska bestämmelsen tillämpas på utgifter i företagets näringsverksamhet, det vill säga utgifter som är affärsmässigt motiverade. Avdragsrätten utvidgas genom att bedömningen ska göras utifrån vilken slags utgift det är fråga om, utan krav på mätbara motprestationer eller att företaget kan visa en konkret förbättring av anseendet. Författningskommentaren anger även att ett samarbete måste förmedlas utåt, t.ex. genom att det synliggörs. Utgifter som avser politisk eller religiös verksamhet ska inte omfattas av förslaget.

Huvudmän i NSD är:

**Stockholms Handelskammare * Föreningen Svenskt Näringsliv
Svenska Bankföreningen * Svensk Försäkring * Fastighetsägarna Sverige**

Kansli: Postadress 114 82 Stockholm, Besöksadress Storgatan 19
Telefon 08/553 430 00, Telefax 08/553 430 99

Närmare synpunkter på det remitterade förslaget

1. Behov av särskild regel och brett tillämpningsområde

Utredningens bedömning: *Det finns ett behov av att införa ett avdrag eller annan skattelättnad för utgifter för sponsring i inkomstskattelagen.*

[...]

Ett avdrag eller annan skattelättnad för utgifter för sponsring bör inte begränsas till "utgifter för sponsring" i författningsförslaget.

Företag har under lång tid upplevt Skatteverkets och domstolarnas tillämpning av gällande rätt som daterad och oproportionerligt restriktiv. I praktiken medges avdrag i regel bara om utgiften motsvaras av en direkt motprestation, eller om utgiften kan ses som en indirekt omkostnad i verksamheten genom en stark anknytning mellan företagets och den sponsrades verksamheter. För full avdragsrätt krävs dessutom att motprestationen har ett marknadsvärde som motsvarar sponsringsutgiften och normalt även att motprestationen faktiskt har utnyttjats. Sponsring som enbart syftar till att stärka ett företags image och goodwill betraktas i dag som gåva och är därmed inte avdragsgill. Som framgår av betänkandet är sponsring vanligt förekommande i många olika varianter, alltifrån sponsring av idrottsevenemang till olika former av trygghetsskapande åtgärder i bostadsområden och kan motiveras av olika bakomliggande drivkrafter. NSD instämmer därför i utredningens bedömning att det finns behov av en särskild regel i IL och att regeln inte bör innehålla någon definition av begreppet sponsring.

2. Ny bestämmelse (16 kap. 11 § IL)

Utredningens förslag: *En särskild bestämmelse om avdrag i inkomstlagen näringsverksamhet för utgifter för att förbättra eller upprätthålla näringsverksamhetens anseende ska införas. Avdragsrätten gäller utöver vad som anges i 16 kap. 1 § inkomstskattelagen.*

NSD tillstyrker utformningen av den nya bestämmelsen. För att säkerställa att förslaget får avsedd effekt bör vissa delar förtydligas i den fortsatta beredningen:

- Begreppet "affärsmässigt motiverade utgifter"
- Kravet på "synlighet"
- Gränsdragningen mot ägarens personliga intressen
- Risken för dubbelbeskattning (uttags- och utdelningsbeskattning)

2.1 Begreppet "affärsmässigt motiverade utgifter"

Vid gränsdragningen för vilka utgifter som omfattas anges i författningskommentaren att bestämmelsen endast avser utgifter i företagets näringsverksamhet, det vill säga utgifter som är affärsmässigt motiverade. Eftersom syftet med förslaget är att utvidga avdragsrätten är det enligt NSD viktigt att det tydliggörs att den grundläggande och väl etablerade presumtionen om avdragsrätt för ett aktiebolags utgifter även gäller enligt den nya bestämmelsen. Företagsekonomiska överväganden inom ramen för aktiebolagets verksamhet bör därför inte överprövas av myndigheter eller domstolar. Presumtionen vilar på en enkel utgångspunkt: ett aktiebolag ska generera vinst åt sina ägare. Det är därför rimligt att utgå från att bolagets utgifter som huvudregel syftar till att förvärva eller bibehålla intäkter.

Syftet med det remitterade förslaget, såsom NSD läser det, är att undanröja den rättspraxis som kräver en prövning krona för krona i krav på motprestation. NSD anser och välkomnar att det remitterade förslaget innebär att det är avsikten med sponsringen eller samarbetet

NSD

NÄRINGS- LIVETS SKATTE- DELEGATION

som ska vara affärsmässig. NSD vill understryka vikten av att prövningen inte ska avse storleken på utgifterna affärsmässigt i förhållande till sponsringsåtgärden eller det som kommuniceras.

Enligt NSD bör det därför framgå tydligt av författningskommentaren att kravet på att utgiften ska vara affärsmässigt motiverad syftar till att avgränsa mot privata levnadskostnader och inget annat.

Det bör också klargöras att skrivningen inte ska sammanblandas med begreppet affärsmässigt motiverat såsom det utvecklats inom ränteavdragsbegränsningsreglerna, där helt andra syften och skyddsintressen gör sig gällande.

2.2 Kravet på "synlighet"

Författningskommentaren anger att ett samarbete måste förmedlas utåt, t.ex. genom att det synliggörs. Någon konkret påverkan på anseendet i det enskilda fallet behöver dock inte visas.

NSD instämmer i att ett företag normalt kommunicerar åtgärder av detta slag. Samtidigt måste det vara upp till varje företag att avgöra hur ett samarbete bäst förmedlas för att stärka anseendet. Det kan röra sig om subtila signaler som inte nödvändigtvis passar en fast mall för "synlighet". I vissa situationer kan en åtgärd vara affärsmässigt motiverad och ägnad att stärka goodwill utan att företaget aktivt väljer att marknadsföra den, t.ex. klimatkompensation eller liknande åtgärder i en klimatpåverkande verksamhet. Avgörande bör då vara att åtgärden har vidtagits inom ramen för näringsverksamheten och att den, om företaget får frågan, utan svårighet kan redovisas som genomförd, snarare än att den i förväg måste ha marknadsförts genom särskilda kommunikationsinsatser.

NSD önskar att det i den fortsatta beredningen förtydligas att uttrycket "upprätthålla näringsverksamhetens anseende" även omfattar utgifter för att vårda och skydda anseendet samt för att förebygga eller motverka dåligt rykte.

2.3 Gränsdragningen mot ägarens personliga intressen

För mindre, ägarledda företag är gränsdragningen mot privata levnadskostnader ofta komplex. Utredningen noterar att Skatteverket bedömer att denna komplexitet kommer att kvarstå, vilket innebär en risk att reformen inte får fullt genomslag för en stor grupp företag. Att en sponsringsåtgärd har koppling till ägarens eller företagsledarens intressen bör inte automatiskt innebära att utgiften faller utanför den föreslagna bestämmelsen. Även i små och medelstora företag förekommer sponsringsåtgärder av olika slag. Att ett lokalt företag sponsrar en fotbollsklubb där ägarens barn är aktiva bör därför inte i sig utgöra grund för att neka avdrag. I den fortsatta beredningen bör därför förtydligas att rättstillämpningen (i stället) bör inriktas på om utgiften typiskt sett ingår i företagets varumärkes- och anseende arbete.

2.4 Risken för dubbelbeskattning (uttags- och utdelningsbeskattning)

Utredningen behandlar inte frågan om uttags- eller utdelningsbeskattning. En utgift som är avdragsgill enligt den föreslagna bestämmelsen är, per definition, affärsmässig. En naturlig följd är då att utgiften inte samtidigt bör kunna utlösa vare sig uttagsbeskattning eller utdelningsbeskattning hos ägarna. För att undvika framtida tolkningsproblem bör detta tydliggöras uttryckligen i förarbetena. Det bör framgå att en avdragsgill utgift inte samtidigt kan leda till uttagsbeskattning eller beskattning i ägarledet, eftersom en sådan dubbel negativ skatteeffekt strider mot inkomstskattesystemets grundläggande principer.

NSD

NÄRINGSLIVETS SKATTE- DELEGATION

NSD noterar även att de mervärdesskatterättsliga frågeställningarna kvarstår.¹

3. Avgränsningar och övriga bedömningar

3.1 Politisk och religiös verksamhet samt representation

Utredningens förslag: *Utgifter som avser politisk eller religiös verksamhet ska inte dras av enligt den föreslagna bestämmelsen. Avdragsrätten omfattar inte utgifter för representation och liknande ändamål enligt 16 kap. 2 § inkomstskattelagen.*

NSD har inget att erinra mot förslaget.

3.2 Jämställdhet

Utredningens bedömning: *Det finns inte ett behov av ytterligare lagändring för att göra sponsring mer jämställd.*

NSD delar utredningens bedömning. Genom den föreslagna bestämmelsen försvinner den olikbehandling som tidigare funnits mellan olika sporter och utövare.

3.3 Fel och fusk

Utredningens bedömning: *Det finns inte behov av regler för att motverka risken för fel och fusk.*

NSD delar utredningens bedömning att det inte finns behov av särskilda bestämmelser. NSD vill dock återigen understryka vikten av att bedömningen av om en åtgärd syftar till att förbättra eller upprätthålla näringsverksamhetens anseende görs utifrån hur varumärkesstärkande arbete bedrivs i praktiken, snarare än att fastna i teoretiska och alltför snäva tolkningar.

NÄRINGSLIVETS SKATTEDELEGATION



Johan Fall

Katarina Bartels

¹ Näringslivets experter har betänkandet SOU 2025:30 s 210 efterfrågat mer offensiva förslag avseende andra varor än livsmedel. Exempelvis har Belgien undantag från uttagsbeskattning avseende "tillhandahållanden för välgörande ändamål av väsentliga icke-livsmedel". Vidare framgår av den internationella utblicken i betänkandet (avsnitt 12.3) att flera länder förtydligar vad som utgör mindre värde för att på sätt minska risken för uttagsbeskattning när varor skänks.