

Sponsorater i museums- verdenen

af Lars Mikkelsen og Rune Grøndahl, Ernst & Young



Association of Danish Museums
Farvergade 27 D · Vartov
1463 København K
Denmark
T +45 4914 3966
F +45 4914 3967
info@dkmuseer.dk
www.dkmuseer.dk



Statsautoriseret Revisionsaktieselskab
Søren Frichs Vej 38A
8230 Åbyhøj, Århus
Denmark
T +45 8615 9944
F +45 8615 7633
info@dk.ey.com
www.ey.com/dk

Indhold

Forord, 3

Indledning, 4

Museernes status i forhold til momslovgivningen, 4

Sponsor- contra gavebegrebet, 4

Momsmæssige aspekter, 5

Sponsorater

Eksempel

Erhvervsklubber og -foreninger

Fradragsret for giver

– Modydelser i anden form end reklame ved momspligtige sponsorater

Museets forpligtigelse ved momspligtige sponsorater med modydelser i anden form end reklame

Gaver

Sponsoraters generelle indflydelse på moms/afgifter i museer

Museer omfattet af momsrefusionsordning eller tilsvarende

Fradragsretten skattemæssigt, 7

Sponsorater

Gaver ydet til kulturinstitutioner omfattet af ligningslovens § 8 S

Selvstændigt erhvervsdrivende og selskaber mv.

Private

Betingelser for fradrag

Beløbsgrænser/bundfradrag

Gaver ydet til foreninger mv. godkendt efter ligningslovens § 8 A

Gaver til forskning omfattet af ligningslovens § 8 H

Samspil mellem de forskellige fradragsregler

Eksempler på skatte- og momsbesparelser, 10

Selskab

Momsfritaget selskab

Momspligtigt selskab

Selvstændigt erhvervsdrivende

Momsfritaget virksomhed

Momspligtig virksomhed

Afslutning, 11



Forord

Museernes virksomhed sker i tæt relation til det omgivende samfund og med mange samarbejdspartnere. Støtte til museerne er ikke kun et offentligt anliggende, der er også stigende interesse hos private sponsorer og i erhvervslivet for at støtte museerne i deres arbejde med at fremme og bevare kulturarven. Det kan være på alle niveauer, lige fra mindre sponsorater til et udstillingskatalog til nybyggeri og reovering af museer for store millionbeløb.

Dette samarbejde indebærer fordele for begge parter, og Organisationen Danske Museer vil gerne medvirke til at fremme et sådan samarbejde yderligere til støtte for vores medlemmer.

Vi har derfor i samarbejde med Ernst & Young taget initiativ til denne pjece, som vejleder både museerne og sponsorer/givere om, hvordan de bedst muligt håndterer gaver/sponsorater i moms- og skattemæssig henseende, så gaver/sponsorater bliver værdiskabende for begge parter. Pjecen ligger i naturlig forlængelse af de vejledninger, som vi tidligere har fået udarbejdet om momsforhold ved museernes drift og i forbindelse med arkæologiske undersøgelser.

Organisationen Danske Museer
Lene Floris, formand
Hanne Esmann, sekretariatschef

Indledning

Øget fokus fra omverdenen udfordrer til stadighed museerne og deres aktiviteter. Dette og mange andre forhold stiller i stigende omfang krav til museets mulighed for egenfinansiering og Indtægtsdækket Virksomhed (IV). Egenfinansiering og IV kan blandt andet være sponsorater og gaver, som museet selv tilvejebringer fra virksomheder, fonde, private m.fl.

Denne pjeces omfatter de moms- og skattemæssige regler ved sponsorater og gaver samt mulighederne for fradrag hos giver. Endvidere omfatter pjecen en beskrivelse af de muligheder, museet har for yderligere momsfradrag og deraf afledt yderligere godtgørelse af energifgifter.

Først defineres selve sponsor- og gavebegrebet som generel introduktion til resten af pjecen.

I næste del gennemgås de momsmæssige aspekter i forbindelse med sponsorater og midler tildelt museer. Herunder hvornår der typisk påhviler moms på et sponsorat, samt hvilke muligheder der er for fradrag hos giver. Endvidere en kort gennemgang af definitionerne og betingelserne for momsfrie gaver tildelt museer. Slutteligt sponsorerens indflydelse på moms/afgifter.

Herefter gennemgås de skattemæssige aspekter med fokus på givers situation og mulighed for fradrag i forbindelse med sponsorater og gaver. Da de skattemæssige overvejelser ofte har stor betydning og indvirkning på virksomheders, institutioners, fondes og privatpersoners overvejelser om indgåelse af sponsorater, vil der være en omtale af de muligheder, giver faktisk har for at nedbringe den skattepligtige indkomst ved bidrag, også selvom der ikke foreligger nogen modydelse.

Slutteligt har vi medtaget et par konkrete eksempler på nedbringelse af skatte- og momsbetalingen hos giver.

Museernes status i forhold til momslovgivningen

Museernes udstillingsaktiviteter er som udgangspunkt fritaget for momspligt, hvorfor der ikke afregnes moms af entréindtægter og indtægter nært knyttet til entrébetalingen.

Men i langt de fleste tilfælde har museerne forskellige momspligtige aktiviteter. Det kan være i form af cafe-/cafeteriadrift, butik, arkæologiske udgravningsarbejder osv.

Disse aktiviteter betyder, at museerne er omfattet af momslovens regler om delvis fradragsret og kan få tilbagebetalt en andel af momsen på generelle udgifter.

Sponsorindtægter, der har karakter af reklameydelse, og hvor sponsor modtager en modydelse i form af skiltning, omtale mv., jf. nedenfor, er ligeledes omfattet af momspligt. Dette har den fordel, at sponsor som oftest kan fradrage momsen, hvorfor momsen er neutral. Men omsætningen fra sponsorater indgår ved opgørelse af den delvise fradragsret og bidrager til at udvide omfanget af momsfradragsret og omfanget af godtgørelse af energifgifter.

Derfor er sondringen mellem momspligtige sponsorater og momsfrie gaver særdeles væsentlig.

Sponsor- contra gavebegrebet

Det er vigtigt at få defineret, hvilke begreber der arbejdes med, når bidrag ydes til museumsverdenen. Det har indflydelse på momspligten og de deraf afledte effekter, ligesom det har stor betydning for fradragsmulighederne hos giver.

Generelt skelnes der mellem sponsorater og gaver.

Sponsorater ydes i både modtagers og givers interesse. Her består altså en gensidig forpligtigelse/ydelse mellem parterne. Giveren får en modydelse – som regel en reklameværdi – mod at modtageren får penge eller naturalier. Det vil eksempelvis være tilfældet, hvis

en virksomheds betaling af et beløb til museet er betinget af, at virksomheden får navn/logo i et udstillingskatalog.

Modsat gives gaver mv. oftest i den offentlige eller formålsskabende interesse, uden at der er nogen modydelse til giver.

De nærmere definitioner i relation til sponsor contra gave vil blive behandlet moms- og skattemæssigt i det følgende.

Momsmæssige aspekter

Sponsorater

Sponsorater, hvori der består en modydelse, er som udgangspunkt momspligtige. Modydelsen vil som oftest være en eller anden form for reklame som anført ovenfor, men kan også være adgang til arrangementer eller uddeling af billetter mv.

Reklamen skal dog som hovedregel skabe en erhvervsmæssig værdi for giver. Det betyder, at udlodninger fra fonde, donationer fra privatpersoner m.fl., som oftest ikke er momspligtige, heller ikke selv om fonden m.fl. modtager en modydelse i form af et sponsorskilt, donortavle eller lignende.

Derimod vil reklameskilte, omtale mv. være værdiskabende for virksomheder og institutioner. Sponsorater ydet fra disse vil som altovervejende hovedregel være momspligtige, når der foreligger en modydelse af den ene eller anden art.

Hvis modydelsen – eventuelt i kombination med en reklameværdi – består i adgang til arrangementer eller uddeling af billetter mv., repræsenterer disse en reel værdi, hvilket ligeledes betyder, at sponsoratet er momspligtigt.

Der kan være forskel i selve sponsoratets udformning og formål. Sponsoratet kan gives til museet generelt eller til en speciel aktivitet eller som en museums-genstand. Dette har ikke betydning for den momsmæssige behandling, som alene skal bedømmes ud fra, om sponsor opnår en egentlig reklameværdi for det beløb, som han yder.

Placering af reklamen er principielt

uden betydning. Her skal det dog bemærkes, at der er en tæt sammenhæng mellem momspligtige sponsorater og adgangen til fradragsret/godtgørelse af energifgifter. Hvis reklamer (skilte, tavler mv.) er opsat synligt i tilknytning til udstillingslokaler, vil disse omfattes af adgangen til delvis fradragsret og godtgørelse af energifgifter, hvilket er fordelagtigt.

Det vil ofte være en fordel at placere reklameskiltet eller anden synlig modværdi i et rum eller en bygning, hvor der ellers kun er momsfrie museumsaktiviteter. Hermed benyttes rummet/bygningen også til momspligtig aktivitet – salg af reklame. Dette berettiger, ud over adgangen til yderligere momsfradrag for fællesudgifter og yderligere godtgørelse af energifgifter, også til delvist momsfradrag for udgifter, der specifikt knytter sig til det enkelte lokale eller bygningen.

Eksempel

Et museum forestår en større renovering af et lokale. I lokalet er der flere værker og udstillingsgenstande knyttet til den almindelige momsfrie museumsdrift. Udgifter til renovering kan som hovedregel ikke fratrækkes momsmæssigt, idet der ikke foregår momspligtige aktiviteter i lokalet.

Men hvis der i lokalet er placeret reklameskilt(e) mv. som modværdi for et sponsorat, vil lokalet blive anset for at være anvendt 'blandet', dvs. til såvel momspligtige som momsfrie formål. Dermed opnår museet adgang til delvis momsfradrag for renoveringsudgiften, ligesom der vil være delvis fradragsret for andre udgifter vedrørende det pågældende lokale.

Det samme vil gøre sig gældende ved opførelse af bygninger mv.

Sponsorater kan imidlertid også ydes i andet end penge som fx malerier, skulpturer eller andre genstande. Her gælder samme regler for den momsmæssige behandling. Ydes der en modydelse til gengæld for genstanden, er værdien momspligtig.

Til specielle udstillinger mv., hvor der eksempelvis udarbejdes et katalog, har museet mulighed for at lave reklameplads i selve kataloget. Reklamepladsen kan sælges, og reklamen er en reel modydelse for virksomheden eller institutionen mv. og dermed betragtet som et momspligtigt reklamesalg.

Spørgsmålet er imidlertid, om det momspligtige reklamesalg i kataloget berettiger til delvis momsfradrag for selve udgifterne til udstillingen. SKAT har i flere tilfælde accepteret delvis momsfradrag for udgifter til udstillingen, hvilket også er bedst stemmende med den sparsomme praksis, som er offentliggjort herom. I tvivlstilfælde tilrådes det, at spørgsmålet drøftes med SKAT.



Erhvervsklubber og -foreninger

Museer med tilknyttet erhvervsklub eller -forening modtager herigennem betalinger fra medlemmerne. Til gengæld giver det ofte adgang til arrangementer af forskellig karakter og/eller adgang til synlighed på en sponsortavle eller lignende.

I sådanne tilfælde vil betalingen fra medlemmerne blive modsvaret af en modydelse i form af netop arrangementer, synlighed på sponsortavle eller lignende. Er der tale om erhvervsvirksomheder eller -institutioner, opnår disse en modydelse med en reel erhvervs-mæssig reklameværdi, og dermed påhviler der momspligt på disse betalinger.

Modydelsen til den enkelte virksomhed mv. kan endvidere være momspligtig gennem indirekte modydelser til erhvervsklubberne og -foreningerne. Ved indirekte modydelse forstås, at modydelsen i form af reklame gives til erhvervsklubben eller -foreningen. Da netop virksomheden er medlem heraf, opnår virksomheden derigennem en erhvervs-mæssig modværdi og goodwill, som er momspligtig.

Fradragsret for gaver

Det følger af tidligere udtalelser fra Momsnævnet, at den momsmæssige vurdering for så vidt angår givers adgang til fradragsret er den samme som den skattemæssige og derfor skal følge denne, hvor en sådan vurdering allerede foreligger.

Ligesom skattefradraget er moms-

fradraget betinget af en vis form for værdi af reklamen. I praksis betyder dette, at der for giver skal være en synlighed i forhold til omverdenen. Herudover skal reklamen tage sigte på at opretholde givers almindelige om-dømme eller fremme dens interesser. Hermed sikres det erhvervs-mæssige aspekt, der berettiger til fradrag.

Da netop udgiften til sponsorater snart sagt altid har en reklamemæssig værdi for giver, er der fradrag i samme omfang som giver har fradrag skattemæssigt.

Ved momspligtige betalinger fra erhvervsklubber og -foreninger har det enkelte medlem naturligvis fradrag for momsen af et momspligtigt sponsorat i samme omfang som medlemmets almindelige fradragsret.

Det er imidlertid også et krav, at reklameværdien skal modsvare sponsoratets størrelse. Dette er en særdeles vanskelig vurdering, og praksis herom er da også sparsom. Kun hvis der er et åbenlyst misforhold mellem beløbsstørrelsen og den reklameværdi, som giver opnår, kan der blive tale om at anse en del af beløbet for at udgøre en gave. Dermed mister giver en andel af fradragsretten.

En del virksomheder, der er helt eller delvist momsfrie, kan ikke fradrage moms vedrørende sponsorater. Det drejer sig først og fremmest om pengeinstitutter og forsikringsselskaber, men også rejsebureauer, læger/tandlæger m.fl. falder ind under denne kategori.

Det betyder, at momsen i forbindelse med en sponsoraftale med fx et pengeinstitut vil være en omkostning, hvilket der skal tages højde for, når sponsoraftalen forhandles på plads.

Momsen kan kun undgå, hvis pengeinstituttet i stedet giver en gave/donation uden modydelse, men dette vil som oftest ikke være attraktivt, da det samtidig kan have betydning for adgangen til skattemæssigt fradrag.

- Modydelser i anden form end reklame ved momspligtige sponsorater

Hvis modydelsen i forbindelse med et momspligtigt sponsorat også eller kun ydes i form af andet end reklame (adgang til arrangementer, uddeling af billetter mv.), har giver ikke fradragsret momsmæssigt for værdien af disse. Dette skyldes, at underholdning, re-

præsentation og natural aflønning i den henseende ikke er fradragsberettiget momsmæssigt.

Højesteret har i en konkret dom udtalt, at den værdi af sponsoratet, som repræsenterede billetter mv., ikke er fradragsberettiget for giver grundet begrænsningerne i momsloven. Kun den rene reklameværdi er fradragsberettiget.

Museets forpligtigelse ved momspligtige sponsorater med modydelser i anden form end reklame

Museet skal i tilfælde, hvor sponsoratet også eller kun modsvares i andre ydelser end reklame, opsplitte sponsoratet og opgøre værdien af de enkelte ydelser, selvom hele sponsoratet er momspligtigt. Dette følger af givers begrænsede fradragsret og museets pligt til at opfylde de generelle fakturakrav. Giveren skal opsplitte sponsoratet i fradragsberettiget reklame og ikke-fradragsberettiget underholdning, repræsentation, natural aflønning mv.

Det er vigtigt ved sådanne blandede sponsorater, at museet tager stilling til reklameværdien og de andre ydelsers værdi, da ikke-fradragsberettigede værdier ellers kan fastsættes til markedspriser.

Gaver

Momsmæssigt bliver gaver og tilskud anset som beløb, der falder uden for momslovens anvendelsesområde. Det betyder, at der ikke skal beregnes moms af indtægterne, og at indtægterne ikke har indflydelse på opgørelse af den delvise fradragsret. Gaver defineres som donationer, hvori der ikke består en modydelse af erhvervs-mæssig betydning for giver. Det er typisk gaver/tilskud fra det offentlige (stat, regioner, kommuner) og fra fonde o.l. samt private personer.

Virksomheder og institutioner kan sagtens give gaver, uden at der påhviler momspligt på disse – blot der ikke er nogen form for modydelse i gaven/tilskuddet. Det vil dog i de fleste tilfælde være fordelagtigt for begge parter, hvis gaven modsvares af en reklame eller lignende, hvorved det bliver et momspligtigt fradragsberettiget sponsorat.

Selv om pengeinstitutter m.fl. ikke har adgang til fradragsret for moms i nævneværdigt omfang, jf. ovenfor, vil de som oftest have en interesse i, at sponsoratet er omfattet af momspligt.

Dels har de en åbenlys interesse i, at opnå en modydelse, dels indebærer det adgang til skattemæssigt fradrag.

Sponsoraters generelle indflydelse på moms/afgifter i museer

Momspligtige sponsorater har altid en positiv effekt rent moms- og afgiftsmæssigt for det enkelte museum. Dels giver de en øget adgang til momsfradrag, dels giver de en heraf følgende adgang til godtgørelse af energiafgifter.

Arbejder på lokaler/bygninger indbefatter ofte betydelige momsudgifter. I den forbindelse vil en vurdering for optimering af fradrag inden arbejdet startes være anbefalelsesværdigt. Her kan momspligtige sponsorater mv. være værd at overveje.

Museer omfattet af momsrefusionsordning eller tilsvarende

For museer omfattet af den kommunale momsrefusionsordning eller museer, som får momsen dækket via finansloven (statslige museer), er størrelsen af den delvise fradragsret reelt uden betydning, idet momsudgiften under alle omstændigheder bliver dækket. Det er alene et spørgsmål om, hvorvidt momsen dækkes via 'told-moms'-systemet eller via refusionsordningen/finansloven.

Men da adgangen til godtgørelse af energiafgifter følger 'toldmoms'-fradraget, vil andelen af momspligtige sponsorater indvirke gunstigt på omfanget af energiafgiftsgodtgørelsen.



Fradragsretten skattemæssigt

Privatpersoner, selvstændigt erhvervsdrivende og selskaber har gode muligheder for at opnå skattemæssigt fradrag for gaver og sponsorater, der ydes til et museum.

I det følgende beskrives fradragsretten

for sponsorer, gaver ydet til kulturinstitutioner omfattet af ligningslovens § 8 S, gaver ydet til foreninger mv. godkendt efter ligningslovens § 8 A og gaver til forskning omfattet af ligningslovens § 8 H.

Sponsorater

En sponsoraftale er en gensidigt bebyrdende aftale. Et sponsorbidrag er et bidrag, som en virksomhed yder til fx sportsklubber, museer, kulturhuse mv. mod til gengæld at opnå en reklameværdi for virksomhedens navn eller produkter. Sådanne udgifter er normalt fuldt fradragsberettigede, når virksomheden opnår en reklameværdi, som står i rimeligt forhold til det ydede sponsorbidrag.

En virksomhed – det være sig et selskab mv. eller en selvstændigt erhvervsdrivende – har derfor fuld fradragsret for sponsorbidrag, der ydes til et museum, såfremt virksomheden som modydelse opnår en passende reklameværdi. Reklameværdien kan fx opnås, ved at sponsoratet gøres offentligt kendt på en sponsortavle, der opstilles i museumslokalet, i en brochure, eller ved at bidraget omtales på museets hjemmeside.

Er disse betingelser opfyldt, vil virksomheden således have fuldt skattefradrag for sponsorbidraget som en driftsudgift.

Gaver ydet til kulturinstitutioner omfattet af ligningslovens § 8 S

Det er ikke alle virksomheder, der ønsker at gøre reklame for sig selv ved indgåelse af sponsoraftaler.

Virksomheder har imidlertid gode muligheder for at opnå skattefradrag for gaver, der ydes til visse kulturinstitutioner, herunder museer. I modsætning til en sponsoraftale er en gaveydelse en ensidigt påtaget ydelse, der ikke er forbundet med en modydelse (reklameværdi).

Det er en betingelse for fradragsretten, at kulturinstitutionen modtager offentligt driftstilskud fra stat eller kommune. Ved driftstilskud forstås enhver form for ydelse, herunder en underskudsgaranti, hvormed staten eller kommunen støtter den pågældende kulturinstitutionens drift. Er kulturinstitutionen nyetableret, kan den dog modtage gaver, hvis der blot foreligger et skriftligt tilsagn om driftstilskud fra stat eller kommune.

Ordningen omfatter kulturinstitutioner i bred forstand. Omfattet er således bl.a. museer, spillesteder, teatre, biografer, oplevelsescentre, zoologiske haver, akvarier og kulturhuse.

Fradragsordningen gælder som udgangspunkt alene for selvstændigt erhvervsdrivende og selskaber mv. Derimod kan private alene få fradrag efter ligningslovens § 8 S i særlige tilfælde, jf. afsnittene nedenfor. Fradragsretten er afskåret i visse situationer. Fradragsretten kan således ikke udnyttes af gavegivere, der på gavetidspunktet er nærtstående til kulturinstitutionens daglige ledelse eller bestyrelse. Som nærtstående anses ægtefælle, forældre, børn og børnebørn og disses ægtefæller mv.

Selvstændigt erhvervsdrivende og selskaber mv.

Selvstændigt erhvervsdrivende og selskaber mv. kan få fradrag for gaver, der ydes til kulturinstitutioner, uanset om gaven ydes som en pengegave eller som en tingsgave. Med tingsgave forstås en gave i form af et kunstværk eller en kultur-/naturhistorisk genstand.

Hvis gaven ydes i form af et kunstværk eller en kultur-/naturhistorisk genstand, har gaveren fradragsret for gavens handelsværdi. Det påhviler den modtagende kulturinstitution at dokumentere værdien af gaven. Dette kan ske ved inddragelse af en sagkyndig skønsmænd. Udgiften i forbindelse med værdiansættelsen skal afholdes af kulturinstitutionen.

Private

Privatpersoner har – i modsætning til selvstændigt erhvervsdrivende og selskaber mv. – ikke fradragsret for pengegaver, der ydes til kulturinstitutioner efter ligningslovens § 8 S. Se dog om fradrag efter ligningslovens § 8 A i afsnittet nedenfor.

Private har således alene fradrag for gaver, der ydes i form af et kunstværk eller en kultur-/naturhistorisk genstand. Der er fradragsret for gavens handelsværdi.

Betingelser for fradrag

Ifølge ligningslovens § 8 S skal følgende 4 betingelser være opfyldt, for at der kan opnås skattefradrag:

- 1 Gaven til kulturinstitutionen må ikke være forbundet med nogen form for modydelse eller klausulering fra gavegiver. Hvis et maleri fx doneres af en

gavegiver, der betinger sig brugsretten til maleriet efter en årrække, vil gavegiveren ikke være omfattet af fradragsordningen. Tilsvarende må kulturinstitutionen ikke yde fx fribilletter som modydelse for gaven.

- 2 Gaven skal gives til kulturinstitutionens kulturelle virksomhed. Gaver, der gives til kulturinstitutionens mere kommercielle aktiviteter som cafédrift og boghandel, giver således ikke fradrag.
- 3 Kulturinstitutionen skal ønske at modtage gaven. Nogle kulturinstitutioner får tilbudt genstande, som de ikke ønsker at modtage. Det er derfor en betingelse for fradragsretten, at den pågældende kulturinstitution ønsker at modtage gaven.

- 4 Kulturinstitutionen skal indberette værdien af gaven efter skattekontrollens § 7 K. Det er den gavemodtagende kulturinstitution, der skal indberette, hvem der i årets løb har givet gaver omfattet af ordningen. Oplysningerne skal indberettes til skattemyndighederne senest den 20. januar i det efterfølgende kalenderår.

Beløbsgrænser/bundfradrag

Der gælder et bundfradrag på 500 kr. Der er således kun fradrag for den del af gavebeløbet, der overstiger 500 kr. årligt til den enkelte kulturinstitution. Der er omvendt ikke nogen beløbsmæssig øverste grænse for, hvor stor en gave der kan opnås fradrag for.

Hvis der fx gives en pengegave på 100.000 kr. – kan de 99.500 kr. fradrages.

For private og personligt erhvervsdrivende gives fradraget som et ligningsmæssigt fradrag. Fradragsværdien udgør typisk ca. 33%. Hvor

det er muligt, vil det for en personligt erhvervsdrivende derfor ofte være mere fordelagtigt, at der indgås en sponsoraftale i stedet, idet et sponsorbidrag anses som en fradragsberettiget driftsomkostning med en fradragsværdi på op til 63%.

For selskaber mv. gives fradraget i den skattepligtige indkomst. Der er således ingen forskel i den skattemæssige behandling af et sponsorbidrag og en gave ydet efter ligningslovens § 8 S for et selskab mv. (udover bundfradraget på 500 kr.).

Gaver ydet til foreninger mv. godkendt efter ligningslovens § 8 A

Ligningslovens § 8 A giver adgang til i et vist omfang at fratække gaver ydet til foreninger, stiftelser, institutioner mv., hvis midler anvendes i almenvelgørende eller på anden måde almennyttigt øjemed til fordel for en større kreds af personer.

Det er ikke nødvendigt, at gaven ydes i kontanter. Også værdien af et kunstværk eller en anden naturalydelse kan fratækkes, men værdiansættelsen af godet er underkastet ligningsmyndighedens prøvelse.

Formålet anses for almennyttigt, når det ud fra en i befolkningen almindeligt fremherskende opfattelse kan anses for nyttigt, og når det kommer en vis videre kreds til gode. Blandt sådanne almennyttige formål kan nævnes sociale, kunstneriske og andre kulturelle formål, miljømæssige, videnskabelige – herunder forskningsmæssige og sygdomsbekæmpende, humanitære, undervisningsmæssige, religiøse eller nationale formål. Det er en betingelse for fradrag efter ligningslovens § 8 A, at gavemodtageren er godkendt af SKAT. SKAT



udsender årligt en fortegnelse over de godkendte almennyttige foreninger mv.

En lang række danske museer er allerede godkendt efter § 8 A, og det er vores indtryk, at de fleste museer formentlig opfylder betingelserne for at blive godkendt. Anmodning om godkendelse skal indsendes til SKAT inden den 1. oktober i det kalenderår, for hvilken godkendelsen skal have virkning.

Der er alene fradragsret for gavebeløb, der overstiger 500 kr., og fradraget kan ikke overstige et grundbeløb på 7.800 kr., der reguleres årligt. I 2008 kan en giver således højst fradrage 14.000 kr. Det maksimale fradrag på 14.000 kr. opnås først, når gavens værdi udgør 14.500 kr. (14.000 + 500 kr.).

Ægtefæller kan selvstændigt fradrage deres gaver og kan således opnå et samlet fradrag på 28.000 kr. i 2008.

Museet har en forpligtelse til at indberette modtagne gaver til SKAT, jf. skattekontrollovens § 8 Æ. Indberetningen skal foretages senest den 20. januar i året efter det kalenderår, hvori gaverne er ydet. Indberetningen skal indeholde oplysninger til identifikation af indbetaler og om størrelsen af det indbetalte beløb. Fradrag for gaverne er betinget af, at foreningen mv. har indberettet beløbet til SKAT.

Fradraget gives som et ligningsmæssigt fradrag for private og personligt erhvervsdrivende. Fradragsværdien udgør typisk ca. 33%. Selskaber mv. kan fradrage gaver ydet efter ligningslovens § 8 A i selskabsindkomsten.



Gaver til forskning omfattet af ligningslovens § 8 H

Efter ligningslovens § 8 H kan selskaber mv. fradrage gaver til almennyttige foreninger, stiftelser, institutioner mv., der anvender deres midler, herunder de modtagne ydelser, til forskning. Det er en betingelse, at modtageren er hjemmehørende i Danmark.

Fradragsretten gælder alene for selskaber mv. Private og personligt erhvervsdrivende kan således ikke opnå fradrag efter bestemmelsen.

Fradraget er betinget af, at Danmarks Forskningspolitiske Råd for det kalenderår, hvori gaven ydes, har godkendt den pågældende forening, stiftelse, institution mv. som berettiget til at modtage gaver. Rådets afgørelser kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed.

For kalenderåret 2008 har Danmarks Forskningspolitiske Råd godkendt følgende museer efter ligningslovens § 8 H:

- Museer omfattet af museumsloven
- Museer, der er medlemmer af amtsmuseumsrådene
- Museumsrådet for Københavns og Frederiksberg Kommuner

Fradragsretten er ikke begrænset i form af et minimums- eller et maksimumbeløb.

Samspil mellem de forskellige fradragsregler

Som det fremgår af de beskrevne fradragsregler ovenfor, vil der formentlig forekomme situationer, hvor en gavegiver har mulighed for skattemæssigt at fradrage sin gave efter flere regelsæt.

En privatperson, der fx giver et maleri til et museum godkendt efter ligningslovens § 8 A, vil have mulighed for at fratrage værdi efter enten ligningslovens § 8 A eller efter ligningslovens § 8 S. Fradraget efter ligningslovens § 8 S forudsætter dog, at museet modtager offentlig støtte. Hvis maleriet har en værdi, der overstiger 14.500 kr., vil det være mest fordelagtigt at fratrage gaven efter ligningslovens § 8 S, idet der ikke gælder nogen øvre beløbs-grænse efter denne bestemmelse.

Eksempler på skatte- og momsbesparelser

Selskab

I dette eksempel er udgangspunktet et selskab med en skattepligtig indkomst

på 1.000.000 kr. Skatten er dermed 250.000 kr.

Selskabet yder nu et sponsorat på 80.000 kr. plus moms 20.000 kr., mod at x-museum opsætter reklameskilte i museet samt omtale på museets hjemmeside.

Momsfritaget selskab

Er selskabet momsfritaget, kan hele omkostningen medtages i skatteberegningen, da selskabet ikke har momsfradrag qua den momsfrie status. Hermed reducerer selskabet skattebetalingen med skatteværdien af sponsoratet på 100.000 kr. Det vil sige en skattebesparelse på 25% af 100.000 kr., altså 25.000 kr.

Momspligtigt selskab

Er selskabet momsregistreret, kan omkostningen eksklusiv moms medtages i skatteberegningen. Hermed reducerer selskabet skattebetalingen med skatteværdien af sponsoratet på 80.000 kr. Det vil sige en skattebesparelse på 25% af 80.000 kr., altså 20.000 kr.

Ydermere reducerer selskabet dets momsbetaling for perioden med 20.000 kr., da momsen kan fratreges som reklamemæssig købsmoms.

Selvstændigt erhvervsdrivende

Selvstændigt erhvervsdrivende med en skattepligtig indkomst på 1.000.000 kr. Der regnes med en marginalskat på 63%. Skatten udgør altså 630.000 kr.

Den selvstændige erhvervsdrivende yder nu et sponsorat på 80.000 kr. plus moms 20.000 kr., mod at x-museum opsætter en tavle med den selvstændigt erhvervsdrivendes logo mv.

Momsfritaget virksomhed

Er den selvstændigt erhvervsdrivende momsfritaget, udgør skattebesparelsen skatteværdien af hele sponsoratets værdi på 100.000 kr. Det vil sige en direkte skattebesparelse på 63.000 kr.

Momspligtig virksomhed

Driver den selvstændigt erhvervsdrivende momspligtig virksomhed, udgør skattebesparelsen skatteværdien af sponsoratet eksklusiv moms på 80.000 kr. Det vil sige en direkte skattebesparelse på 50.400 kr.

Samtidig reduceres momsbetalingen med 20.000 kr.

Afslutning

Sponsorater i museumsverdenen er et værdiskabende element for begge parter – både giver og modtager. I forbindelse med udarbejdelse af tilbud og indgåelse af aftaler er det også vigtigt at pointere de skatte- og momsmæssige muligheder, som giver har i den forbindelse og som belyst i denne pjece. Dette udover den reklame-mæssige effekt, som skilte, omtale på hjemmeside mv. har.

Museers adgang til yderligere godtgørelse af energifgifter, større momsfradrag for fællesudgifter og udgifter i forbindelse med momspligtige reklameindtægter, fx i bygninger mv. vil forhåbentlig inspirere flere museer til at indgå samarbejder med virksomheder og institutioner om momspligtige sponsorater.

Vi håber denne pjece bidrager til formålet.

Ernst & Young
Lars Mikkelsen
Senior Tax Manager

T +45 8744 8204
M +45 3070 8304
Lars.Mikkelsen@dk.ey.com

Ernst & Young
Rune Grøndahl
Momskonsulent

T +45 8744 8256
M +45 3067 3554
Rune.Groendahl@dk.ey.dk