



Den . 8. februar 2016

Husker du fradraget ?

Frdrag for almennyttige donationer

Gennem de senere måneder har mange virksomheder deltaget i indsamlinger og støttekampanjer vedrørende forskellige almennyttige aktiviteter. Nævnt i flæng eksempelvis Knæk Cancer, Red Barnet, Røde Kors, Kræftens Bekæmpelse, Cykel for Sagen og Dansk Flygtningehjælp.

Særlige fradragsregler for donationer

De fleste kender reglerne om fradrag for engangsbeløb, der gives som gave til organisationer, der er godkendt efter Ligningslovens § 8 A. SKAT udgiver hvert år en liste over godkendte organisationer.

Fradragsbeløbet gælder alle skatteydere, selskaber, personer, fonde med flere og kan i 2015 højst udgøre 15.000 kr. (i 2016 udgør beløbet 15.200 kr.).

Derimod er det formentlig ikke almindeligt kendt, at beløbsgrænsen på de 15.000 kr. ikke gælder i forbindelse med fradrag for engangsbeløb, der gives som gave til almennyttige foreninger med mere, der anvender midlerne til forskning.

Der er fuldt fradrag for gaver til de foreninger, der for det pågældende kalenderår er godkendt efter ligningslovens § 8 H. Har man givet gaver omfattet af disse regler, kan man samtidig få fradrag for gaver, der er fradragsberettigede efter § 8 A.

Der kan også opnås fradrag for visse løbende ydelser til godkendte institutioner og foreninger. Normalt skal der være tale om en forpligtelse, der løber over mindst 10 år, for at der kan opnås fradrag efter disse regler.

Donationer, der er fradragsberettigede som reklameudgift

I det omfang man kan dokumentere, at donationen har karakter af en reklameudgift, har en virksomhed fuldt fradrag for hele donationen efter de almindelige regler om fradrag for reklameudgifter.

I første omgang er der brug for en afgrænsning i forbindelse med de private motiver, der måtte være til at yde donationen. I værste fald kan en donation, der er ydet af et hovedaktionærselskab, blive sidestillet med et ulovligt aktionærlån og blive beskattet hos ejeren.

Der er ligeledes behov for at vurdere, om donationen gives på en sådan måde, at der er en rimelig balance mellem donationens størrelse og dens modydelse i form af reklame, eksponering, publicity og imagepleje, der opnås som led i donationen.

Dette ses ofte ved TV-shows, hvor donationerne ruller over skærmen, eller i forbindelse med cykelløb, hvor sponsorernes navne ruller på hjemmesiden og bliver eksponeret i målområdet og på beklædning og udstyr.

Fradrag for disse donationer opnås således efter regler, der kræver en tilknytning til gavegivers erhvervsmæssige aktiviteter, i modsætning til reglerne i § 8 A og § 8 H, hvor det er gavens almennyttige formål, der udløser fradraget.

Det er virksomheden, der har bevisbyrden for, at en almennyttig donation har en reklameværdi, der står i et passende forhold til det ydede bidrag.

BRANDT
STATSAUTORISERET REVISIONSPARTNERSELSKAB