

Belöningsbaserad crowdfunding ur ett momsperspektiv

Awardbased crowdfunding, from a VAT perspective

Michaela Jansson
Agnes Sylvan

Handledare: Jan Kellgren
Examinator: Johannes Lerm

Innehållsförteckning

| | |
|---|----|
| Förkortningar | 5 |
| 1 Inledning | 6 |
| 1.1 Problembakgrund | 6 |
| 1.2 Problemformulering | 7 |
| 1.3 Syfte | 7 |
| 1.4 Metod | 7 |
| 1.5 Avgränsning | 8 |
| 2 Crowdfunding | 9 |
| 2.1 Historik..... | 9 |
| 2.2 Finansieringsformer | 10 |
| 2.2.1 Belöningsbaserad finansiering..... | 10 |
| 2.2.2 Andelsfinansiering..... | 10 |
| 2.2.3 Lånefinansiering | 11 |
| 2.2.4 Gåvobaserad crowdfunding..... | 11 |
| 2.3 Plattformer för crowdfunding idag..... | 12 |
| 2.4 Motprestationen..... | 13 |
| 3 Introduktion till mervärdesskatten | 17 |
| 3.1 Vad är moms och varför betalar vi den? | 17 |
| 3.2 Momsdirektivet | 18 |
| 3.3 Skatteverkets ställningstagande..... | 19 |
| 4 Gällande rätt..... | 21 |
| 4.1 Omsättningsbegreppet i fokus..... | 21 |
| 4.2 Skatterättsliga principer..... | 22 |
| 4.2.1 Delnings- och huvudsaklighetsprincipen..... | 22 |
| 4.2.2 Neutralitetsprincipen | 23 |

| | |
|--|----|
| 4.2.3 Likabehandlingsprincipen | 24 |
| 4.3 Gåva | 24 |
| 4.4 Uttag | 25 |
| 4.5 Blandat fång | 25 |
| 4.6 Vinstmarginalbeskattning..... | 27 |
| 4.6.1 Försäljning av begagnade varor m.m. | 28 |
| 4.6.2 Resetjänster..... | 29 |
| 4.7 Analys..... | 30 |
| 4.7.1 Gåva vid belöningsbaserad crowdfunding | 33 |
| 4.7.2 Vinstmarginalbeskattning, uttagsbeskattning och blandat fång vid bidragsbaserad crowdfunding..... | 33 |
| 4.7.3 Särskild reglering överflödig? | 36 |
| 5 De lege ferenda | 38 |
| 5.1 Skattelättnadsregler för småföretagare..... | 38 |
| 5.1.1 Momsdirektivets artiklar 281-291 | 38 |
| 5.1.2 Promemoria om beloppsgräns för mervärdesskatt | 38 |
| 5.2 Belöningsbaserad crowdfunding i framtiden | 40 |
| 5.2.1 En ny reglering | 41 |
| 6 Slutord..... | 43 |
| 7 Referenslista..... | 44 |
| 7.1 Litteratur..... | 44 |
| 7.1.1 Artiklar..... | 44 |
| 7.2 Rättsfallsregister..... | 45 |
| 7.2.1 EU-domstolen..... | 45 |
| 7.3 Offentliga tryck | 45 |
| 7.3.1 Propositioner..... | 45 |
| 7.3.2 Statens offentliga utredningar..... | 45 |

7.4 Internet 45

Förkortningar

| | |
|----------------|---|
| IL | Inkomstskattelag (1999:1229) |
| ML | Mervärdesskattelag (1994:200) |
| momsdirektivet | Europeiska unionens råds direktiv 2006/112/EG |

1 Inledning

1.1 Problembakgrund

Fenomenet crowdfunding, gräsrotsfinansiering på svenska, är en finansieringsform i vilken många människor ger mindre bidrag för att finansiera ett projekt eller företag, till skillnad från traditionella former av finansieringstjänster i vilka ett fåtal investerare ger stora bidrag. Idén är att entreprenörer, småföretagare och kreatörer skall kunna finansiera sina projekt med hjälp av bidrag från den breda massan. Givare och mottagare kan vara vem som helst, såväl fysiska som juridiska personer kan ge, respektive ta emot. Tidigare har fenomenet inte utlöst någon konsumtionsskatt. En följd av att användningen av crowdfundingplattformar ökat är att tjänsten även kommit att utnyttjas i syfte att uppnå momsfri försäljning, vilket strider mot det ursprungliga syftet. Skatteverket har i ställningstagandet från den 25 januari 2016 beslutat att i de fall bidraget följer av en motprestation skall denna belastas med moms.¹ Avgörande för denna bedömning är om belöningen kan anses vara omsatt, på det sätt som varor/tjänster anses vara omsatta enligt momsdirektivet respektive mervärdesskattelagen. Enligt vår mening kan småföretagare och entreprenörer, vid gåvo- och belöningsbaserad crowdfunding, vara det faktiska subjektet som får bära konsekvenserna av det nya beslutet. Detta eftersom ett ytterligare utrymme om 6-25 procent måste till vid finansieringen. Vår erfarenhet av crowdfunding är att en produkt i många fall inte är färdigställd, vid crowdfundingstadiet, utan dess existens är avhängig att bidrag flyter in från publiken till de plattformar där idén visas upp. Är mot denna bakgrund skatteverkets ställningstagande förenligt med motiven bakom mervärdesskatt?² Till den del belöningsbaserad crowdfunding utgör ren försäljning framstår skatteverkets ställningstagande fullkomligt rimligt, men hur blir det i de fall bidrag och belöning inte motsvarar varandra värdemässigt? Vi förkastar inte tanken på momsplikt i samband med försäljning genom crowdfunding, vi avser dock att ifrågasätta om den i alla lägen skall föranleda sådan, vilket värde som skall utgöra beskattningsunderlag och om det finns andra alternativ eller skattelättnadsregler att tillgå.

¹ Skatteverket, rättslig vägledning

² Lodin m.fl., Inkomstskatt del 1, sida 5

1.2 Problemformulering

Är gällande rätt inom området mervärdesskatt tillräcklig, eller behövs rent av nya regler specifikt för belöningsbaserad crowdfunding?

- Vilka transaktioner skall, respektive bör, föranleda momsplikt och till vilket belopp?
- Kan mot bakgrund av principerna och motiven bakom mervärdesskatten, en transaktion undantas skatteplikten för moms endast av det skälet att den finansieras genom belöningsbaserad crowdfunding?

1.3 Syfte

Vi avser att utreda skatteverkets ställningstagande i fråga om moms vid belöningsbaserad crowdfunding. Syftet är att diskutera om, och i vilka fall, moms i samband med belöningsbaserad crowdfunding ska erläggas.

1.4 Metod

För att besvara vår frågeställning har vi undersökt dels mervärdesskattens bakomliggande syften, dels de principer mervärdesskattelagen vilar på. Vi har behandlat begreppen omsättning och ekonomisk verksamhet, för att få förståelse för när en transaktion skall föranleda moms. Dessutom har vi undersökt mervärdesskattelagens särskilda regler för att testa om de kan tillämpas på belöningsbaserad crowdfunding. Vi har gjort detta för att förstå gällande rätt och för att kunna förklara tillämpningen av denna för läsaren.

Vi har valt att lyfta fram skatterättsliga principer i vår uppsats, eftersom specifika lagregler avseende belöningsbaserad crowdfunding saknas. Genom att lyfta fram dessa principer och själva läsa om dem, har vi fått vägledning i frågan om de leger ferenda.

Vi har läst litteratur som behandlar crowdfunding, dess uppbyggnad, historik och funktion. För att själva fördjupa oss har vi använt oss av litteratur som inte varit inriktad på den juridiska aspekten av ämnet. Vi har gjort detta för att förkovra oss i ämnet för att på bästa sätt kunna förklara detta för läsaren. Genom att beskriva bakgrunden till belöningsbaserad crowdfunding och presentera en bild av hur denna fungerar i praktiken, har vi försökt förmedla vari eventuella problem med befintliga, samt avsaknaden av, regler ligger.

1.5 Avgränsning

I denna uppsats kommer vi att behandla såväl den svenska rätten som den EU-rätt den grundas på, vad gäller principer, praxis och reglering inom mervärdesbeskattningen. Vi har valt att lägga störst fokus på belöningsbaserad crowdfunding, vilken kommer att jämföras med andels- och lånefinansiering. I ljuset av SKV:s ställningstagande om mervärdesbeskattning på belöningsbaserad crowdfunding, anser vi det inte relevant att även göra en djupgående analys av de övriga crowdfundingmodellerna. Vi har valt att undersöka ML:s undantagsregler för att utvärdera hur dessa skulle kunna tillämpas mot belöningsbaserad crowdfunding. Däremot har vi valt att genomföra en endast yttlig jämförelse mellan momsfri crowdfunding och befintliga skattelättnadsregler, som exempelvis investeraravdraget.³ Detta eftersom de utgör komplexa områden som kräver en ingående analys av ett bolags ekonomiska struktur och hur denna påverkas skattemässigt av lånat respektive eget kapital.

³ Skatteverket, investeraravdrag

2 Crowdfunding

2.1 Historik

Crowdfunding är ännu inte reglerat i lag och rättsläget kan i vissa hänseenden uppfattas som osäkert, trots att företeelsen de facto inte är något fenomen. Under 2010-talet har fenomenet och dess plattformar fått ett explosionsartat uppsving. Dock sträcker sig finansieringsformen långt längre tillbaka i tiden än till 2010. Det äldsta exemplet på crowdfunding torde vara översättningsarbetet av grekisk poesi till engelska, av författaren Alexander Pope 1713. Som kvittens för att ha bidragit med två guldmynt fick de 750 finansiärerna sitt namn inskrivet i diktsamlingen samt varsitt exemplar av boken.⁴ Lite mer än 150 år senare skulle crowdfunding användas för ett av världens mest kända monument, frihetsgudinnan, beläget i USA. Finansiärerna blev del av historien och fick själva små miniatyrer av monumentet med sitt namn ingraverat. Fransmännen betalade för statyn, och amerikanerna betalade för piedestalen den står på. 1876 restes frihetsgudinnan, tack vare frivilliga donationer från människor som ville ge tillbaka och stötta ett projekt de trodde på. Det är av samma anledningar idag, som det var då, människor väljer att finansiera projekt och idéer via crowdfundingplattformar. Tack vare Internet har crowdfundingfenomenet kunnat få en bredare publik, men anledningen till att de små och medelstora företagen har börjat använda finansieringsformen i så hög grad som idag kan hänföras till den globala finanskrisen som drabbade världen år 2008. Vad som hände under finanskrisen var att individer, företagare, investerare och banker drabbades av väsentlig ekonomisk skada. Småföretagarna hade förlorat eget kapital, samtidigt som det var omöjligt för dem att bli beviljade banklån. De som drabbades hårdast var konstnärer, musiker, formgivare och andra företagare inom kreativa områden. I finanskrisens tumult fanns det entreprenörer som såg lösningar på kapitalproblemen, 2009 startades *Kickstarter* av Perry Chen.⁵ Härefter har fenomenet ökat och som nämnts under 2.1 kommer crowdfunding i en mängd olika former. Den senaste statistiken visar att den sammanlagda summan av samtliga former av crowdfunding, globalt sett, genererade 13,2 mkr år 2014, vilket innebär en ökning om 167 procent från året innan.⁶

⁴ Kickstarter blogg, innan kickstarter

⁵ Dresner, Crowdfunding: a guide to raising capital on the internet, kap. 1

⁶ Crowdsourcing, Industriell rapport 2015

Trots en uppenbar tillväxt av projekt finansierade genom crowdfunding, under de senaste tio åren, har finansieringsformen inte reglerats i en egen lag. Först den 25 januari 2016 kom skatteverket med ett ställningstagande i frågan om moms på belöningsbaserad crowdfunding, vilket är en direkt åtgärd anpassad efter EU:s senaste riktlinjer i frågan. Enligt vår mening skulle de entreprenörer som använder crowdfunding dra fördel av ett enhetligt system med tydliga riktlinjer för hur finansieringen ska beskattas. Vi anser dock att ställningstagandet inte ger tillräckligt tillfredsställande effekter, därför diskuteras i denna uppsats om en egen lag behövs eller om befintliga momsregler är tillräckliga.

2.2 Finansieringsformer

2.2.1 Belöningsbaserad finansiering

Den mest uppmärksammade formen av crowdfunding är belöningsbaserad finansiering. belöningsbaserad crowdfunding har i hög grad fått ett uppsving tack vare sociala medier och forum, på vilka kampanjer kan spridas och marknadsföras. Denna form används ofta av personer med hobbyverksamheter, artister, konstnärer, universitetsstudenter och författare, men även entreprenörer som driver sin verksamhet i bolagsform. Även småföretagare kan använda sig av belöningsfinansiering. Exempelvis har de lyckats ta fram en prototyp för sin produkt eller tjänst, men saknar kapital för en mer storskalig produktion. Incitamenten hos finansiärerna, att stödja entreprenörerna, kommer delvis av viljan att stötta ett projekt och uppmuntra goda idéer, delvis av begäret att ta del av produkterna som kommer att tillverkas. Vanligtvis får finansiärerna en belöning för sitt bidrag. Ibland är belöningen en färdigställd produkt och ibland något mer symboliskt som en affisch. Ett högre bidrag brukar ofta resultera i en bättre och mer värdefull belöning.⁷ Det är i dessa fall bidragstagaren blir tvungen att lägga på moms, eftersom motprestationen anses innebära att produkten omsätts.

2.2.2 Andelsfinansiering

Som följer av namnet ges finansiärerna vid andelsfinansiering andelar i det företag de ger ett bidrag till. Det är en finansieringsform som lämpar sig väl för sådana småföretagare som kan ha svårt att beviljas lån från banker när de är i processen av att expandera. Att vara finansiär vid andelsfinansiering innebär ett risktagande, eftersom de företag som

⁷ Dressner, Crowdfunding: a guide to raising capital on the internet

använder sig av andelsfinansiering ofta är nystartade och det är osäkert om företaget blir framgångsrikt. Det är dock ingen skillnad i säkerhet, mellan andelsfinansiering via crowdfunding och andelsfinansiering via emissioner. Fördelen med crowdfundad andelsfinansiering är att publiken är bredare och enligt vår uppfattning har en annan referensram än en riskkapitalist. Från publikens sida kan sägas att fördelen är just risktagandet, vilket kan komma att innebära hög avkastning om företaget visar sig framgångsrikt. Finansiären stöttar ett företag, inte bara en enskild idé eller produkt, vilket medför att företaget som använder sig av crowdfundad andelsfinansiering ges chans till en utveckling över tid. Genom sitt investerade kapital kan finansiärerna få avkastning i form av utdelningar. Dessa medför inte någon skattskyldighet för moms.⁸

2.2.3 Lånefinansiering

Lånefinansiering innebär att lånsökaren har en näringsverksamhet, vilken hen önskar finansiera med lån. Väljer entreprenören att lånefinansiera via en crowdfundingplattform, innebär detta att vem som helst kan lägga ett bud. Ofta används auktioner i vilka de som kräver lägst ränta, eller accepterar en förutbestämd ränta, för att ge sina lån till företaget, är de som vinner.⁹ I likhet med andelsfinansiering medför inte räntan någon skattskyldighet för moms, däremot är plattformen bakom finansieringen i vissa fall skattskyldig för moms. Endast om företaget som driver finansieringstjänsten själv är part i transaktionen, undantas denna momsplikt.¹⁰ Paralleller kan dras mellan detta förhållande och 3 kap 9 § ML, vari stadgas att omsättning för bank och finansieringstjänster, samt värdepappershandel och därmed jämförlig verksamhet undantas från skatteplikt.

2.2.4 Gåvobaserad crowdfunding

Denna form av crowdfunding används ofta i syfte att samla in pengar till välgörande ändamål. De donationer som ges åtföljs i regel inte av en produkt eller tjänst. I de fall en motprestation följer brukar denna vara av symboliskt värde och utgör inte underlag för beskattning av moms.¹¹ Ett av de mest kända projekten är *Kiva*, en plattform som förmedlar lån till människor i nöd, utan att ta ut någon avgift för förmedlingstjänsten.

⁸ Skatteverkets ställningstagande, 2016-01-25, Dnr: 131 23895-16/111

⁹ Dresner, Crowdfunding: a guide to raising capital on the internet, s 54

¹⁰ Skatteverkets ställningstagande, 2016-01-25, Dnr: 131 23895-16/111

¹¹ Skatteverkets ställningstagande, 2016-01-25, Dnr: 131 23895-16/111

Kiva finansieras fullt ut av gåvor.¹² Till skillnad från de ovan nämnda finansieringsformerna, kan en gåvobaserad crowdfundingkampanj genomföras på de flesta sociala medier; Facebook, Instagram med flera.

2.3 Plattformer för crowdfunding idag

Den mest uppmärksammade crowdfunding-plattformen, *Kickstarter*, startades år 2009 av Perry Chen. Sedan starten har 11 miljarder individer bidragit med totalt 2,3 miljarder dollar, till 294 000 projekt av vilka 104 000 projekt varit lyckade i den meningen att de nått sina finansieringsmål. Plattformen startades till en början för att hjälpa musiker och artister att finansiera sina projekt.¹³ Nu kan allt från konstnärer till "teknologinördar" visa upp sina idéer och söka finansiering till sina projekt med hjälp av *Kickstarters* tjänster. Det som krävs är att det finns en idé till ett projekt med ett tydligt fastställt mål, vilket skall syfta till att skapa något och slutligen, samt under projektets gång, delas med finansiärerna genom redovisade framsteg, bilder med mera.¹⁴ För att driva en kampanj på plattformen *Kickstarter* måste projektet först godkännas. Efter godkännandet måste projektet uppnå ett förutbestämt finansieringsmål, inom en förutbestämd tidsram. Om de fastställda målen uppnås krediteras finansiärerna och entreprenören kan slutföra sitt projekt, samt börja skicka eventuella belöningar till bidragsgivarna. Hos *Kickstarter* gäller en "allt eller inget-princip" vilket innebär att entreprenören endast kan ta ut pengarna om och när det finansiella målet uppnås. Anledningen till *Kickstarters* krav på "allt eller inget" har sin grund i att minimera risken för alla parter. Om inte tillräckligt många backar projektet, och entreprenören inte får in hela summan blir det svårt, eller omöjligt, för denne att prestera så som utlovas i kampanjen. Principen fungerar även som en motivationsfaktor för personer som verkligen vill att ett projekt skall genomföras, vilket förhoppningsvis leder till att bidragsgivarna sprider kickstarterkampanjen vidare för att fler skall investera i projektet.¹⁵

Crowdfunding-plattformen *Indiegogo* startades år 2008 och är, tillsammans med senast nämnda *Kickstarter*, en av de mest använda plattformarna. Till skillnad från *Kickstarters* koncept "allt eller inget" så erbjuder *Indiegogo* sina kunder en möjlighet att tillämpa

¹² Kiva, fakta

¹³ Dresner, Crowdfunding: a guide to raising capital on the internet, s 9

¹⁴ Kickstarter, regler för användare

¹⁵ Kickstarter, fakta och press

”flexibel” insamling. Bidragen kan plockas ut och användas av entreprenören, trots att det förutbestämde målet inte är uppnått vid kampanjtidens slut. Entreprenören avgör själv om det är möjligt att genomföra projektet. En likhet mellan de båda plattformarna, *Kickstarter* och *Indiegogo*, är att tidsramen för projektet fastställs innan kampanjen lanseras.

En tredje plattform är *Crowdfunder*, som startades 2011 och är den största inom området andelsfinansiering,¹⁶ till skillnad från *Kickstarter* och *Indiegogo* som istället riktar in sig på belöningsbaserad crowdfunding. *Crowdfunder* lämpar sig bäst för ett litet, nystartat företag som inte behöver finansiering för att kunna lansera en specifik produkt eller tjänst; istället har företaget ett behov av kapital för att kunna genomföra långsiktiga investeringar. En väsentlig skillnad för den som söker andelsfinansierad crowdfunding jämfört med belöningsbaserad crowdfunding, är att det inte finns någon tydlig prestationstidpunkt. Den som agerar bidragsgivare vid andelsfinansierad crowdfunding har att vänta på sin belöning, eftersom denna består av utdelningar, vilka normalt ges ut en gång per år.

2.4 Motprestationen

Tre typer av motprestationer kan utrönas när man talar om crowdfunding. Dessa är, social avkastning i form av officiella erkännanden och omnämnen på hemsidor, i böcker etc., finansiell avkastning i form av utdelningar/räntor, och materiell avkastning antingen i form av en vara liknande projektets slutprodukt eller en symbolisk gåva i form av exempelvis affischer, pins eller t-shirts. Inom belöningsbaserad crowdfunding är social avkastning och materiell avkastning de motprestationer som förekommer. Inom dessa sistnämnda grundtyper finns ytterligare kategorisering att göra, belöningarna skiljer sig åt vad gäller värde, geografisk begränsning, materiell eller immateriell art, publika erkännanden, finansiärens medhjälp i produktionen/framställningen, respektive belöningens tillgänglighet.¹⁷ Av skatteverkets ställningstagande framgår att symboliska gåvor skall undantas skatteplikt för moms. Värdet av gåvan skall klart understiga finansiärens bidrag, för att rubriceras som symbolisk och därmed undgå momsplikten.

¹⁶ Crowdfunder, Blogg

¹⁷ California management review, Winter2016, Vol. 58 Issue 2, p88-110. 23p, “What goes around comes around”

För samtliga momspliktiga motprestationer skall, enligt skatteverket, momsen beräknas på det faktiska bidrag finansören har erlagt, oavsett om detta bidrag är högre eller lägre än varan/tjänstens marknadsvärde.¹⁸

Nyckeln till en lyckad kampanj, har visat sig vara förståelsen för motiven bakom finansörernas bidrag. Enligt en studie av 180 projekt på *Kickstarter* (hälften lyckade, hälften misslyckade) är arten, värdet och kombinationen av belöningarna styrande för finansörernas beteende vid belöningsbaserad crowdfunding. I de fall ett crowdfundingprojekt tillhandahöll belöningar motsvarande förköp, visade sig 60,3 procent av kampanjerna lyckade. Med förköp avses att finansören får motsvarande produkt kampanjen syftar till att finansiera. Andelen lyckade "förköps-kampanjer" kan jämföras med kampanjer där belöningen består av symboliska gåvor av vilka andelen kampanjer som lyckas nå sina finansiella mål visat sig vara 27,7 procent.¹⁹ Det torde vara en logisk presumtion att det föreligger kausalitet mellan exklusiva belöningar och incitamenten hos bidragsgivaren att ge mer. Det har även visat sig att bidragsgivare som genom sitt bidrag involveras i projektet tenderar att fortsätta bidra till dess fortlevnad, ett förhållande som gör bidragsgivaren mer lik en investerare än en privat konsument.

2.4.1 Belöningsbaserad crowdfunding i praktiken

"Gåvorna är inte en webshop." -Kristina Bergwall Sandberg (Kickstarterkampanjen "Kung Fury")²⁰

Efter flertalet nej och avslag på sina ansökningar om finansiellt stöd, lanserade David Sandberg år 2014 sitt filmprojekt på *Kickstarter*. Efter bra några timmar var projektet *Kung Fury*, som ingen riskkapitalist velat finansiera, internationellt känt. Det finansiella målet var satt till 200 000 USD, ett mål som passerades redan första dagen. Vid kampanjens slutdatum hade nästan 18 000 individer varit med och tillsammans bidragit med mer än 600 000 USD till projektet. Trots att det finansiella målet överskreds gick allt, och mer därtill, åt till produktionen. Idag, två år senare, arbetar de fortfarande med

¹⁸ Skatteverkets ställningstagande Dnr: 131 23895-16/111

¹⁹ California management review, Winter2016, Vol. 58 Issue 2, p88-110. 23p, "What goes around comes around"

²⁰ Kickstarter, project Kung fury

att få ut Blue-rays, svara på mail och uppdateringar till de som givit ett bidrag. Sandberg säger själv, att relationen till finansiärerna har levt vidare efter kampanjens slut; “man känner ett ansvar mot finansiärerna, de riskerar sina pengar utan att vara säkra på att få något tillbaka”.

Ett annat exempel är Paul Martinez, som har drivit nio kampanjer på *Kickstarter*, av varierande framgång, vari målet har varit att bland annat ta fram sina egenillustrerade serietidningar på nätet, designade spelkort och skrivböcker. Martinez är den typiska *Kickstarter*-entreprenören; en konstnär och författare som i egenskap av serieentreprenör driver småskaliga projekt för att kunna fortsätta med sitt skapande.²¹ I en av sina lyckade kampanjer erbjöd Martinez bidragsgivarna, redan i första nivån av belöningar, en av de färdiga produkterna. Kampanjen gällde kortlekar som designats av Martinez. Totalt angavs nitton nivåer, med ett spann om 12-245 USD, i vilka alla belöningar kan sägas motsvara förköp av de produkter som kampanjen avsåg att finansiera. Vi vände oss till Martinez för att få en större förståelse för vikten av belöningarna, och om även en småföretagare gör vinst genom belöningsbaserad crowdfunding.

1. How important are rewards?

- Rewards are very important, they are the whole reason people choose to back your project. An interesting combination of items can really convince people to back your project instead of passing on it.

2. Do you ever make a profit on such small projects?

- Yes I definitely make a profit on my medium to small projects. Huge projects like the Pebble or Coolest are exceptions on Kickstarter. Most projects fall under the \$30k range. So if someone is preparing a Kickstarter they should never expect the million dollar plus result. You need to find a way to profit at every price level. Some people have a hard time even profiting on the million dollar plus projects. Just look at the trouble the Coolest people are running into on their ice chest project.

²¹ Kickstarter

I kontrast mot nyss nämnda konstnär kan presenteras Pebble, som år 2012 slog alla rekord på Kickstarter med sin kampanj “Pebble: E-Paper watch for Iphone and Android”. Under kampanjens gång bidrog 68 929 individer till att finansiera projektet. Vid kampanjens slutdatum hade 10 266 845 USD samlats ihop, en slutsumma bra mycket högre än Pebbles finansiella mål om 100 000 USD.²² Pebbles grundare, Eric Migicovsky, försökte förgäves sälja in sin idé till tio riskkapitalister, innan han tillslut lanserade sin kampanj på *Kickstarter*.²³ Efter detta har företaget fortsatt driva kampanjer genom *Kickstarter*, vilka alla har varit lyckade och resulterat i att de finansiella målen överskridits med flera hundra procent. Även Pebble hade belöningar som kan sägas motsvara förköp av den produkt de genom kampanjen söker finansiera. Bidragsgivarna gavs, en till antalet begränsad, möjlighet att få Pebbleklockan till ett lägre pris genom att erlægga ett bidrag i kampanjen istället för att vänta på eftersläppet av produkten.

²² Kickstarter, pebble e-paper watch

²³ Segall, Pebble, CNN Money

3 Introduktion till mervärdesskatten

3.1 Vad är moms och varför betalar vi den?

I Sverige betalar vi olika skatter för olika syften och situationer. Den offentliga sektorn är beroende av skattemedel för att finansiera sin verksamhet. I princip beskattas nästan alla inkomster med statlig och/eller kommunal inkomstskatt. Detta görs i syftet att med privata medel finansiera de kollektiva nyttigheter som stat och kommun tillhandahåller.²⁴ Mervärdesskatten, till skillnad från inkomstbeskattningen, är en konsumtionsskatt. Det är en skatt som belastar konsumenten vid köp. Syftet är således inte att någon i produktions- eller försäljningsledet skall bära kostnaden, varför det görs en skillnad mellan ingående och utgående moms. Varje mervärde som tillförs en produkt i ett led, utlöser en mervärdesskatt i form av utgående moms på de produkter/tjänster som ingår i företagets egen omsättning. Från den utgående skatten dras sedan den ingående skatten av, vilket är momsen på de inköp som gjorts i företaget. Tanken är att detta skall bli ett nollsummespel i varje led fram till konsumenten, där det totala mervärdet slutligen betalas när produkten köps.²⁵ Skälen bakom mervärdesskatten är bland annat att finansiera den offentliga verksamheten, således är skälen bakom moms till övervägande del fiskala. Skatten har dock i viss mån fördelningspolitiska syften, för att höja incitament till köp av vissa varor och sänka incitamenten till att vilja köpa andra.²⁶ Den låga skatten på varor som anses ha ett högt kulturellt värde, böcker etc., kan anges som exempel på produkter som beskattas lågt i syfte att öka benägenheten att konsumera dessa.

Fördelningspolitik har till syfte att fördela samhällets resurser²⁷, främst från personer med mycket tillgångar till personer med mindre eller inga tillgångar. Fördelningen kan exempelvis ske genom att inkomster i samhället beskattas och intäkterna från skatten sedan används som bidrag till personer i behov av ekonomiskt stöd. Samma tanke kan i viss mån sägas ligga bakom konsumtionsskatten²⁸, i det här fallet momsen, vilken

²⁴ Lodin, Inkomstskatt del 1 sid 1-5

²⁵ Skatteverkets handledning för mervärdesskatt 2013, s 72

²⁶ Lodin, Inkomstskatt del 1 sid 5-6

²⁷ NE uppslagsverk

²⁸ Ahlgren, Samhällsguiden: en handbok i offentlig service, s 341

belastar konsumtion och således främst de personer som har råd att konsumera mycket. En person som är skattskyldig för moms är inte den som faktiskt skall belastas för denna vid en försäljning, utan det är konsumenten som faktiskt betalar. Nu krävs, som framgått, även entreprenörer som använder belöningsbaserad crowdfunding på moms, vilket får ta formen av ett tillägg på de bidrag som entreprenören tar emot från bidragsgivarna (om bidragsgivaren får en belöning). En följd av att entreprenören ses som beskattningsbar person, oavsett i vilket syfte denna för sin kampanj, är att ett ytterligare utrymme om 25 procent måste tas i beräkning när det finansiella målet fastställs. Det finns en risk för att många entreprenörer som tidigare kunnat finansiera sina projekt via crowdfunding, kommer att förlora sina projekt till följd av att det finansiella målet sätts så högt att bidragen inte räcker till.

3.2 Momsdirektivet

Transaktioner, inom en medlemsstats territorium, som avser leverans av varor mot ersättning och som genomförs av någon som agerar i egenskap av beskattningsbar person, skall vara föremål för mervärdesskatt. Momsplikten gäller även vid gemenskapsinterna förvärv och vid import, enligt momsdirektivet artikel 2. I takt med att samhället förändras med nya handelskanaler på internet och utvecklade lösningar för finansiering, uppstår behovet av en anpassad lagstiftning för att möta dessa förändringar. Detta gäller även för crowdfundingfenomenet.

EU:s momskommitté kom i oktober 2015, enhälligt, i sina riktlinjer fram till att prestationer med monetär ersättning i gengäld, genom crowdfunding-plattformar, skall kvalificeras som beskattningsbara transaktioner. Varor och tjänster blir, i och med beslutet, objekt för mervärdesbeskattning enligt artikel 2 i momsdirektivet, under förutsättning att crowdfundingen leder till att användaren är en beskattningsbar person enligt momsdirektivets artikel 9. EU:s momskommitté kom också fram till att varor och tjänster som erbjuds i form av belöningar på crowdfunding-plattformar, i utbyte mot andra varor eller tjänster, skall kvalificeras som beskattningsbara transaktioner. Transaktionerna blir härmed objekt för mervärdesbeskattning enligt artikel 2 i momsdirektivet under förutsättning att crowdfundingen leder till att användaren är en beskattningsbar person enligt momsdirektivets artikel 9. Den samlade bedömningen i momskommittén var att det måste finnas en direkt koppling mellan de tjänster eller

produkter som utväxlas för ovan nämnd transaktion skall bli föremål för mervärdesbeskattning enligt artikel 2 i momsdirektivet. Huruvida samband föreligger eller ej, måste avgöras utifrån varje specifikt fall.²⁹

Enligt momsdirektivet artikel 9 är den som bedriver ekonomisk verksamhet en beskattningsbar person, detta oavsett var, i vilket syfte och med vilket resultat verksamheten bedrivs. Utöver producenter, handlare och leverantörers ekonomiska verksamhet, anses den som använder tillgångar i syfte att dessa skall generera vinster bedriva ekonomisk verksamhet. Det kan sägas, efter en överblick på exempelvis Kickstarters hemsida, att flertalet användare är personer som inte agerar inom ett bolag. Många användare har en hobbyverksamhet eller är ”dagssländor” som endast avser tillverka en enda produkt och många är universitetsstudenter som driver tillfälliga projekt.

I många fall, så som redovisats under 2.4.1, utgör belöningen en produkt som kan liknas med ett förköp. I förevarande fall är det svårt att värja sig mot att transaktionen vid belöningsbaserad crowdfunding är sådan, att den i skatterättslig mening bör medföra momsplikt hos den som omsätter produkten/tjänsten.

I momsdirektivet artikel 136 b stadgas att leverans av varor som inte berättigar till avdrag enligt artikel 176, utgör transaktioner som undantas skatteplikt. Rådet kan besluta om att utgifter av särskilt slag inte skall medföra rätt till avdrag för moms. Om ett sådant undantag appliceras på en transaktionstyp, så som belöningsbaserad crowdfunding, skulle entreprenörerna som är verksamma på dessa plattformar gå miste om sina momsavdrag på det inköpta materialet. Eventuellt kunde detta avskräcka de företag som kan tänkas utnyttja belöningsbaserad crowdfunding i syfte att uppnå momsfri försäljning.

3.3 Skatteverkets ställningstagande

För att underlätta rättstillämpningen och uppnå en konform tolkning av en särskild bestämmelse, kommer skatteverket med ställningstaganden i specifika skatterättsliga frågor. Ställningstaganden är riktlinjer för hur verket skall döma i en viss situation.

²⁹ Riktlinjer från EU:s momskommitté

Det är dock inte tvingande regler som måste tillämpas om skattedomstolarna är av annan uppfattning.³⁰

Den 25 januari 2016 meddelade skatteverket ett nytt ställningstagande *Crowdfunding* (*gräsrotsfinansiering*), *mervärdesskatt*, i vilken beslutats att villkorade motprestationer skall anses utgöra omsättning förutsatt att det finns en direkt koppling mellan vara/tjänst och ersättningen för denna. Kort sagt innebär ställningstagandet att det är slut med momsfri försäljning via crowdfundingplattformar. Ställningstagandet har sin grund i ett beslut från EU:s momskommitté från hösten 2015. Inga nya lagar har stadgats men riktlinjer för vad som anses förenligt med gällande rätt har givits ut. I ställningstagandet har även angetts att de plattformar crowdfundingaktörerna är verksamma på, är skattepliktiga för moms i egenskap av att de tillhandahåller elektroniska tjänster.³¹

³⁰ Håkansson, Skatteverkets ställningstaganden i rättsliga frågor, Skattenytt 2010

³¹ Skatteverkets ställningstagande, Dnr 131 23895-16/111

4 Gällande rätt

4.1 Omsättningsbegreppet i fokus

En vara som överlåts mot ersättning anses enligt 2 kap 1 § 1 p ML omsatt. Skattskyldigheten vid omsättning inträder, enligt 1 kap 3 § ML, i samband med att varan levererats eller när ersättningen för denna inflyter till den som omsätter varan. Omsättningsbegreppet har en central betydelse för huruvida en transaktion är momspliktig, det måste råda ett rättsligt förhållande mellan prestation och motprestation. Momsdirektivets uttryck “leverans av varor” i artikel 14.1 (motsvaras av det svenska “omsättning av varor”) är varken avhängig verksamhetens syfte eller dess resultat. Rekvisen har således en objektiv karaktär, varför orsaken bakom att en entreprenör använder belöningsbaserad crowdfunding förefaller irrelevant i diskussionen om transaktionen skall utlösa skattskyldighet för moms eller inte, förutsatt att bidraget åtföljs av en belöning av mer än symboliskt värde. För djupare förståelse för begreppens komplexitet, presenteras nu ett rättsfall i vilket förutsättningarna för omsättning utreds närmare. I fallet *C-16/93 R.J.Tolsma* bedömde EU-domstolen i frågan om en gatumusikants (Mr. Tolsma) musiserande utgjorde omsättning enligt momsdirektivet, vars tillämpning skulle medföra skatteplikt för moms. Bidrag från förbipasserande ansågs dock inte utgöra vederlag för musiken, dels eftersom att bidraget var frivilligt och opreciserat, dels eftersom att musiserandet skedde på en publik plats. Samtliga förbipasserande kunde ta del av musiken, varför inget rättsligt förhållande ansågs föreligga mellan bidragsgivarna och Mr Tolsma; musiken var inte ett direkt svar på bidraget, vilket således inte ansågs utgöra ersättning.³² Skatteverket har i sitt ställningstagande i momsfrågan beskrivit domen och anger i sin framställning, att när bidraget inte motiveras av motprestationen utan av subjektiva känslor hos bidragsgivaren anses det inte finnas någon koppling mellan motprestation och bidrag.³³

³² EU-domstolen, C-16/93 R.J.Tolsma

³³ Skatteverkets ställningstagande, Dnr: 131 23895-16/111

4.2 Skatterättsliga principer

4.2.1 Delnings- och huvudsaklighetsprincipen

Det är inte ovanligt att flera varor/tjänster tillhandahålls samtidigt, mot ett samlat vederlag. Det är heller inte ovanligt att de olika delarna har olika skattesats eller att endast en del av transaktionen medför moms. En prövning av ifall transaktionen skall ses som en omsättning eller delas blir därför relevant att göra. I första hand används den så kallade delningsprincipen, vilken innebär att varje enskild vara/tjänst som ingår i transaktionen skall beskattas för sig. Uppdelningen görs i de fall varor/tjänster har olika skattesats eller om transaktionen endast delvis medför moms. Kan den momspiktiga delen inte fastställas, skall enligt 7 kap 7 § ML en uppdelning göras efter skälig grund. Huvudsaklighetsprincipen, å andra sidan, framkommer inte ur lagtext men tillämpas i praxis, i de fall delningsprincipen inte kan användas. Enligt huvudsaklighetsprincip är det just transaktionens huvudsakliga karaktär som avgör bedömningen av skattesats och beskattningsunderlag för transaktionen.

Ett klassiskt exempel på en transaktion som innehåller två delar är försäljning av tidningar, till vilka ibland medföljer en CD-skiva eller liknande. I ett förhandsavgörande från den 3 maj 2002 avgjordes frågan om en sådan omsättning skall ses som en enda eller som två olika. Frågan var således om tidningen skulle beskattas med sex procent och CD-skivan med tjugofem procent, eller om en enhetlig beskattning borde göras. Enligt bedömningen i förhandsavgörandet ansågs CD-skivan ha ett så pass ringa värde (2 kr) i förhållande till tidningen (59 kr) den kom med, att beskattningsunderlaget skulle utgöras av de båda varorna samt beskattas enhetligt med sex procent.³⁴

Mervärdesskattesystemets funktion skall inte försämrats oavsett om en omsättning består av flera delar. Prestationen ska inte delas upp på ett konstgjort sätt. Omsättningen skall ses som en helhet under förutsättning att antingen flera delar tillsammans skall anses utgöra den huvudsakliga prestationen, eller en/flera underordnade (inte i sig efterfrågade av kunden) prestationer skattemässigt skall behandlas som den huvudsakliga.³⁵

³⁴ SOU 2005:57 Enhetlig eller differentierad mervärdesskatt, bilaga 3, s 248-250

³⁵ EU-domstolen, C-349/96 Card Protection Plan Ltd

4.2.2 Neutralitetsprincipen

För att citera skatteverket, syftar mervärdesskattesystemet till att “beskatta all ekonomisk verksamhet på ett neutralt sätt”.³⁶ Det är inte enkelt att finna en definition av neutralitetsprincipen och vad denna innebär. *Sonnerby* har dock i sin avhandling framhåvt flera författare som ställt upp riktlinjer och krav på begreppet. Bland annat nämns *Mattson*, som framhåller att beskattningen ska vara konsumtionsneutral; alla varor och tjänster som tillhandahålls ska ingå i skattebasen och värdering ska ske till marknadsvärdet.³⁷ *Sonnerby* nämner även fler författares åsikter, i vilka neutralitet betyder att momsens inte påverkar omsättningen eller konsumtionen och att momsens endast belastar det sista ledet av produktionskedjan. *Sonnerby* förmedlar ett antal ståndpunkter som kan anses vara centrala i avgörandet; mervärdesskatten ska vara generellt utformad och konkurrensneutral, samt tas ut på ett enhetligt sätt.³⁸ Det framhålls även i avhandlingen att neutralitetsprincipen får ett stort utrymme i EU-domstolens domar, trots att principen inte är en allmänrättslig princip. EU-domstolen tolkar EU-rätten i överrensstämmelse med neutralitetsprincipen, därav framstår den som central i flera domar.³⁹

I enlighet med de bakomliggande direktiven från EU är moms lagen en spegling av skatteneutralitetsprincipen, vilken ska hindra att konkurrerande produkter beskattas olika. Det EU-rättsliga regelverket är stommen för de principer som tillämpas på mervärdesskatteområdet. Enligt neutralitetsprincipen skall två varor/tjänster som ur konsumentens synvinkel är jämförbara, i mervärdesskattehänseende behandlas lika för att inte snedvrider konkurrensen. Produkterna behöver inte konkurrera med varandra för att principen om skatteneutralitet skall anses ha åsidosatts. Det behöver heller inte visas att en faktisk snedvridning av konkurrensen har skett. Vid bedömningen av om produkterna kan anses jämförbara, tas ingen hänsyn till identiteten hos den som tillhandahåller dem.⁴⁰ EU-domstolen har uttalat att den juridiska formen inte skall möjliggöra undantag från

³⁶ Skatteverkets handledning för mervärdesskatt 2013, s 56

³⁷ *Sonnerby*, Neutral uttagsbeskattning på mervärdesskatteområdet, s 78

³⁸ *Sonnerby*, Neutral uttagsbeskattning på mervärdesskatteområdet, s 79

³⁹ *Sonnerby*, Neutral uttagsbeskattning på mervärdesskatteområdet, s 47

⁴⁰ EU-domstolen, C-259/10 och C-260/10

skatteplikt av moms, i de fall aktörerna tillhandahåller varor och/eller tjänster som kan anses likställda.⁴¹

4.2.3 Likabehandlingsprincipen

Till skillnad från neutralitetsprincipen är likabehandlingsprincipen en allmän princip. Sådana principer kan utgöra tolkningsgrund, ogiltighetsgrund och skadestandsgrund.⁴² Såväl direkt som indirekt diskriminering är förbjuden enligt likabehandlingsprincipen, som säger att lika skall behandlas lika, och olika skall behandlas olika. I den EU-rättsliga lagstiftningen framkommer likabehandlingsprincipen på flera områden, på det skatterättsliga området i artikel 90 i EG-fördraget. Endast om det finns objektiva skäl för det, får medlemsstater tillämpa olika moms på liknande varor. Att skälen är objektiva innebär att de ej är knutna till produktens ursprung, att skattesatsen tillämpas på både inhemska och importerade varor, och att syftet med skatten inte är att indirekt skydda andra varor.⁴³ Ett centralt begrepp som återkommer är "liknande varor", vilket sett ur entreprenörens perspektiv vid belöningsbaserad crowdfunding torde säkerställa att den moms som kopplas till belöningen inte ska skilja sig i storlek från den moms som läggs på ersättningen för en motsvarande vara som säljs i butik.

4.3 Gåva

För att en transaktion skall vara att anse som gåva krävs att tre rekvisit är uppfyllda. Det första av dessa rekvisit är att en förmögenhetsöverföring skett. Det andra rekvisitet gäller frivillighet, transaktionen skall från givarens sida vara frivillig. Det sista rekvisitet är att det måste finnas en gåvoavsikt från givaren, denne skall med andra ord vara medveten om att motpartens förmögenhet kommer att berikas medan givarens egen minskar. Vissa transaktioner behöver utredas i frågan om de avser gåva eller ej, eftersom att alternativen leder till olika skatterättsliga konsekvenser. Är det en gåva blir transaktionen skattefri och mottagaren av gåvan träder därmed in i gåvogivarens skattemässiga situation.⁴⁴

⁴¹ EU-domstolen, C-216/97

⁴² Sonnerby, Neutral uttagsbeskattning på mervärdesskatteområdet, s 38

⁴³ EU-domstolen, C-200/85

⁴⁴ Molin och Svensson, Gåva - juridiken i praktiken, s 19

4.4 Uttag

Grunden i mervärdesbeskattningen är att om en vara eller tjänst omsätts i en verksamhet skall den ersättning som erläggs beskattas. Beskattningen skall ske med en förutbestämd procentuell skattesats på hela ersättningen. Tas varan eller tjänsten ut ur verksamheten till en lägre ersättning än den faktiska kostnaden för att köpa in varan eller utföra tjänsten, eller helt utan ersättning räknas det även då som omsättning. Detta leder i sin tur till att en uttagsbeskattningsskyldighet infaller enligt ML.

Anledningen till att uttagsbeskattning tas ut är för att förhindra att bolag skulle kunna undgå mervärdesbeskattning genom uttag av varor eller tjänster till för låga ersättningar eller ingen ersättning alls. Ett företag skulle, om det inte vore för uttagsbeskattningen, kunna undanta en vara från mervärdesbeskattning genom att göra avdrag för ingående moms och sedan ta ut varan ur verksamheten utan ersättning. Skulle en vara tas ur en verksamhet utan ersättning skulle följden bli att denna inte belastas med moms och någon reell skattebelastning skulle inte uppstå på grund av avdragsrätten. Beskattningsunderlaget för uttagsbeskattning beräknas på ett riktvärde, vilket är det belopp som i vanliga fall skulle kunna vara inköpspriset alternativt självkostnadspriset för varan eller tjänsten.⁴⁵ Utagsbeskattningen gällande mervärdesskatt skall således bara uppgå till den del mervärdesskatt tidigare dragits av,⁴⁶ i form av ingående moms, och inte som vid uttagsbeskattning gällande inkomstbeskattningen, som grundas på marknadsvärdet och därmed även beskattar en utebliven vinst.

4.5 Blandat fång

Enligt ovan presenterade ställningstagande, har beslutats att beskattningsunderlaget för moms vid belöningsbaserad crowdfunding skall utgöra hela bidraget som entreprenören mottar. Det skall således tas mindre hänsyn till gåvans proportion (dess verkliga värde) i förhållande till det monetära bidraget. Av detta följer att momsen dels kan bli lägre och dels kan bli högre, än vad den skulle varit på jämförbara varor som säljs i butik. Vi skall av den anledningen presentera en överblick på andra modeller som används för särskilda områden inom skatterätten.

⁴⁵ 7 kap 3 § p 2a-2b ML

⁴⁶ Prop. 1994/95:57 s 118

Det kan vid en avyttring av egendom föreligga oklarheter avseende hur egendomen skall anses avyttrad. Det kan röra sig om ett oneröst fång, vilket innebär att egendomen köpts alternativt byts mot annan egendom. Det kan också röra sig om ett benefikt fång, vilket innebär att ägandet övergår genom exempelvis arv eller gåva. Vid oneröst fång beskattas säljaren för kapitalvinsten och vid benefikt fång rör det sig om skattefria transaktioner. Oklarheterna som kan uppstå i bedömningen av vilket fång en transaktion skall klassificeras som, rör främst de tillfällen när egendom avyttras mot en köpeskillning som varken motsvarar taxerings- eller marknadsvärdet, vilket benämns blandat fång.⁴⁷ Beroende på hur transaktionen ser ut i fråga om omfång, varierar den skatterättsliga bedömningen. Det finns, ur skatterättsligt perspektiv, ingen enhetlig regel att tillgå och resultatet är olika beskattning för de olika transaktionstyperna.

Vid avyttring av fastigheter i de fall där köpeskillningen understiger marknads- och taxeringsvärdet tillämpas huvudsaklighetsprincipen, under förutsättning att de förmögenhetsrättsliga rekvisiten för gåvor är uppfyllda. De förmögenhetsrättsliga rekvisit som måste vara uppfyllda är att gåvan skall vara frivillig, att det finns en gåvoavsikt samt att en förmögenhetsöverföring faktiskt skett. Huvudsaklighetsprincipen innebär att en transaktion, i sin helhet, bedöms som antingen onerös eller benefik även om det i praktiken rör sig om en kombination.⁴⁸ Utgångspunkten vid bedömningen är överlåtelseårets taxeringsvärde. Understiger ersättningen taxeringsvärdet ses överlåtelsen, i sin helhet, som en gåva. Motsvarar eller överstiger ersättningen istället taxeringsvärdet ses överlåtelsen helt och hållet som ett köp.⁴⁹

När en överlåtelse inte omfattar en fastighet används istället delningsprincipen som till skillnad mot huvudsaklighetsprincipen tillåter att transaktionen klassificeras som ett blandat fång. Delningsprincipen fungerar så att om något köps för en lägre ersättning än marknadsvärdet så ses mellanskillnaden mellan ersättningen och marknadsvärdet som gåva och den del av köpet där ersättning utgått ses som köp. Exempelvis, marknadsvärdet på en bostadsrätt uppgår till 1 000 000 kronor och ersättningen för denna uppgår till 700 000 kronor. Bostadsrätten anses då såld till 70 procent medan resterande 30 procent anses

⁴⁷ Molin och Svensson, Gåva - juridiken i praktiken, s 16

⁴⁸ Molin och Svensson, Gåva - juridiken i praktiken, s 72

⁴⁹ Molin och Svensson, Gåva - juridiken i praktiken, s 73

givits som gåva. När det kommer till beskattning av en transaktion enligt exemplet så utlöser den i vanlig ordning kapitalvinstbeskattning. Eftersom gåvor inte beskattas är det endast den del av transaktionen som omfattar köp (700 000 kr) som skall kapitalvinstbeskattas, resterande del (300 000 kr) utlöser ingen kapitalvinstbeskattning. En gåvotagare inträder i givarens skattemässiga situation och beskattas således först vid en försäljning för en eventuell vinst.⁵⁰

Vi återkommer till detta under 4.7.2 för att vissa ifall och hur detta skulle kunna appliceras på belöningsbaserad crowdfunding ur ett momshänseende

4.6 Vinstmarginalbeskattning

I mervärdesskattelagen finns en särskild regel, vilken benämns vinstmarginalbeskattning. Vinstmarginalbeskattning innebär att beskattningsunderlaget för moms beräknas på skillnaden mellan en varas försäljningspris och inköpspris istället för att det beräknas på försäljningspriset som det vanligtvis gör annars. Grunden för vinstmarginalbeskattningen dubbel beskattning ska förhindras så långt det är möjligt. Möjligheten att tillämpa de särskilda reglerna gällande vinstmarginalbeskattning är dock begränsad. Det är i nuläget möjligt för två branscher att tillämpa dessa regler, som kan ses som en form av skattelättnad i jämförelse med de vanliga reglerna gällande mervärdesbeskattning. Branscherna som ges möjlighet att tillämpa vinstmarginalbeskattning är bland annat resebyråer och researrangörer som erbjuder resor inom EU, samt återförsäljare av begagnade varor m.m.

Innan reglerna om vinstmarginalbeskattning implementerades från EU-rätten tillämpades ett fiktivt momsavdrag.⁵¹ Det fiktivta avdraget gav återförsäljaren möjlighet att göra avdrag för ingående moms på den inköpta, begagnade varan trots att denna i praktiken undantas från momsplikt i köplet mellan den första konsumenten, som sedan säljer varan, och återförsäljaren. Det fiktiva momsavdraget grundade sig, precis som vinstmarginalbeskattningen, i att det vid återförsäljning av begagnade varor inte skall uppstå en dubbelbeskattning.⁵² En vara som sålts till en konsument är momspliktig till

⁵⁰ Molin och Svensson, Gåva – juridiken i praktiken, s 16

⁵¹ Forssén, Momshandboken, s 286

⁵² Prop. 1994/95:202 s 30

beskattningsunderlaget som då är detsamma som försäljningspriset. Finns det en andrahandsmarknad för samma vara är chansen stor att varan återförs till den kommersiella handeln genom att den säljs till en momspliktig återförsäljare, vilken säljer varan vidare till en konsument. Rent krasst är denna vara redan mervärdesbeskattad och ett momspålägg på hela försäljningspriset skulle således leda till att en och samma vara beskattats två gånger. Detta förhindrats genom möjligheten att tillämpa det fiktiva avdraget eller, i dagsläget, vinstmarginalbeskattning.

4.6.1 Försäljning av begagnade varor m.m.

Det är möjligt för personer som bedriver försäljning av begagnade varor, konstverk, samlarföremål eller antikviteter att tillämpa de särskilda reglerna om vinstmarginalbeskattning, något som är helt frivilligt. Det som krävs är att vissa kriterier är uppfyllda och dessa återfinns i 9a kap ML. Det är endast beskattningsbara återförsäljare, förutsatt att de förvärvat varorna av en icke beskattningsbar person, en person som tillämpar vinstmarginalbeskattning, upphovsman till konstverk (i enighet med 9a kap 5 § ML) eller dennes dödsbo, någon vars omsättning undantas beskattning på grund av avsaknad av avdagsrätt eller någon i annat EU-land som omfattas av mervärdesskattbefrielse för småföretagare enligt momsdirektivet, som har möjlighet att använda sig av dessa särskilda regler, och därmed undantas från de vanliga reglerna gällande mervärdesbeskattning.⁵³ Kriterier finns också för vad som krävs av varorna, att de måste vara begagnade, konstverk, samlarföremål eller antikviteter i enighet med beskrivningarna i 9a kap 4-7 §§ ML.

Det som torde vara den största anledningen till att en återförsäljare väljer att tillämpa de allmänna momsbestämmelserna är att alternativet kan bli en kostsam process. Återförsäljaren måste själv hålla reda på vilka varor som omfattas av vinstmarginalbeskattning⁵⁴ vilket kan bli tidskrävande och därmed kostsamt. Detta kan resultera i att återförsäljaren väljer att tillämpa de allmänna momsbestämmelserna på alla varor och således nyttja de allmänna avdragen för ingående moms.

Ur köparens synvinkel uppstår en väsentlig skillnad om vinstmarginalbeskattning tillämpas, i de fall köparen agerar i egenskap av näringsidkare. Dessa kommer inte kunna

⁵³ 9a kap 1§ ML

⁵⁴ Forssén, Momshandboken, s 285

använda den avdragsrätt som normalt gäller för ingående moms, eftersom återförsäljaren tillämpar vinstmarginalbeskattning och det därmed inte finns något momspålägg att dra av. Avdragsrätten förloras således i köparens led. Moms specificeras inte alls på fakturan från återförsäljaren för de varor som omfattas av vinstmarginalbeskattning.⁵⁵ Orsaken till detta är att den begagnade varan redan en gång tidigare har sålts inklusive moms, och således skulle ett ytterligare momspålägg innebära att varan beskattas för konsumtion två gånger.

4.6.2 Resetjänster

Det är också möjligt för resebyråer och researrangörer (fortsättningsvis benämnt endast researrangörer) som tillhandahåller resetjänster inom EU att tillämpa reglerna om vinstmarginalbeskattning och dessa regler återfinns i kap. 9b ML. Undantagsreglerna gäller för resor mellan Sverige och EU:s medlemsstater samt inrikesresor inom respektive EU-land. Vinstmarginalbeskattning får tillämpas på resetjänster som researrangören köpt in och sedan sålt vidare samt ifall dessa varor och tjänster förmedlats genom researrangören i dennes namn.⁵⁶ Det som undantas från rätten att tillämpa vinstmarginalbeskattningen är varor och tjänster som företaget själv producerat.

Det finns två metoder för att räkna ut beskattningsunderlaget, faktisk marginal eller schablonmarginal. Denna möjlighet finns eftersom det i vissa fall kan vara svårt att beräkna den faktiska marginalen på varje enskild resa. Researrangören avgör själv vilken metod denne vill använda, dock går det inte att byta metod under ett beskattningsår.⁵⁷

Enligt metoden för den faktiska marginalen beräknas beskattningsunderlaget på skillnaden mellan priset för resan, inklusive moms, och researrangörens kostnader för denna, inklusive moms. Det omfattar de varor och tjänster som konsumenten direkt får ta del av. De varor och tjänster som ingår är således allt det som konsumenten betalar för när det kommer till en resa. Det kan röra sig om transporter av olika slag, boende samt eventuella evenemang i form av exempelvis föreställningar eller inträden. Väljer researrangören att använda sig av schablonmarginal-metoden skall

⁵⁵ Forssén, Momshandboken, s 287

⁵⁶ Momsbrochyren Skatteveket 552, s 26

⁵⁷ Särskilda regler för vinstmarginalbeskattning på resetjänster, Skatteverket

beskattningsunderlaget beräknas till 13 procent, vilket anses vara en genomsnittlig vinstmarginal för just resetjänster,⁵⁸ av den totala intäkten för resetjänsten.

4.7 Analys

För att kunna gå vidare i diskussionen om moms vid belöningsbaserad crowdfunding, torde vår slutsats vara att de varor/tjänster som finansiären mottar är att se som omsatta. Vi anser, med hänvisning till det under 4.1 anförda, att så får anses vara fallet. De prestationer som når bidragsgivarna, uppfyller ML:s kriterier; de överlåts mot ersättning, ersättning (bidrag) som inte endast motiveras av bidragsgivarens subjektiva känslor (se Tolsma). Som framgått av de Kickstarterkampanjer vi presenterat, är belöningen en väsentlig del av finansiärernas beslut att finansiera eller inte, belöningen kan vara avgörande för kampanjens framgång. Trots att subjektiva känslor hos bidragsgivaren kan förekomma i sammanhanget, är dessa inte tillräckliga argument för en, i alla lägen, momsfri belöningsbaserad crowdfunding. Konsekvenserna av att göra belöningsbaserad crowdfunding fri från moms, torde vara att plattformarna skulle utnyttjas för försäljning av färdiga produkter, det vill säga ren och skär momsfri försäljning, vilket inte var syftet med finansieringsformen från början. Det strider helt klart mot neutralitetsprincipen att tillåta momsfri försäljning och kan helt klart orsaka en snedvridning av konkurrensen. Är det försvarbart att vem som helst får sälja sina produkter fria från moms, endast av det skäl att det sker via en särskild plattform? Med hänsyn till de skatterättsliga principerna och att all omsättning som sker i en ekonomisk verksamhet är skattepliktig för moms, ter det sig märkligt att försöka försvara en momsfri belöningsbaserad crowdfunding.

Problemet vi vill belysa är dock att många av de entreprenörer som nyttjar belöningsbaserad crowdfunding befinner sig i gränslandet mellan att vara företagare som söker finansiering och att ha rollen som försäljare. Detta innebär att belöningarna varierar i värde och inte alltid motsvarar en ren försäljning, varför när och i vilken omfattning momsplikten skall inträda bör ses som en skala snarare än ett alltid eller aldrig. Ett enkelt exempel på detta är ett bidrag om 1 000 kr för vilket bidragsgivaren får en t-shirt och en mugg, vilka i exemplet kan antas ha ett marknadsvärde om 200 kr. Bidragsgivaren är väl medveten om detta och skulle inte ha köpt varorna i butik för samma pris, utan väljer att ge bidraget med incitament att de ytterligare 800 kr utgör en gåva. De 200 kr borde enligt

⁵⁸Särskilda regler för vinstmarginalbeskattning på resetjänster, Skatteverket

oss författare vara föremål för moms, medan de resterande 800 kr bör behandlas som en gåva.

De befintliga momsreglerna är inte tillfredsställande för den vars utgångspunkt är att momsplikten vid bidragsbaserad crowdfunding rör sig på en skala. Som tidigare har lyfts fram i uppsatsen, anser skatteverket att det är det totala bidraget som momsen ska beräknas på. Eftersom att belöningsbaserad crowdfunding är en finansieringsform vilken än så länge främst används av privatpersoner och företag som har svårt att få lån hos banker eller riskkapitalister, borde distinktionen mellan köp och gåva göras. Den grupp vi talar om, utgör en grupp som enligt oss bör skyddas i den meningen att finansieringen till dessa bör underlättas.

Ponera en 23-årig student som i sitt examensarbete skall göra portabla solpaneler och finansiera sitt projekt via belöningsbaserad crowdfunding. Hen har tänkt tillverka tio solpaneler, varav fem utgör belöning till de första att ge 3 000 kr och de fem återstående ges till de fem följande som ger 5 000 kr. Övriga bidragsgivare kan ge 1 000 kr och får då en vetenskapstidning och en video om hur tillverkningen gått till. Det är inte ovanligt att kampanjerna är uppbyggda på det här viset, för att snabbt få igång kampanjen med tidiga bidragsgivare, vilkas bidrag får som följd att kampanjen uppmärksammas mer. Låt säga att det finansiella målet är 50 000 kr och att kampanjen lyckas efter utsatt tid. Pengarna krediteras bidragsgivarnas konton och produktionen av de portabla solpanelerna kan sätta igång. Låt oss säga att det tar två år att färdigställa solpanelerna och att dessa per styck är värda 4 000 kr. Hen driver, enligt momsdirektivet, ekonomisk verksamhet och dess omsättning är således skattepliktig för moms. Enligt skatteverkets ställningstagande skulle beskattningsunderlaget i exemplet utgöras av det totala bidraget, varför momsen på de fem första och de fem sista solpanelerna skulle bli olika. De fem första bidragsgivarna skulle endast betala 750 kr i moms, medan de fem sista skulle betala 1 250 kr i moms. Slutligen har vi de tio sista bidragsgivarna som får en tidning och en DVD som tack, en belöning som inte är av ringa värde men samtidigt inte står i proportion till bidraget om 1 000 kr. Momsen på denna belöning, torde enligt ställningstagande uppgå till 250 kr, baserat på det totala bidraget. För att kunna betala in momsen till staten, skulle det finansiella målet behövt vara 62 500 kr. Ett extra utrymme om 12 500 kr är i sammanhanget mycket, eftersom att entreprenören drar fördel av att sätta sitt finansiella mål så lågt som möjligt, då detta kräver att färre bidragsgivare ger för att projektet skall

lyckas. Entreprenören är beroende av den breda massan, vars incitament att bidra står i proportion till belöningen (och det bidrag som krävs för att få den) i högre grad än känslorna för entreprenören. Av detta följer att entreprenörens utrymme att höja bidragsnivåerna för att inkludera moms och samtidigt förefalla lockande i bidragsgivarens ögon, är mycket snävt. Tas belöningen bort från ekvationen fordras inte att moms betalas in till staten, men då riskerar entreprenören att förlora många bidragsgivare, och i förlängningen förlora sitt projekt.

När belöningen motsvarar en färdig produkt och bidraget kan likställas med ett förköp, är de flesta nog överens om att moms bör erläggas. Konsumtion skall beskattas. Enligt likabehandlingsprincipen skall lika behandlas lika och olika behandlas olika. Mot bakgrund av denna princip förefaller det märkligt att momsen vid belöningsbaserad crowdfunding skall beräknas på det totala bidraget från finansiärerna, oavsett motprestationens verkliga värde.

Självfallet kan en tillämpning av "blandat fång" och delningsprincipen ge upphov till ytterligare diskussion om vad som avses med verkligt värde i sammanhanget, dock borde detta vara en diskussion värd att ta. Särskilt viktig anser vi diskussionen vara, om syftet med det nya ställningstagandet är att all omsättning (oavsett vem som står bakom denna) skall belastas med mervärdesskatt, på ett enhetligt sätt och i överensstämmelse med gällande EU-rätt.

Vid belöningsbaserad crowdfunding händer det att bidragsgivare får mer än en vara/tjänst som belöning; skall dessa urskiljningslöst beskattas beräknat på det totala bidraget trots att belöningen består av varor med olika momssats? Några tydliga svar på detta går inte att utläsa ur skatteverkets ställningstagande. Vad som kan tala för att momspålägget skall baseras på bidraget i sin helhet är bland annat att bedömningen i annat fall kan bli subjektiv och förefalla godtycklig. Fastställs att det alltid är det totala bidraget som skall beläggas med moms, finns det åtminstone förutsebarhet i frågan. Om bidraget inte skall ses som ett försäljningspris, på vem skall det då ligga att bestämma det verkliga värdet av belöningen? Skatteverkets ställningstagande förefaller logiskt mot bakgrund av denna fråga. Att moms skall föreligga vid försäljning är aldrig något vi ifrågasatt och skatteverkets ställningstagande är något vi har full förståelse för, vi är dock inte tillfredställda av dess konsekvenser.

4.7.1 Gåva vid belöningsbaserad crowdfunding

Det kan diskuteras huruvida de förmögenhetsrättsliga rekvisiten för gåva är uppfyllda vid belöningsbaserad crowdfunding. Varje enskilt fall bör ses för sig, med tanke på att givaren kan ha olika avsikter med sin crowdfunding. Till att börja med ser vi till det första rekvisitet avseende förmögenhetsöverföring. Vid belöningsbaserad crowdfunding är det mest uppenbara exemplet det som även skatteverket undantar från momsplikten, det vill säga då belöningsvärdet är ringa i förhållande till bidraget. Om däremot belöningsvärdet överstiger bidraget sker en förmögenhetsöverföring åt motsatt håll, från crowdfundingaren till bidragsgivaren och bidraget kan inte i dessa fall anses utgöra gåvor.

Det andra kriteriet avser frivillighet. Eftersom bidragsgivaren själv avgör ifall han vill finansiera ett projekt på en crowdfundingplattform eller ej och dessutom är den som måste söka upp en viss kampanj, ter det sig långsökt att argumentera för ett förhållande där bidraget inte är frivilligt.

Gällande det tredje kriteriet, gåvoavsikten, torde även denna med största sannolikhet vara uppfylld med tanke på att båda parter måste handla aktivt för att respektive överföring ska ske. I de fall belöningsvärdet understiger bidraget såväl som marknadsvärdet för liknande varor, torde resterande del utgöra gåva eftersom att rekvisiten för sådan torde kunna anses vara uppfyllda.

Gåvor är i normalfallet skattefria vilket enligt kontinuitetsprincipen också gör dem icke avdragsgilla. Detta kan appliceras på belöningsbaserad crowdfunding på så sätt att många bidrag som ges vid just belöningsbaserad crowdfunding, enligt tidigare nämnda förmögenhetsrättsliga rekvisit, kan ses som gåvor. Detta leder i sin tur till att detta bidrag inte torde belastas med skatt, i alla fall inte till den del bidraget överstiger värdet på produkten.

4.7.2 Vinstmarginalbeskattning, uttagsbeskattning och blandat fång vid bidragsbaserad crowdfunding

Eftersom de skatterättsliga principerna behandlats ovan, görs prövningen av vinstmarginalbeskattningens tillämplighet på belöningsbaserad crowdfunding isolerad

från dessa. Reglerna om vinstmarginalbeskattning är särskilda regler som tillämpas på varor vilka har omsatts en gång tidigare, samlarföremål, begagnade varor, antikviteter och vissa konstverk. Att varorna omsatts tidigare innebär att de, låt oss generalisera, faktiskt även har beskattats för moms tidigare. Flera konsumenter skall inte betala konsumtionsskatt på samma vara flera gånger. Situationen vid belöningsbaserad crowdfunding ser dock annorlunda ut, eftersom varan (belöningen) som omsätts är ny föreligger inte någon risk att denna redan har beskattats för moms. Omsättning genom belöningsbaserad crowdfunding och omsättning av begagnade varor bör inte jämföras som transaktionstyp, det är däremot intressant att undersöka om vinstmarginalbeskattning som beskattningsverktyg skulle kunna tillämpas på belöningsbaserad crowdfunding. Ofta är vinsten från belöningsbaserad crowdfunding, om existerande, mycket låg. Detta torde indikera att utrymmet för ett högre finansieringsmål är trångt. Om det istället var vinstmarginalen som beskattades, skulle de små företagen slippa hantera och räkna med momsen och de större företagen skulle inte kunna utnyttja crowdfundingplattformarna för momsfri försäljning (vilket de anklagats för) eftersom all eventuell vinst skulle vara skattepliktig, dels för moms och dels för bolagsskatt/inkomstskatt. Ponera att vinsten från en kampanj är 100 kr, denna skulle således beskattas först med 25 procent och sedan med 22- eller 30 procent beroende på i vilken associationsform entreprenören driver sin kampanj igenom.

Med hänsyn till motiven bakom de särskilda reglerna i ML, skulle det inte vara lämpligt att omfatta belöningsbaserad crowdfunding av 9a kapitlet i ML. Reglerna gäller dessutom särskilda varor, inte ett visst sätt att genomföra en transaktion. En följd av att varorna undantas den vanliga momsregleringen, är att den som säljer varorna inte heller har någon avdragsrätt för ingående moms. Likaså skulle, i ett scenario där vinstmarginalbeskattning tillämpas för beskattning av belöningsbaserad crowdfunding, någon avdragsrätt inte föreligga i samband med inköp kopplade till den belöning bidragsgivarna får. I detta scenario kan reglerna dessvärre kringgås av koncerner, genom att inköp sker i ett dotterbolag (med avdragsrätt) och crowdfundingkampanjen sker genom ett annat.

Vad gäller de regler som fanns innan vinstmarginalbeskattningen, det fiktiva avdraget, torde inte dessa vara möjliga att tillämpa som mervärdesbeskattning av belöningsbaserad crowdfunding. Ett fiktivt avdrag fungerar endast när en möjlighet till avdrag för ingående

moms saknas, med andra ord när varor eller tjänster förvärvas av någon med skattskyldighet för moms, från någon som saknar skattskyldighet för moms. Tanken med ett fiktivt avdrag är att möjliggöra ett avdrag, på en vara som egentligen inte medför avdragsrätt. En entreprenör som använder sig av crowdfunding, kommer troligtvis att göra sina inköp av varor som de facto medför avdragsrätt, varför den tidigare regleringen är irrelevant för belöningsbaserad crowdfunding. Det krävs således ingen särskild reglering i och med att någon som är skattskyldig för moms, i normalfallet, per automatik har avdragsrätt för ingående moms, ett fiktivt avdrag skulle således vara överflödigt eftersom varor och tjänster troligtvis förvärvas av skattskyldiga personer.

En parallell kan dras mellan skatteverkets ställningstagande och huvudsaklighetsprincipen. Crowdfunding skall antingen mervärdesbeskattas till hela beloppet eller inte alls. En belöning ses som en gåva om den endast är av ringa värde och finansieringen blir således skattefri. Är belöningen däremot inte av ringa värde klassificeras finansieringen som ersättning och skall således mervärdesbeskattas, till hela finansieringsbeloppet. Detta är huvudsaklighetsprincipen på så sätt att antingen är hela finansieringen skattefri eller också beskattas hela. Det som tas i beaktande vid bedömningen av om belöningsbaserad crowdfunding skall beläggas med mervärdesskatt är belöningens storlek i motsats till exempelvis vid fastighetsköp där det är ersättningens storlek som avgör.

Frågan vi ställer oss nu är om det istället skulle kunna vara aktuellt med någonting liknande delningsprincipen? Ett alternativ skulle enligt oss kunna innebära att endast momsbelägga den del av finansieringen som motsvarar produkten och dess produktionsvärde. På så sätt undviks en ojämn mervärdesbeskattning, i form av att oproportionellt höga summor skall betalas i moms i de fall belöningen inte står i proportion till finansieringen, utan att utesluta moms helt. Skulle denna uppdelning tillämpas skulle inspiration kunna hämtas ur uttagsbeskattningen, vilken inte har till syfte att beskatta en utebliven vinst, utan endast taxerings- eller inköpsvärdet. En beskattning av belöningens värde skulle dock inte lösa problemet att vissa företagare använder crowdfunding som momsfri försäljning eftersom vinsten därmed skulle bli momsfri. Detta skulle för dessa företagare fortfarande vara fördelaktigt då det innebär en lägre beskattning än vid ”vanlig” försäljning av varor och tjänster. Att tillämpa uttagsbeskattning är således inte det optimala alternativet, eftersom denna skapar

incitament att hellre sälja sin produkt via en crowdfundingplattform än i en vanlig butik. Motsatsvis är risken att det som följd av skatteverkets ställningstagande blir en högre moms vid belöningsbaserad crowdfunding än i den vanliga handeln, så att entreprenörer inte längre vill använda dessa plattformar.

4.7.3 Särskild reglering överflödig?

Det vi i detta avsnitt avser belysa, är att det finns regler särskilt anpassade för tillväxtföretag och om dessa eventuellt medför att en särskild reglering för belöningsbaserad crowdfunding är överflödig. En jämförelse kan göras med de regler om investeraravdrag som införts, vilka syftar till att göra investeringar i tillväxtföretag mer lockande. Vad gäller investeraravdraget skall kontant kapital utbytas mot nya aktier i bolaget, för att investeraren skall få göra avdraget. Dessutom måste investeraren behålla aktierna i minst fem år, annars blir denne skyldig att betala tillbaka avdraget.⁵⁹ Reglerna är mer uttömmande än som presenteras här, men principen vi vill understryka är den att särskilda regleringar införts för att det skall bli mer lockande att investera kapital i mindre tillväxtföretag med hög risk, för att således underlätta för dessa företag att få kontant kapital. Genom investeringen kommer investeraren att få utdelningar tillbaka (vilka beskattas) men samtidigt får göra avdrag mot skatten för viss del av de investerade pengarna. Det är inte fullständigt långsökt att dra slutsatsen att det i dessa situationer inte är den "vanliga Svensson" som investerar. Det är många gånger riskkapitalister, vissa har en koppling till företagaren eller åtminstone har ett intresse för affärer som har möjlighet att tillämpa dessa regler. I andra änden, är de som enligt vår uppfattning kan ta del av investeraravdragen, är en annan grupp av företagare/entreprenörer än de som använder belöningsbaserad crowdfunding som finansieringsform. Ett av kraven på de företag som kan motta en investering som omfattas av investeraravdraget, är att företaget skall ha ett löneunderlag om minst 300 000 kr under beskattningsåret⁶⁰, vilket gör att en stor del crowdfunding-aktiva faller bort. Investeraravdraget kan således inte anses vara en motsvarande möjlighet att locka privata investerare att bidra med kapital, jämfört med vad en reglering specifikt anpassad för belöningsbaserad crowdfunding skulle kunna uppnå.

⁵⁹ Investeraravdraget – tänk på, Företagarna Opinion Tillväxt

⁶⁰ Skatteverket, Rättslig vägledning, investeraravdraget

Eftersom investeraren måste behålla sina aktier i minst fem år, finns ett mått av långsiktighet i beslutet att finansiera, vilket troligtvis saknas hos bidragsgivaren vid belöningsbaserad crowdfunding även om det kan ta flera år innan bidragsgivaren får sin belöning.

5 De lege ferenda

5.1 Skattelättnadsregler för småföretagare

Förvisso är det inte samma skäl som de vi betonar för en specifik reglering av belöningsbaserad crowdfunding (det vill säga att underlätta finansieringen till mindre verksamheter) som ligger till grund för momsdirektivets skattelättnadsregler, dock skulle en tillämpning av dessa kunna ha en positiv effekt även vid belöningsbaserad crowdfunding. I nuläget står möjligheten att tillämpa dessa regler outnyttjad, men en promemoria om förslag till ändring av rättsläget har givits ut av skatteverket 2016.

5.1.1 Momsdirektivets artiklar 281-291

I det ovan nämnda momsdirektivet, har Rådet gett medlemsländerna en möjlighet att tillämpa skattelättnadsregler för småföretagare vars omsättning inte överstiger en fastställd gräns. Artiklarna 281-291 i momsdirektivet anger under vilka förutsättningar sådana lättnadsregler får införas. Sverige har i direktivets artikel 287 getts en möjlighet besluta om skattebefrielse från moms för småföretagare med en omsättning om max 10 000 ecu. Enligt beräkningskursen vid regelns införande, motsvarar detta en årsomsättning om 91 500 kr.⁶¹ Skattebefrielsen gäller för beskattningsbara personer, med undantag av sådana transaktioner som anges i artikel 12. Andra EU-länder har valt att utnyttja dessa regler men ännu är Sverige tillsammans med Nederländerna och Spanien, de enda länder som inte valt att utnyttja dessa regler. Motiven bakom artiklarna, är att små företag, som följd av dess verksamhet eller organisation, kan ha svårigheter med momsreglerna i dess traditionella betydelse, exempelvis genom den ökade arbetsbördan vid momsbookföringen.

5.1.2 Promemoria om beloppsgräns för mervärdesskatt

I de regler som gällde före den 1 juli 2013, fanns i ML ett undantag från momsplikt för sådan verksamhet som enligt IL:s definition inte var att se som näringsverksamhet. Denna beloppsregel om 30 000 kr avsåg *yrkesmässig verksamhet*. Således har det nya begreppet *ekonomisk verksamhet* i ML inte någon motsvarande beloppsgräns för skatt. Skatteverket har i en promemoria per den 21 mars 2016, presenterat ett förslag om

⁶¹ Förslag om omsättningsgränser, s 15

ändring av ML vari skall införas ett nytt kapitel, 9d, med en beloppsgräns för beskattningsbara personers skatteplikt för moms. De som skulle omfattas av en sådan reglering är beskattningsbara personer, vars verksamhet inte genererar en årlig omsättning om mer än 30 000 kr. Om förutsättningarna för skattebefrielse är uppfyllda, behöver den som inte är registrerad för moms inte ansöka om skattebefrielse. Skattebefrielsen är automatisk baserad på omsättningen, vilket innebär att när en verksamhet har en omsättning som under innevarande år överstiger 30 000 kr upphör befrielsen och mervärdesskatt skall tas ut. För den som redan registrerat sin omsättning gäller skattebefrielsen först efter en ansökan, samt om årsomsättningen under de två föregående åren som mest varit 30 000 kr per år. Ytterligare en förutsättning för skattebefrielsen är att omsättningen skett i Sverige, således omfattas försäljning till annat medlemsland om säljaren är etablerad i och varan vid försäljning befinner sig i Sverige.⁶² Följden av sådan skattebefrielse, är att den beskattningsbara personen inte är berättigad att göra avdrag för moms på de varor som denne förvärvar till sin verksamhet. Skattebefrielsen torde således komma att utnyttjas av verksamheter vars utgående moms är större än den ingående.

Företagarna, som representant för Svenskt näringsliv, skrev i juni 2015 ett förslag angående införandet av en omsättningsgräns för moms. I förslaget angav de att en gräns om 100 000 kr skulle förenkla för de små företagen. Motiven bakom förslaget sas vara att bokföringen är krånglig och arbetsbördan stor för de små företagen, hanteringen vid faktureringen är svår och likaså redovisningen av momsnettot till skatteverket.⁶³

5.1.2.1 Konsekvensanalys

I den av skatteverket utfärdade promemorian framställs vilka konsekvenser ikraftträdandet av förslaget, om en omsättningsgräns, skulle få. Det angavs att följden av en sådan lagändring beräknas innebära att 73 000 företagare inte kommer att redovisa moms, vilket motsvarar 277 mkr i minskade intäkter till staten. Som jämförelse kan nämnas, att en omsättningsgräns om 90 000 kr motsvarar en dubbling av antalet beskattningsbara personer som förväntas vilja omfattas av skattebefrielsen. Detta leder i sin tur till den statsfinansiella effekten att staten går miste om 900 000 kr i momsintäkter.

⁶² Melz och Kristoffersson, Mervärdesskatt, kap 5.2

⁶³ Bra med omsättningsgräns, Företagarnas nyhetsarkiv 2015

5.2 Belöningsbaserad crowdfunding i framtiden

Kan det under 5.1.2 presenterade förslaget om en beloppsgräns för mervärdesskatt ta udden av momsproblematiken vid belöningsbaserad crowdfunding? Företagare med en omsättning om högst 30 000 kr skulle kunna använda crowdfunding som finansieringsverktyg utan att ta momsen med i beräkning. Företagare med en högsta omsättning om 30 000 kr torde dock inte kunna försörja sig på sitt företag, varför denna regel främst skulle gynna privatpersoner och hobbyverksamheter. Beloppsgränsen bör enligt vår mening införas, men kan inte anses vara ett substitut för en ny lag om belöningsbaserad crowdfunding. Vi tror inte att beloppsgränsen skulle träffa tillräckligt många entreprenörer att effekterna skulle uppfattas som tillfredsställande. Sett isolerat till belöningsbaserad crowdfunding torde beloppsgränsen göra sig bäst i förening med en ny lagstiftning alternativt en omformulering av skatteverkets ställningstagande.

Som tidigare nämnts är skatteverkets ställningstagande inte stadgat i lag, och det finns ännu inga rättsfall där frågan om hur momsen vid belöningsbaserad crowdfunding i praktiken skall behandlas. Det är därför svårt att säga vilka effekter ställningstagandet kommer att få, eftersom domstolarnas tolkning kommer att bana väg för den fortsatta synen på och tillämpningen av ställningstagandet. Som följd av att vi lever i en rättsstat, där förutsebarheten i rättssystemet spelar en stor roll för individens beslutsfattande, kommer ett prejudikat att (i mångt och mycket) vara avgörande för kommande domar. För att, så långt som möjligt, undvika godtyckliga domslut torde det bästa alternativet vara att skapa "rätt" förutsättningar för domstolarna genom att stifta nya lagar i takt med att nya samhällsliga företeelser uppkommer. En ytterligare aspekt, som Harry C. Bredemeier skriver om, är att rättsväsendet syftar till att i en tvist presentera en vinnare och en förlorare, ena parten har rätt och den andra parten har fel.⁶⁴ Detta kan, enligt oss, innebära att utan en särskild lagstiftning för ett ändamål vari nyanser kan skildras, måste andra lagar tjäna som rättesnöre och därmed inskränka den skala av rätt eller fel som en för ett specifikt ändamål stiftad lag faktiskt kan medföra.

Regelverket måste vara utformat så, att det inte är möjligt för ett företag att som affärsidé göra sin försäljning via crowdfundingplattformar allenast i syfte att undvika momsen och

⁶⁴ Harry C. Bredemeier, 'Law as an Integrative Mechanism' ur *Law and Sociology*, free press of Glencoe 1962 s. 73-88

således vinna konkurrensfördelar. Målet för en entreprenör verksam på en crowdfundingplattform, bör vara att göra sig sedd och finansiera den idé som det tidigare varit omöjligt att finansiera. En del av den problematik vi ser framträda ur diskussionen om moms vid belöningsbaserad crowdfunding, är att flera parter har olika incitament till att använda finansieringsformen. Därav har de även olika preferenser i fråga om hur reglerna bör se ut vid en eventuell lagstiftning om belöningsbaserad crowdfunding. Det går att urskilja tre intressen vilka kommer från tre olika parter; skatteverket som vill beskatta det totala bidraget, de mindre företagen som vill finansiera sin idé och de etablerade företagen som vill undgå moms på sin försäljning. Notera att detta är en generalisering, som vi dock låter göras för att göra resonemanget lättare att följa. Problematiken ligger enligt vår mening förvisso i att avgöra vems intresse som är mest skyddsvärt, men främst i att avgöra när och på vilket underlag momsen ska tas ut vid belöningsbaserad crowdfunding på ett sätt som är förenligt med momsdirektivet och de skatterättsliga principerna.

Ur diskussionen om skyddsvärda intressen anser vi att den momsfria försäljning som vissa företag önskar uppnå kan tas från ekvationen, det är inte på något sätt förenligt med gällande rätt att tillåta detta. Vad gäller skatteverkets intresse av att beskattningsunderlaget består av hela bidraget, oavsett hur stor del därav som kan härledas till belöningen, måste hänsyn tas till de skatterättsliga principer. Neutralitetsprincipen är, som framhållits under avsnitt 4.2.2, inte överordnad momsdirektivet. Detta torde dock inte medföra att principen inte kan vara vägledande och av stor vikt vid formuleringen av skatteverkets ställningstagande eller vid stadgandet av en ny lag.

5.2.1 En ny reglering

Som vi ser det, bör antingen skatteverkets ställningstagande formuleras om eller en lag specifikt för belöningsbaserad crowdfunding stiftas. Avseende skatteverkets ställningstagande är kravet att detta måste formuleras inom ramen för direktivet från EU, och det som torde kunna förändras i ställningstagandet är synen på beskattningsunderlaget. Den mest gynnsamma lösningen torde vara att beskatta marknadsvärdet på de belöningar som ges ut vid belöningsbaserad crowdfunding, medan bidragsdelen som överstiger detta värde torde ses som en gåva som således är skattefri. På så vis efterlevs de skatterättsliga neutralitetsprincipen och likabehandlingsprincipen på

ett bättre sätt än i nuläget, eftersom att liknande varor från butik och från crowdfunding beskattas så lika som möjligt. De rent skattemässiga incitamenten att välja det ena eller andra försäljningsalternativet torde också jämnas ut om beskattningsunderlaget var detsamma.

Det negativa med att nöja sig med en omformulering av ställningstagandet, är att detta inte fångar upp andra aspekter av belöningsbaserad crowdfunding än beskattningsunderlaget. En ny lagstiftning skulle kunna ta med alla aspekter, såväl konsumentskyddet som krav på entreprenören att redovisa sin process på ett öppet sätt (eftersom att detta är en förutsättning på de flesta plattformar). I denna uppsats begränsar vi dock till diskussionen om momsens vid belöningsbaserad crowdfunding. I en ny lag ser vi gärna beskattningsunderlaget utgöras av den del som överstiger det finansiella mål som entreprenören ställer upp för att slutföra sin kampanj. Grunden för det finansiella målet skulle behöva redovisas noggrant och motsvaras av den summa som behövs för att förverkliga entreprenörens idé. Alla bidrag som inflyter efter att det finansiella målet är nåt, skall beläggas med moms. En följd av detta torde bli att entreprenören inte har någon avdragsrätt för den ingående moms som är hänförlig till det finansiella målet. Detta alternativ skulle medföra att det mervärde som entreprenören tillför inte tas med i beräkning. Förvisso innebär detta ett avsteg från det förhållande att varje led i produktionskedjan ska mervärdesbeskattas, men med hänsyn till crowdfunding som en finansieringsform torde avsteget vara berättigat enligt oss. Alternativt kunde en ny lagstiftning formuleras utifrån skatteverkets ställningstagande, dock med utgångspunkt att beskattningsunderlaget utgörs av marknadsvärdet på belöningarna, så som nämnts ovan. Detta sista alternativ torde kunna införas inom ramen för EU:s momsdirektiv, och således ett alternativ som kan leda till nationell lagstiftning utan att föregås av nya EU-direktiv.

6 Slutord

Vi har i den här uppsatsen konstaterat att ML inte är ett optimalt regelverk för belöningsbaserad crowdfunding, men att dess frånvaro inte heller ger optimala effekter. Momsplikten bör föranledas av all omsättning och att denna sker genom en viss plattform kan inte anses vara skäl nog att undanta den från momsplikt. De särskilda regler som finns i ML har stiftats för att undvika dubbel momsbeskattning, vilket dock inte är en risk vid belöningsbaserad crowdfunding som således inte bör omfattas av dessa särskilda regler. Vid en närmare undersökning av förslaget om att tillämpa artiklarna 281-291, har vi funnit att dessa inte löser den problematik som redogjorts för i denna uppsats. Slutligen anser vi, för att effekten av skatteverkets nya ställningstagande inte skall bli att kapitalanskaffningen i mindre verksamheter försvåras eller att momspålägget vid belöningsbaserad crowdfunding blir högre eller lägre än vid "vanlig handel", en ny lag för belöningsbaserad crowdfunding bör stiftas eller att skatteverkets ställningstagande formuleras om.

7 Referenslista

7.1 Litteratur

Dresner, Steven, *Crowdfunding: a guide to raising capital on the internet*, 1 uppl, John Wiley & Sons, Hoboken, N.J., 2014

Forssén, Björn, *Momshandboken*, 2 uppl, Nordstedts Juridik, Stockholm, 2001

Kleerup, Jan, Kristoffersson, Eleonore, Öberg, Jesper, *Mervärdesskatt i teori och i praktik*, 5 uppl, Wolters Kluwer, Stockholm, 2016

Lodin, Sven-Olof, Lindencrona, Gustav, Melz, Peter, Silberberg, Christer, Simon-Almendal, Teresa, *Inkomstbeskattning – en handbok i skatterätt Del 1 och 2*, 15 uppl, Studentlitteratur, Lund, 2015

Melz, Peter och Kristoffersson, Eleonor, *Mervärdesskatt*, 18 uppl, Iustus, Uppsala, 2013

Molin, Anna och Svenson, Ulf, *Gåva - juridiken i praktiken*, 1 uppl, Björn Lundén Information, Näsviken, 2010

Bredemeier, Harry C., *Law and sociology*, free press of Glencoe 1962

7.1.1 Artiklar

Skattenytt 2010, Ingvar Håkansson, Skatteverkets ställningstaganden i rättsliga frågor

California management review, Winter2016, Vol. 58 Issue 2, p88-110. 23p, “What goes around comes around”

CNN Money, Laurie Segall, \$7 million Pebble watch shatters Kickstarter records, 2012-05-02

7.2 Rättsfallsregister

7.2.1 EU-domstolen

Mål nr C-110/94, 1996-02-29

Mål nr C-16/93, 1994-01-20 (Gatumusikanten)

Mål nr C-200/85, 1986-12-16

Mål nr C-216/97, 1999-09-07

Mål nr C-259/10 & C-260/10, 2011-11-10

Mål nr C-349/96, 1999-02-25 (Card Protection Plan Ltd)

7.3 Offentliga tryck

Europeiska unionens råds direktiv 2006/112/EG

Momsbrochuren Skatteverket 552, utgiven april 2016

Skatteverket, *Handledning för mervärdesskatt 2013 Del 1 & 2*, publ 2013

Skatteverkets ställningstagande, Dnr 131 23895-16/111, 2016-01-25

Förslag om omsättningsgränser

7.3.1 Propositioner

Prop. 1994/95:57 Mervärdesskatten och EG

Prop. 1994/95:202 Mervärdesskatten på omsättning av begagnade varor, m.m.

7.3.2 Statens offentliga utredningar

SOU 2005:57 Enhetlig eller differentierad mervärdesskatt

7.4 Internet

https://pro-karnovgroup-se.e.bibl.liu.se/document/529588/1#SFS1994-0200_N2

http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/key_documents/vat_committee/guidelines-vat-committee-meetings_en.pdf (hämtad 2016-04-04)

<http://www.ne.se.e.bibl.liu.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/fördelningspolitik> (hämtad 2016-04-01)

<https://www.crowdfunder.com/blog/about-crowdfunder/> (hämtad 2016-04-07)

<https://www.kickstarter.com/blog/kickstarter-before-kickstarter?ref=hello> (hämtad 2016-04-07)

<https://www.kickstarter.com/help/faq/Kickstarter%20Basics?ref=press> (hämtad 2016-04-07)

<https://www.kickstarter.com/profile/134284667> (hämtad 2016-04-07)

<https://www.kickstarter.com/projects/597507018/pebble-e-paper-watch-for-iphone-and-android/description> (hämtad 2016-04-13)

<https://www.kickstarter.com/projects/kungfury/kung-fury> (hämtad 2016-04-13)

<https://www.kickstarter.com/rules> (hämtad 2016-04-07)

www.kiva.org/about (hämtad 2016-04-05)

<https://www.skatteverket.se/foretagorganisationer/moms/sarskildareglerforvissavarortjanster/resetjanstervinstmarginalbeskattning.4.58d555751259e4d6616800010676.html#Laser> (hämtad 2016-04-18)

<https://www.skatteverket.se/foretagorganisationer/moms/sarskildareglerforvissavarortjanster/begagnadevarormmvinstmarginalbeskattning.4.58d555751259e4d6616800010756.html> (hämtad 2016-04-18)

<http://www.skatteverket.se/privat/skatter/vardepapper/investeraravdrag.4.10cbb69314111c2d94ba38b.html?q=investeraravdrag> (hämtad 2016-04-27)

<http://www4.skatteverket.se/rattsligvagledning/352535.html?date=2016-01-25> (hämtad 2016-01-29)

<http://www.foretagarna.se/Opinion/Nyhetsarkiv/2015/juni/bra-med-omsattningsgrans/>
(Hämtad 2016-05-01)

<http://www.foretagarna.se/Opinion/Tillvaxt/Investeraravdrag/Investeraravdraget---Tank-pa/> (Hämtad 2016-04-03)

<http://www.crowdsourcing.org/editorial/global-crowdfunding-market-to-reach-344b-in-2015-predicts-massolutions-2015cf-industry-report/45376> (Hämtad 2016-04-17)