

# Kundepleie – naviger riktig i skattereglene

Håndterer man ikke skattereglene riktig, kan relasjoner ødelegges av førstesider der ord som «smøring» og «korrupsjon» brukes. I denne artikkelen skal vi fokusere på hvordan man navigerer i vanskelige kundepleieregler.

Artikkelen er forfattet av:



Direktør  
Therese Karoline Gjerde  
Advokatfirmaet PwC



Partner  
Erlend Nørstebo  
Advokatfirmaet PwC

## Hva er kundepleie?

Skatterettslig er det riktige begrepet «representasjon», men som nevnt er det også andre begreper som brukes, ofte i en negativ kontekst. Hva er så innholdet av dette? I Ot.prp. nr. 10 (1973-74) er representasjon definert som:

«Utgifter som en bedrift pådrar seg for å få sluttet forretninger eller for å knytte eller bevare forretningsforbindelser. Det dreier seg således om utgifter som en bedrift har utad overfor personer som ikke er knyttet som medarbeider[e] til bedriften.»

Dette er et viktig utgangspunkt å ha med seg når man skal håndtere regelverket skatterettslig. Det går et tydelig skille mellom de reglene som gjelder påspandring av egne ansatte og de reglene som gjelder andre.

## Avskåret fradragsrett, men noen små unntak

Fradragsretten for kundepleie (representasjon) er positivt avskåret i skatteloven § 6-21. Om noen skulle være i tvil, er det heller ikke fradragsrett for bestikkelse, som jo representasjon i sin ytterste konsekvens også kan være (skatteloven § 6-22).

Det er imidlertid noen små, men praktiske unntak fra denne hovedregelen som det kan være greit å vite om, beskrevet nedenfor.

## Unntak for enkel bevertning

I Forskrift til skatteloven § 6-21-2 er det åpnet for fradragsrett for kostnader til enkel bevertning. Bevertningen må finne sted i arbeidstiden eller i «umiddelbar forbindelse» med forhandlinger, demonstrasjon av varer e.l. – det må altså være en virksomhetsrelatert setting. Bevertningen må skje på arbeidstid, for eksempel i bedriftens kantine eller det serveres mat på et møterom, eller annet serveringssted i nærheten dersom det ikke er rimelige serveringsmuligheter på arbeidstid. Slik bestemmelsen står, må man innnta måltidet på arbeidstid dersom det er mulig. Alternativet, et spisested i nærheten, innebærer etter ordlyden at man ikke kan ta med seg selskapet i en taxi til et sted som ligger mye lenger unna. I praksis er det nok slik at man ikke alltid bruker arbeidstid selv om det er mulig, og heller ikke alltid nærmeste spisested. Ut i fra tilgjengelig ligningspraksis ser det heller ikke ut som om en eventuell forskjell på teori og



*BARE PEANØTTER: Når det bare serveres øl og peanøtter, regnes ikke peanøttene som mat.*

praksis håndheves strengt av skattemyndighetene, og det kan jo også diskuteres hva som er «i nærheten».

Unntaket gjelder bevertning, og det betyr at det må serveres mat. Drikke til maten er selvsagt helt greit (og servering av bare peanøtter regnes ikke som mat), men det kan ikke serveres brennevin. Øl og vin er derimot tillatt som drikke til maten.

Utgiftene pr. deltaker kan, for at fradragsretten skal være i behold, ikke overstige 421 kroner (Takseringsreglene 2013). Dette beløpet er skrevet i stein. En krone over betyr at hele beløpet er avskåret fra fradrag. For kontrollformål må bilaget inneholde navn på deltakerne slik at beløpet kan kontrolleres.

## Unntak for kunders reiser

Et selskap kan dekke kunders «Reiser i anledning av fremvisning av varekolleksjoner og lignende når dette er formålstjenlig fordi vareutvalget er av slikt omfang og beskaffenhet at det vanskelig lar seg gjøre å foreta hensiktsmessig fremvisning andre steder» (forskriftens § 6-21-2 4. ledd). Utgiftene må ligge innenfor statens satser. God dokumentasjon på at vilkårene er til stede, anbefales. Det samme gjelder dokumentasjon på agendaen for oppholdet, slik at man kan vise at det faglige formålet begrunner reisesens lengde mv.

## Unntak for oppmerksomhetsgaver

Utgangspunktet er at gaver til kunder og forretningsforbindelser ikke er fradragsberettiget. I mange tilfeller må det også vurderes innberetningsplikt, men det skal vi komme tilbake til. Forskriftens § 6-21-6 åpner imidlertid for et unntak for det vi pleier å kalle «skikk-og-bruk-gaver». Dette kan være gaver i forbindelse med innvielse av nybygg, bedriftsjubileum, at en forbindelse fyller et rundt antall år, gifter seg osv.

Beløpsgrensen er imidlertid nokså upraktisk, kun 235 kroner inklusiv moms (Takseringsreglene 2013). Skal man gi dyrere gaver, er fradragsretten avskåret. Kranser o.l. ved dødsfall er likevel fradragsberettiget uansett verdi.

### Unntak for reklamegjenstander

Reklamegjenstander som er produsert i generell reklameøyemed, kan også gis til kunderelasjoner. Utgifter til reklamegjenstander er fradragsberettigede dersom følgende kriterier er oppfylt, jf. forskriftens § 6-21-5:

- Gavegjenstanden må ikke ha en verdi over kr 235 inklusiv moms (takseringsreglene 2013)
- Gavegjenstanden må være utformet med reklame for øye
- Gavegjenstanden må være utformet i et større antall
- Firmamerke og/eller -navn må være fast knyttet til gjenstanden

I desember 2012 kom Skattedirektoratet med en uttalelse i forbindelse med gaver som, slik vi oppfatter den, faktisk utvider reglene for fradragsberettigede og skattefrie gaver av «*bagatellmessig verdi*». De skriver: «Dette vil kunne være blomster, konfekt, (rimelig) vinflaske. Slike oppmerksomhetsgaver vil ikke være skattepliktig for motaker, men vil være fradragsberettiget hos giver. Dette gjelder både i og utenfor ansettelsesforhold og uavhengig av om det er gitt gaver innenfor gjeldende beløpsgrense.»

Det er litt vanskelig å vite hvor langt man kan strekke dette i og med at forskriften og takseringsreglene ikke er endret, men man kan kanskje si at dette gir uttrykk for etatens praksis, og at den ikke nødvendigvis er like streng som de formelle reglene.

### Grensen mellom representasjon og ikke-representasjon – innslaget av fag

Vi ser i praksis mange mer eller mindre vellykkede forsøk på å gjøre et kundearrangement så faglig at det ikke faller inn under kategorien kundepleie. Her er det faget som står i fokus, og da er det mer naturlig å kalle utgiften en driftskostnad enn kundepleie, og da redder man fradragsretten. Skillet vil også ha stor betydning for om deltakelse vil innebære en skattepliktig fordel eller ikke, og dette skal vi komme nærmere tilbake til nedenfor.

For at kostnader man har til kundearrangementer mv. skal kunne få en faglig mer-

kelapp og ikke klassifiseres som representasjon, må det faglige innholdet kvalifisere både kvalitativt og kvantitativt. Det vil si at det faglige opplegget må begrunne hele arrangementet og det må ha en utstrekning i tid som gjenspeiler dette. Ikke minst må det faglige opplegget også ha en kvalitet og en relevans som gjør at det ikke bare blir «faglig» (gåsetegnene er bevisst satt). Det faglige må videre være relevant både for arrangøren og for kundens virksomhet. Her ser vi i praksis at det stilles særlig strenge krav fra skattemyndighetenes side. Vi ser at agendaen får en vesentlig betydning her, og det hender også vi ser at agendaen bli etterprøvd. Vi skal komme noe tilbake til dette i forbindelse med kundereiser under, da dette særlig settes på spissen i denne forbindelse.

### Spesielt om reiser hvor man inviterer kunder

OL og andre idrettsbegivenheter er for mange en ypperlig anledning til å invitere med sine forretningsforbindelser på en hyggelig tur. Hyggelige turer med kunder innebærer ofte at den faglige agendaen er minimal, og dermed vil en slik reise fort bli ansett som sosial kundepleie eller representasjon, skattemessig. Tar man med seg forretningsforbindelser, eksempelvis forhandlere, leverandører eller andre samarbeidspartnere på en ren sosial OL-tur, er det liten tvil om at man representerer i skattelovens forstand. At noe får representasjonsmerkelappen skattemessig, innebærer som nevnt at det ikke er fradragsrett for utgiften.

### Skatteplikt?

Enhver fordel vunnet ved arbeid skal skatlegges som lønn, jf. skatteloven § 5-1 og § 5-10. Det er liten tvil om at de ansatte i kundebedrifter som får bli med på en ren sosial tur til OL, nettopp får muligheten til det på grunn av sitt ansettelsesforhold. Deltakelsen er foranlediget av arbeidet vedkommende gjør. At en slik tur representerer en skattepliktig fordel i skattelovens forstand, er det nok også liten tvil om.

Etter vår oppfatning gjelder dette imidlertid ikke deltakelse fra egne ansatte som må anses å være på jobb. Dette forutsetter at den eller de ansatte som er med, har oppgaver underveis som innebærer at reisen er alt annet enn en ferie for disse. Rene reiselederoppgaver kan kvalifisere, men også andre oppgaver er relevante. Det er her viktig å være edruelig i forhold til hvor mange ansatte man kan hevde dette for.

Vår erfaring er at man bør gjøre en jobb i forkant i forhold til å definere egne ansatte oppgaver. Gjennomfør gjerne en status/evaluering i ettertid i forhold til måloppnåelse. Dokumenteres «det man tenker» når man tenker det, er det lettere for skatteetaten å følge selskapets vurderinger i eksempelvis et senere bokettersyn. Dette er det eneste temaet på dette området hvor det faktisk finnes en Høyesterettsdom hvor nettopp dette var essensen – har den ansatte klare kvalitative og kvantitative arbeidsoppgaver, og det kan dokumenteres godt, så innebærer ikke deltakelse en skattepliktig fordel for denne ansatte.

### Arbeidsgiverplikter?

Med skatteplikt følger arbeidsgiverplikter. Det spesielle er at det er arrangøren, i forhold til skattelovgivning, som får arbeidsgiverpliktene for de ansatte i kundebedriftene, ikke hver enkelt deltakers arbeidsgiver. Dette vil kunne være annerledes om kundebedriften betaler hele eller deler av kostnaden selv – se mer om dette nedenfor.

Den som yter en skattepliktig fordel, er pliktig til å innberette denne – altså normalt arrangøren.

Den som yter en skattepliktig naturalytelse, har også plikt til å sørge for forskuddstrekk. I et slikt tilfelle har arrangøren normalt ingen løpende lønnsutbetaling å foreta forskuddstrekket i. Arrangøren må da sende melding til skattekontoret til hver enkelt deltaker og opplyse om ytelsen og at forskuddstrekk ikke har vært mulig, for dermed å bli fri for ansvar for skattetrekket. Skatteetaten vil da vurdere om det skal innkreves forskuddsskatt, eller om innfordringen gjøres gjennom skatteoppgjøret. Er det naturalytelser av større verdi, vil forskuddsskatt måtte påregnes.

Det skal betales arbeidsgiveravgift av naturalytelser som er trekkpliktige, og plikten påligger også her arrangøren. Dette er nok en kostnad og en konsekvens mange ikke er klar over. Det gis heller ikke fradrag for arbeidsgiveravgiften, da også dette anses som en representasjonskostnad.

### Hvordan håndterer man dette overfor kundene?

Det korte svaret er: informasjon! Innberetning av skattepliktig beløp innebærer at deltakerne vil få en restskatt, og dersom man ønsker å bevare kunderelasjonen også etter turen, bør man informere om dette

# Skatt

på forhånd. Mange velger også en såkalt oppgrossing av fordelene, det vil si at man ved innberetningen legger på marginalskatten, betaler inn arbeidsgiveravgift på det høyere, oppgrossede grunnlaget, og betaler inn skatten på fordelene på vegne av deltakeren. Dette er en helt grei måte å gjøre det på, men vil endre kostnadsbildet vesentlig. Også her er det en god idé å gi god informasjon så tidlig som mulig, og her har man faktisk slik vi ser det, en mulighet til å vise seg frem som «best i klassen» – at man tar skattereglene på alvor, og det må jo være utelukkende positivt. Ingen er tjent med avisoppslag eller dårlig omdømme som gjerne kommer i kjølvannet av feil håndtering.

## Faglig innslag

Det vi har vært gjennom over, vil ikke nødvendigvis gjelde fullt ut dersom det er et kvalitativt faglig innhold på turen. Er det faglige elementer, vil disse kunne trekkes ut av kostnadsbildet ved vurdering av det skattepliktige beløpets størrelse. Det skal nok mye til å hevde full skattefrihet på en tur som går til OL. Selv med et godt faglig innhold, er det vanskelig å hevde at det er helt tilfeldig at man valgte Sotsji som reisemål i februar 2014, men det kan selvsagt være mulig.

Som nevnt over, vil programmet og agendaen for turen være det første skattemyndighetene ser på når de vurderer turens karakter. Det samme gjelder invitasjonen

– og i invitasjonen bør tonen settes for hva slags tur man egentlig inviterer til.

Skatteetatens tilnærming er en hovedsakelig vurdering. Er dette hovedsakelig en faglig eller hovedsakelig en sosial tur? Kommer man til at det hovedsakelig er en faglig tur, vil det fortsatt kunne være sosiale elementer som må trekkes ut som ikke-fradragsberettigede (og ev. skattepliktige) kostnader selv om hoveddelen av turen «friskmeldes». Er det hovedsakelig en sosial tur, blir utgangspunktet det motsatte.

Ved vurderingen og planleggingen bør man spesielt tenke på:

- Valg av reisemål – er det en faglig begrunnelse for valg av reisemål? Det vil i tilfelle gjøre argumentasjonen enklere. Fabrikkbesøk, messer eller annen stedlig tilknytning vil kunne begrunne at det reises. At man uansett må reise for å samles kan også være et argument for å reise. Om man skal samle personer fra hele Norge, kan man like gjerne samles i utlandet som i Oslo.
- Hvem sin agenda? Den faglige agendaen må ha relevans for alle deltakerne. Er den faglige agendaen ikke relevant for arrangør, men kun for de inviterte, vil arrangøren like fullt kunne anses å ha representasjonskostnader, selv om det ikke nødvendigvis blir fordelsbeskatning hos deltaker. Dette vil for eksempel kunne være tilfelle dersom et legemiddelselskap ønsker å betale for

en ekstern leges deltakelse på en faglig konferanse innen et medisinsk felt hvor dette firmaet er en av flere som tilbyr medisiner. En slik reise kan være 100 % faglig for vedkommende, og det blir dermed ikke nødvendigvis noen skattepliktig fordel. For legemiddelprodusenten bærer formålet med påspanderingen ofte preg av ren kundepleie – å knytte legen nærmere sitt produkt. Konferansen har da kanskje ingen direkte relevans for dette selskaps virksomhet, som må være kravet for fradragsrett i et slikt tilfelle.

- Ledsagere? Ledsagere trekker sterkt i retning av en sosial agenda.
- Dekker det faglige opplegget hele reisen, eller er det for mange dager til å kunne fylle dem opp med faglig program? Det faglige programmet bør tilsvare fulle arbeidsdager.
- Hva er bakgrunnen for reisen? Har for eksempel kundene vunnet en tur i en salgskonkurranse, kan det være vanskelig å argumentere for en faglig ramme og agenda.
- Det er viktig å huske på at en faglig agenda må gjennomføres. Det er flere tilfeller hvor skatteetaten har etterprøvd en faglig agenda og funnet at annonsert foreleser/kursholder aldri har vært med på reisen, eller at møterom ikke er leid for gjennomføring av det faglige, og da blir det vanskelig å overbevise.

## Når kundebedriften betaler hele eller deler av turen for egne ansatte selv

Dersom deltagerbedriften betaler hele eller deler av turen selv etter invitasjon fra en tredjepart, vil skattepliktutvurderingen og arbeidsgiverpliktene helt eller delvis måtte håndteres av arbeidsgiveren. Her vil uansett fradragsretten være i behold – enten som en lønnskostnad eller som en ordinær driftskostnad. Eventuell skattefrihet må kunne begrunnes i kvalitative arbeidsoppgaver for den ansatte som får reise – arbeidsoppgavene må begrunne deltakelse og hele reisens lengde, slik at turen kan klassifiseres som en tjenestereise. Man må vurdere om den faglige agendaen til arrangøren er relevant for selskapet, og så må man vurdere om det er andre forretningsmessige årsaker til at man ønsker at denne eller disse ansatte skal være med på dette. En generell henvisning til at det er fordelaktig å omgås kunder i en slik setting, holder trolig ikke. Skal man nå frem med en faglig argumentasjon, må man være veldig konkret og man må ha gjort gode forberedelser, lagt planer og målsettinger for reisen. Det bør dokumenteres hva som



*SOTSJI 2014: Det faglige innholdet bør nok kunne dokumenteres ekstra godt dersom turen tilfeldigvis gikk til Sotsji i februar 2014.*



*GJENTAGENDE PÅSPANDERINGER: Blir samme person invitert gang på gang til middag eller opera, så krysser man over en grense på et tidspunkt.*

har kommet ut av reisen i ettertids, om mål er nådd mv. Det skal mye til å få til dette, men det er slik jeg ser det mulig. Å dokumentere de vurderingene som er gjort samt etterarbeidet, er viktig i forbindelse med et bokettersyn. Å gjenskape dette i ettertids kan selvsagt gjøres, men er langt mindre troverdig.

Skal man spandere på kundeforbindelser under deltakelse på arrangement, gjelder representasjonsreglene også her. Ved kun påspandering av middager eller en drink i baren, er skatteplikt og arbeidsgiverplikter i de fleste tilfellene ikke aktuelt. Fradragsretten er imidlertid normalt avskåret.

### Andre typer arrangementer for kunder enn reiser

Også på andre typer kundearrangementer enn turer må det gjøres en vurdering av både fradragsrett og skatteplikt/arbeidsgiverplikter. Fradragsretten er ofte grei å håndtere, men grensene for skatteplikt og arbeidsgiverplikter er vanskeligere å håndtere her enn for turene hvor det ofte er større beløp involvert.

I denne sammenheng tenker vi på middager, konserter, VIP-losje-invitasjon til fotball, operabilletter, kundearrangementer mv.

I Lignings-ABC står det:

«Ytelse av mindre økonomisk verdi som kundemiddager og enkle tilstelninger, hvor det som dekkes er kostnader til mat, lokaler mv. skattlegges ikke, så fremt kostnadene ikke overstiger det som er vanlig i slike sammenhenger.»

Det er vanskelig å si hva dette egentlig betyr helt konkret, men hvis man tenker seg at skatteetaten her har uttalt seg om er fordelsbegrepet i skatteloven § 5-1 – altså om hva som innebærer en skattepliktig fordel, så kan man også med integriteten i behold si at en kundemiddag av denne typen fort vil koste tusen kroner. Kan man da si at andre typer arrangementer med samme prislapp pr. person er under grensen for fordelsbeskatning? Ja, det er mulig, mener vi. Det har også gode praktiske grunner for seg, for det å innberette og ivareta arbeidsgiverplikter i slike settinger vil være svært vanskelig.

Slik vi vurderer det, bør man likevel være oppmerksom på gjentakende påspanderinger. Er det for eksempel slik at den samme personen blir invitert på middag gang på gang, eller til stadighet får bli med på hjemmekampene i VIP-losjen, så krysser man nok over en grense på et tidspunkt.

### Skatteplikt for gaver

Vi har over gått gjennom reglene for når det er fradragsrett for gaver til kundeforbindelser, men også her må man ta inn over seg at enkelte gaver faktisk også kan innebære skatteplikt og arbeidsgiverplikter. For kunder gjelder det ikke noen 1000-kroners regel slik som i arbeidsforhold, men det kan være grunn til å trekke samme analogi som for middagene i avsnittet over. Vil en gave på under tusen kroner også være under grensen for hva som anses som en fordel vunnet ved arbeid? Vi har ikke noe klart svar på det, men hvis man snur på det, er det i hvert fall ingen grunn til at en gave på over

tusen kroner ikke skal være skattepliktig. Det er ingen grunn til at gaver til forretningsforbindelser skal komme i noe bedre stilling enn gaver til ansatte. Men om grensen her også er lavere, er usikkert.

### Hva skjer om man bommer på reglene?

Det er først og fremst ved bokettersyn at konsekvensene vil kunne bli en realitet. Det aller verste scenarioet er nok at de gode kundene får et brev i posten fra skatteetaten med varsel om endring av ligning og tilleggsskatt. Det er heller ikke bra om de på eget initiativ undersøker og oppdager at arrangøren har bommet og kanskje også bevisst unngått å håndtere disse reglene. I begge tilfeller brytes en god relasjon raskt ned. Som nevnt kommer også denne typen saker ofte i tett følge med avisoppslag.

Man risikerer altså endring på deltakerens hånd, men også på arrangørens hånd, med både reversering av fradrag, endring av grunnlaget for arbeidsgiveravgift, tilleggsskatt, og mulig solidaransvar for ubetalte skatter hos deltakerne.

Tilleggsskatt og tilleggssavgift må påregnes i slike saker, særlig på de sosiale turene som jo også ofte innebærer større kostnadsdekning.

Ofte ser vi at skatteetaten benytter muligheten til summarisk fellesoppgjør. Det innebærer at skatteetaten gjør en oppgrosing på arrangørens hånd slik at grunnlaget for arbeidsgiveravgift økes, og selskapet må da betale skatten på de ansattes vegne. Det går da ikke ut brev om endring til hver og en. Dette er dog noe man ikke har krav på, men en mulighet for skatteetaten for å lette på arbeidsbyrden ved endring av mange personers ligning.

### Hva gjør man?

Sammenligner man med det glade 80- og 90-tall, er rene sosiale turer langt sjeldnere i dag, men de arrangeres absolutt fortsatt. Det er ikke noe galt i det, det er bare at det har blitt mye større fokus på skattereglene nå, og det må man ta inn over seg i planleggingsfasen. Vi ser også mange tilfeller av «faglige» agendaer, og anførselstegetene er igjen helt bevisst satt. Det stilles høye krav både til omfang, innhold og ikke minst gjennomføring av en faglig agenda – her skal man ikke ta noen snarveier, men er man villig til å gjøre det som må gjøres i denne forbindelse, er det absolutt mulig. I sammenheng med større sportsbegivenheter mv. – vanskelig, men absolutt mulig.