

## Srf U 5

### **Redovisning av utgifter för publicering av annons på Internet samt av utgifter för införande av samma annons vid flera tillfällen i en tryckt produkt - tillämpas på BFNAR 2016:10, K2 och BFNAR 2017:3, Årsbokslut**

#### **Uttalande**

Ett företag som tillämpar Bokföringsnämndens allmänna råd (BFNAR 2016:10) Årsredovisning i mindre företag (K2) ska redovisa utgifter för publicering av en annons på Internet (nätet) under en viss tidsperiod som kostnad successivt under den period som annonsen publiceras.

Utgifter för publicering av en och samma annons som publiceras i en tryckt produkt, vilken ges ut vid olika tillfällen ska fördelas och redovisas som kostnad vid dessa tillfällen. Om inte annat framgår av förutsättningarna ska utgiften fördelas lika mellan de olika utgivningstillfällena.

#### **Frågeställning**

Enligt punkt 7.10 i K2 ska utgifter för en reklamannons redovisas som kostnad när annonsen publiceras. De frågor som tas upp i detta uttalande är hur ett företag ska tolka tidsbegreppet när i de fall annonsen publiceras på nätet under en viss tidsperiod, eller då en och samma annons publiceras i en tryckt produkt, t.ex. en tidning, vilken ges ut vid olika tillfällen. Uttalandet behandlar bara utgifter för själva publiceringen och inte eventuella utgifter för framtagande av annonsen.

#### **Motivering**

Grundprinciperna för när en utgift blir en kostnad finns i punkterna 7.5–7.8 i K2. Punkten 7.5 behandlar utgifter som kan hänföras till en specifik inkomst, vilket inte är aktuellt här. Utgifter som inte kan hänföras till en specifik inkomst ska, enligt punkt 7.6, redovisas som kostnad det eller de räkenskapsår som företaget tar emot det som utgiften avser, om inte något annat följer av punkterna 7.7, 7.8 eller 7.10.

Punkterna 7.7 och 7.8 är inte aktuella här. I punkt 7.10 finns specificerat olika slag av utgifter och av specifikationen framgår att en utgift för en reklamannons ska redovisas som kostnad när annonsen publiceras. I det fall en annons publiceras i en tryckt produkt vid endast ett tillfälle spelar det således inte någon roll om det är punkt 7.6 eller 7.10 som tillämpas; kostnaden ska redovisas direkt när annonsen publiceras.

#### *Annons som publiceras under viss tidsperiod*

Frågan är om det blir någon skillnad om annonsen publiceras på nätet under en viss tidsperiod? Eftersom punkt 7.10 anger specifikt när en utgift för en reklamannons ska redovisas som kostnad ska i första hand denna punkt tillämpas, och inte grundprinciperna.



I kommentaren till punkten anges inte något särskilt om utgifter för reklam. Däremot hänvisas till exempel 7d, vilket bland annat behandlar utgifter för en reklamannons i en tryckt katalog. En annons som publiceras på nätet under en viss tidsperiod är däremot inte jämförbar med en annons som publiceras vid ett enda tillfälle. Annonser som publiceras på nätet publiceras successivt. Eftersom kostnaden enligt punkt 7.10 ska redovisas när annonsen publiceras innebär detta en successiv redovisning av kostnaden. Det kan därför bli aktuellt med en periodiseringspost i bokslutet.

*Annonser som publiceras vid flera olika tillfällen.*

I det fall en och samma annons publiceras vid flera tillfällen, t.ex. i fyra olika nummer av en tidning, är det inte fråga om ett publiceringstillfälle utan fyra. Om inte något annat framgår av förutsättningarna ska en sådan utgift fördelas som kostnad jämnt mellan de olika publiceringstillfällena. Även i detta fall kan det bli aktuellt med en periodiseringspost i bokslutet.

#### **Tillämpning BFNAR 2017:3 Årsbokslut**

I BFNAR 2017:3 Årsbokslut finns regler (punkterna 6.5 – 6.8 och 6.10) som motsvarar de som behandlas i detta uttalande. Vad som framgår av uttalandet är tillämpligt även då BFNAR 2017:3 Årsbokslut tillämpas. Detta gäller inte om första stycket i punkt 1.7 (K3-reglerna) tillämpas.