



Beskattningen på influensernas holdingbolag

En kvalitativ dokumentanalytisk jämförelse mellan Finland och Sverige.

Marcus Wikström

Lärdomsprov

Företagsekonomi

2025

Lärdomsprov

Marcus Wikström

Beskattningen på influencersnas holdingbolag -

En kvalitativ dokumentanalytisk jämförelse mellan Finland och Sverige

Yrkeshögskolan Arcada: Företagsekonomi, 2025.

Sammandrag:

Detta lärdomsprov undersöker beskattningen av influencers holdingbolag i Finland och Sverige med fokus på bolagsskatt, utdelningsbeskattning och avdragsgilla kostnader. Studien är en kvalitativ dokumentanalys och bygger på jämförande granskning av lagstiftning, myndighetsanvisningar och internationella rapporter från bland annat OECD. Syftet är att belysa hur olika skatteregler påverkar influencers möjligheter till strategisk skatteplanering och därmed deras val av verksamhetsland.

Resultaten visar att Finland tillämpar en fast bolagsskatt på 20 %, medan Sverige har en något högre nivå på 20,6 %, vilket ger marginella skillnader. Betydande skillnader återfinns däremot i utdelningsbeskattningen, där Finland använder en modell baserad på substansvärde och inkomsttyp, medan Sverige tillämpar 3:12-regler som möjliggör planerad beskattning på 20 % upp till ett gränobelopp. Studien visar också att svenska regler för avdragsgilla kostnader är mer flexibla än de finska, vilket ger svenska influencers större manöverutrymme i sin verksamhet.

Av analysen framgår att regelmiljön i Sverige är mer digitaliserad och förutsägbar, medan Finland ställer högre krav på individuell tolkning och expertis. Det påverkar användarvänligheten för influencers, särskilt i uppstartsfasen. Studien begränsas till lagstiftning som gäller fram till 2025 och omfattar inte kvalitativa data som intervjuer. För framtida forskning rekommenderas att inkludera fler nordiska länder, internationella regeländringar samt influencers egna erfarenheter.

Nyckelord: beskattning, influencers, holdingbolag, bolagsskatt, utdelning, avdrag, Finland, Sverige

Degree Thesis

Marcus Wikström

Taxation of Influencers' Holding Companies –

A Qualitative Document Analysis Comparing Finland and Sweden

Arcada University of Applied Sciences: Business Administration, 2025.

Abstract:

This thesis examines the taxation of influencers' holding companies in Finland and Sweden, focusing on corporate tax, dividend taxation, and deductible business expenses. The study is a qualitative document analysis based on a comparative review of legislation, tax authority guidelines, and international reports from organizations such as the OECD. The aim is to highlight how national tax regulations influence influencers' opportunities for strategic tax planning and their choice of country of operation.

The findings show that Finland applies a flat corporate tax rate of 20%, while Sweden's rate is slightly higher at 20.6%, resulting in only marginal differences. More significant discrepancies appear in dividend taxation: Finland uses a model based on the company's net assets and classifies income as either earned or capital income, while Sweden applies the so-called 3:12 rules that allow dividends to be taxed at 20% up to a certain threshold. The study also finds that Sweden's rules for deductible expenses are more flexible than Finland's, granting Swedish influencers greater operational leeway.

The analysis shows that Sweden offers a more digitalized and predictable regulatory environment, whereas Finland requires more case-by-case interpretation and expert involvement. This impacts ease of use, especially for influencers in the early stages of business. The study is limited to legislation valid through 2025 and does not include qualitative data such as interviews. Future research is encouraged to include additional Nordic countries, global tax developments, and influencers' own perspectives.

Keywords: taxation, influencers, holding company, corporate tax, dividend, deduction, Finland, Sweden

Innehåll

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Inledning..... | 6 |
| 1.1 | Problemformulering | 6 |
| 1.2 | Syfte..... | 7 |
| 1.3 | Avgränsningar..... | 8 |
| 2 | Teori..... | 8 |
| 2.1 | Betydelsen av holdingbolag för influensers | 8 |
| 2.2 | Holdingbolagens beskattning i Finland och Sverige | 9 |
| 2.2.1 | Bolagsskatt..... | 10 |
| 2.2.2 | Utdelningsbeskattning..... | 11 |
| 2.2.3 | Avdragsgilla kostnader..... | 13 |
| 2.3 | Influensers skatteplanering | 14 |
| 2.4 | Bolagsbildning | 16 |
| 2.5 | Regelmiljö och hjälp med skatteplanering | 17 |
| 3 | Metod | 18 |
| 3.1 | Forskningsmetod | 19 |
| 3.2 | Datainsamling..... | 19 |
| 3.3 | Urval och population | 20 |
| 3.4 | Reliabilitet och Validitet | 21 |
| 3.5 | Forskningsetiska övervägande..... | 21 |
| 3.6 | Begränsningar..... | 22 |
| 4 | Resultat | 22 |
| 4.1 | Bolagsskatt..... | 22 |
| 4.2 | Utdelningsbeskattning..... | 24 |
| 4.3 | Avdragsgilla kostnader | 25 |
| 4.4 | Bildandet av holdingbolag | 27 |
| 4.5 | Regelmiljö och skatteplanering | 28 |
| 5 | Diskussion | 29 |
| 5.1 | Tolkning av resultaten | 30 |
| 5.2 | Skillnader i avdragsmöjligheter | 30 |
| 5.3 | Administrativ hantering och rättslig förutsägbarhet..... | 31 |
| 5.4 | Metoddiskussion | 32 |
| 6 | Slutsatser | 33 |
| 6.1 | Förslag till vidare forskning..... | 34 |
| | Källor | 35 |

1 Inledning

Influencers har under de senaste decennierna vuxit till en allt mera betydande del i dagens roll inom den sociala median, marknadsföringen och mediebranschen, enligt artiklar från både SVT Nyheter och YLE har influencersnas marknadsföring i både Finland och Sverige vuxit till en betydande kanal för företagens marknadsföring, vilket understryker dess betydelse i dagens konsumtionskultur (Slotte, 2023), (Wasastjerna, 2022).

Flera av dagens influencers, särskilt de som har stora och stadiga inkomster, har valt att strukturera sina inkomster, utgifter och investeringar så att de går via ett holdingbolag, detta möjliggör ett effektivare sätt att förvalta de inkomster, utgifter och investeringar influencersna får från de olika inkomstkällor de är delaktiga i (Nilsson, 2024). Holdingbolagens idé i detta är att fungera som en centraliserad enhet vilken via influencersna sedan kan hantera sina olika inkomster, utgifter och investeringar, detta kan ge influencersna en bra möjlighet att dra nytta av de olika skattemässiga fördelarna som finns med att förvalta sin ekonomi genom ett holdingbolag (Hedberg, 2024).

Både i Finland och Sverige finns de välutvecklade skattesystem och eftersom de båda länderna har både nära ekonomiska och kulturella band är det intressant att jämföra dessa två länder, fastän deras likheter finns det flera avgörande skillnader på hur beskattningen av holdingbolag hanteras. Med att analysera de olika faktorerna som är mest relevanta för influencers och deras ekonomiska rådgivare får man identifierat vad det är som viktigt då influencersna vill optimera sina ekonomiska strategier (Mauritzson, 2022).

1.1 Problemformulering

Holdingbolagens beskattning är ett komplicerat område där det finns flera olika aspekter, som skattesatser och möjligheter till skatteavdrag. I Sverige har de en företagsbeskattningsprocent på 20,6 (Skatteverket, u.å.-b), medan man i Finland använder sig av en företagsbeskattningsprocent på 20% (Vero, 2025c). Skillnaden kan tyckas vara lite men den kan oavsett ha en betydelse då skillnaden sammansätts med andra faktorer som dubbelbeskattning eller regler för utdelningar.

Ett av problemen är att Finland använder sig av en modell där utdelningen från holdingbolag till privatpersoner beskattas till dels som kapitalinkomster och till dels som förvärvsinkomster (Vero, 2025a), detta varierar hur stor utdelning det är frågan om i förhållande till kapitalet som bolaget har som kan beskattas. Sverige däremot använder de sig av en modell där utdelningarna från ett holdingbolag till en privatperson har ett visst gränslöpp som är beskattas som en fast kapitalinkomst där kapitalinkomstskatten på 30% används. Detta kan orsaka att systemet är enklare förutspåbart för de influensers som har ett litet eller medelstort holdingbolag (Skatteverket, u.å.-b).

Dessa skillnader på hur beskattningen av utdelningar kan vara något som påverkar influensernas val då de väljer sitt verksamhetsland, detta särskilt för de influensers som värderar enkelhet och stabilitet högt i sin ekonomiska planering.

Reglerna för avdragbara kostnader och investeringar är också något som kunde påverka valet mellan länderna. I båda länderna finns det en möjlighet att dra av olika kostnader som är direkt förknippade med holdingbolagets affärsverksamhet, reglerna för vad som är avdragbart varierar. Sverige har i allmänhet tolererande och flexibla för utgifter som får dras av som en del av holdingbolagets affärsverksamhet (Skatteverket, u.å.-g), i Finland kan man dra av olika marknadsföringskostnader och olika utvecklingar av företaget dras av som en del av holdingbolagets affärsverksamhet (Vero, 2025b), men reglerna är i allmänhet striktare för holdingbolagen i Finland i jämförelse med Sverige.

1.2 Syfte

Denna studie syftar till att undersöka och jämföra beskattningen av influensers holdingbolag i Finland och Sverige, med särskilt fokus på tre huvudområden: bolagsskatt, beskattning av utdelningar samt regler för avdragbara kostnader.

Målet med studien är att ge en klar, sammansatt och faktabaserad bild av de olika fördelar och nackdelar det finns för vardera landet och dess påverkan på influensernas alternativ att driva sin verksamhet mera effektivt.

Syftet med studien är att också bidra till att ge en djupare och bredare förståelse om hur skattesystemen påverkar entreprenörskap för de olika kreativa branscherna och i synnerhet jämföra skattesystemens påverkan mellan Finland och Sverige. Meningen med

studien är även att få fram konkreta förslag till influencers och rådgivare som arbetar med influencers, med fokuset på hur influencers kan optimera olika företagsstrukturer och med hjälp av detta minimera skattekostnaderna och optimera vinsten.

1.3 Avgränsningar

Studiens fokus är på att endast behandla holdingbolag som är ägda av influencers och därför är studien begränsad till endast dessa holdingbolag. Inkomster som klassas under privatbeskattning som till exempel direkta intäkter från olika sponsorer inkluderas inte i denna studie. Eftersom både Finland och Sverige är relevanta som jämförelseobjekt för de nordiska omständigheterna kommer studien att enbart analysera dessa länder.

Studiens analys begränsas för att endast undersöka de skattesystem och regleringar som är i kraft ända till året 2025. Möjliga ändringar som trätt i kraft i lagstiftningen efter året 2025 beaktas inte i denna studie. Studiens använder sig av en kvalitativ metod i form av dokumentanalys, studiens fokus är på jämförelsen mellan regleringar och skattesatser samt ekonomiska data. Olika personliga åsikter, såsom åsikter eller erfarenheter från influencers är inte inkluderade i studien eftersom syftet är på att ge en datadrivna och objektiv analys.

2 Teori

I teorikapitlet presenteras grunden till teorin för beskattningen av influencersnas holdingbolag. I avsnittet är fokuset på hur holdingbolagen fungerar, de olika beskattningsprinciperna det används i Finland och Sverige, hurdan betydelse skatteplaneringen har för influencersna samt hurdana strategier är relevanta för influencers då de gör skatteplanering. Ett fokus ligger också på regelmiljön och dess inverkan på influencersnas holdingbolag och holdingbolagens bolagsbildning.

2.1 Betydelsen av holdingbolag för influencers

Holdingbolagens huvudsakliga syfte är att äga andelar eller aktier i andra företag i stället för att driva sin egen affärsverksamhet. Idén är att holdingbolagen fungerar som en

förvaltare av ägarintressen via sina dotterbolag och kan därmed påverka på tydlig nivå till dotterbolagens ekonomiska och juridiska delning mellan moderbolaget och moderbolagets dotterbolag. Denna process kan erbjuda på skattemässiga fördelar och också underlätta på riskhanteringen, exempelvis med att främja skatteoptimering under en koncernstruktur (Hadzic, 2022).

I Finland är holdingbolagens huvudfunktion att äga andelar eller aktier i andra bolag, via ägandet kan holdingbolaget förvalta och styra andra bolagets investeringar och intäkter (Penttilä & Pellikka, 2021). Sveriges holdingbolags struktur fungerar på ett liknande sätt där holdingbolaget äger andelar eller aktier från ett annat bolag och kan därmed påverka investeringarna och intäkterna som kommer in i bolaget (Hadzic, 2022), i båda länderna är huvudsakliga syftet med holdingbolagen att åstadkomma skattemässiga fördelar, ett mera centraliserat ägarskap i företaget samt effektivisera företagsstrukturen.

Detta betyder för influenserna att användningen av ett holdingbolag ger en bra möjlighet att effektivt arrangera sina investeringar och intäkter. Med att allokera sina intäkter och investeringar via ett holdingbolag har influenserna en möjlighet att hantera sin affärsverksamhet på ett strukturerat sätt och därmed få nytta av de olika skattemässiga fördelarna som finns (EY Sverige, 2023), (Siljamäki & Härmälä, 2024).

2.2 Holdingbolagens beskattning i Finland och Sverige

För de finska och svenska influenserna som driver sin verksamhet via ett holdingbolag är beskattningen en stor och avgörande del av deras ekonomiska planering. Holdingbolagsstrukturen möjliggör att vinsterna som bolaget åstadkommer stannar kvar i bolaget istället för att de genast tas ut från som utdelning eller lön, detta ger en större flexibilitet att styra beskattningen över tid (Hedberg, 2024), (Siljamäki & Härmälä, 2024). Hur lämplig holdingbolagsstrukturen är påverkas stort av de skatteregler som implementeras i respektive land.

En första viktig faktor som influenserna med holdingbolag bör uppmärksamma är bolagsskatten, det är den skatte som tas beskattar de eventuella vinsterna bolaget innan det

har gjorts några utdelningar till ägarna. Det finns vissa skillnader mellan Sveriges och Finlands bolagsskattesatser och dessa skillnader kan påverka på valet av etableringsland för holdingbolaget, särskilt för de influenserna med stora internationella intäkter (Vero, 2025c), (Skatteverket, u.å.-b).

Utöver själva bolagsskatten har reglerna för förlustavdragen också en betydande roll, förlustavdragen ger holdingbolaget en möjlighet att dra av tidigare årens underskott mot framtida vinster, detta är särskilt värdefullt för de verksamheterna som kräver stora investeringar till att börja med före de blir lönsamma eller för nystartade holdingbolag. Under vilka villkor och hur dessa avdrag kan utnyttjas skiljer mellan Finland och Sverige och kan därför påverka möjligheten till långsiktig skatteplanering (Skatteverket, 2017), (Vero, 2021a).

En annan central aspekt är utdelningsbeskattningen, hur alltså beskattningen fungerar då vinsterna slutligen överförs från holdingbolaget till influenserna. Sverige och Finland har båda två vissa regler som påverkar hur mycket de beskattas på de utdelningar som kommer från ett onoterat bolag, de regler som ingår i utdelningsbeskattningen är komplexa men avgörande för att få en förståelse vilken skattenivå som kommer att uppnås i praktiken (Skatteverket, u.å.-f), (Vero, 2023).

Slutligen är det även viktigt för influenserna med holdingbolag att beakta hurdana möjligheter de har till avdragsgilla kostnader, holdingbolagen kan dra av vissa kostnader som är direkt förknippade med verksamheten, även här skiljer reglerna mellan Finland och Sverige när det är frågan om vilka kostnader som anses vara avdragsgilla. Dessa avdrag påverkar den skattemässiga vinsten och därmed också bolagets skattebörda (Verksamhet, 2025), (Sparbanken, u.å.).

2.2.1 Bolagsskatt

I Sverige används en bolagsskatt på 20,6 procent (Skatteverket, u.å.-b), medan det i Finland används en lite lägre fastställd bolagsskatt på 20 procent (Vero, 2025c). Detta kan vara en påverkande skillnad när influenserna väljer att i vilket land de vill etablera sina holdingbolag, speciellt influenserna med en verksamhet som är internationell.

Förlustavdrag, som är en skattemässig mekanik som gör det möjligt att dra av tidigare års underskott från framtida vinster, som i praktiken betyder att bolag kan få en reducerad beskattningsbar vinst under kommande åren, avdragen gynnar i synnerhet nystartade bolag som är tillväxtfas vars initiala investeringar har höga kostnader och där vinster ofta uppstår först efter flera år.

Förlustavdrag, är en annan aspekt som kan påverka holdingbolagets ekonomiska planering, i Sverige tillåter skattemyndigheterna bolagen att spara sina förluster utan någon som helst tidsgräns, ända kriterium som finns är att bolagets verksamhets karaktär inte förändras betydligt, detta skapar en möjlighet till en långsiktig och stabil möjlighet för skatteplanering (Skatteverket, u.å.-j).

I Finland har förlustavdragen en tidsgräns på 10 år vilket betyder att förlustavdragen är mera begränsade, där till förfaller hela förlustavdraget ifall 50% eller mera av ägarstrukturen i bolaget omorganiserar. Det finns fall där den finska skattemyndigheten kan bevilja undantag (Vero, 2021a). För influensers som använder sig av holdingbolag betyder det att den finska modellen kräver en mera planerad ägarstruktur för att inte riskera att förlora tidigare åstadkomna underskott.

2.2.2 Utdelningsbeskattning

Kanske den största skillnad mellan dessa två ländernas beskattning är på hur holdingbolagens utdelning fungerar. Finska skattemyndigheterna använder sig av en modell där utdelningar från bolag som inte är noterade klassas till dels som förvärvsinkomster och dels som kapitalinkomster, hur de klassas beror på bolagets substansvärde i förhållandet till utdelningens storlek. Ifall utdelningen uppgår till högst 8% av bolagets substansvärde (nettoförmögenhet), är 75% av utdelningarna skattefria och resterande 25% beskattas med kapitalinkomstskatten som är 30%, detta ger en effektiv skattebörda på ca. 7,5% (Vero, 2023), denna regel gäller dock endast till utdelningar som är 150 000€ eller under, per skatteår och skatteskyldig.

De utdelningar som överskrider den tidigare nämnda euro gränsen är endast 15% skattefria medan den resterande 85% beskattas som kapitalinkomst (Finansministeriet, u.å.), (Vero, 2023). Vid utdelningar som överskrider 8% av substansvärdet instiger in också en förändring i beskattningen, nämligen klassificeras 75% av utdelningen som förvärvsinkomst, denna andel beskattas igen enligt en progressiv inkomstskatteskala som i värst fall kan stiga till över 50% beroende på hur stor den beskattningsbara inkomsten är.

Det är även viktigt att notera att när den totala utdelningen till en fysisk person från onoterade bolag överskrider 150 000 euro under ett skatteår, är det utdelande bolaget skyldigt att verkställa en förskottsinnehållning på 28 % på den överskjutande delen (Vero, 2025a) Denna innehållning är en preliminär beskattning och påverkar inte direkt den slutliga skattebördan, som fastställs i den personliga inkomstbeskattningen enligt de ovan nämnda reglerna.

Detta betyder att de influensers som använder sig av holdingbolag måste beakta den relativa nivån av utdelningen i förhållande till substansvärdet och till den absoluta utdelningssumman. Utdelningarna som är kombinerade med ett lågt substansvärde och högt kapitaluttag kan hastigt leda till att en del av inkomsten beskattas väldigt högt.

I Sverige fungerar utdelningarna från ett onoterat bolag på ett annat sätt, i det svenska skattesystemet är den generella skattesatsen för kapitalinkomster från aktiebolag 30 %, men undantag förekommer. Onoterade bolag som inte betraktas som fåmansföretag beskattas i stället med en lägre sats på 25 % (Öljemark, 2025). Den mest invecklade beskattningsmodellen angår dem som är delägare i ett fåmansföretag, i dessa fall tillämpas den så kallade 3:12-regeln. 3:12-regelns idé är att kunna skilja på vad som arbetsinkomst och vad som är kapitalavkastning i det ägarledda bolaget. Detta betyder att utdelningarna beskattas med 20% upp till ett visst beräknat gränsbelopp och det överskridande beloppet beskattas som tjänsteinkomster. Eftersom tjänsteinkomsterna räknas ihop med kommunalskatten kan den överskridande delen uppgå till över 50% (Företagarna, u.å.-c).

I Sverige kan man som delägare i ett fåmansföretag räkna ut hurdan andel som kommer beskattas med den lägre 20% skatten, för att göra detta måste man räkna ut ett gränsbelopp och det kan man göra på två olika sätt (Skatteverket, u.å.-h).

Första alternativet är förenklingsregeln, denna regel innebär att alla de personer som äger aktier i fåmansföretaget har rätt att räkna ut ett bestämt schablonbelopp när utdelningen räknas. I detta alternativ har det ingen skillnad hur mycket lön fåmansföretaget har betalat ut.

Andra regeln som kan tillämpas är den så kallade huvudregeln, denna regel grundar sig på fåmansföretagets lönekostnader och hur stor andel av de kostnader som ägaren har rätt att tillgodoräkna till sig själv (Företagarna, u.å.-a).

Systemet är alltså byggt på de sättet att delägarna i fåmansföretaget måste planera noggrant och veta hur ägandet av företaget är fördelat samt måste delägarna också följa med hur lönerna i företaget ser ut.

Den svenska modellen bjuder på planeringsmöjligheter och en viss flexibilitet i synnerhet för de influenser som har ett mindre holdingbolag, aktiva anställda eller möjligen en hög lön. Nackdelen igen är att reglerna kan vara rätt så komplexa och lämnar ofta utrymme för rättstolkning, detta i sin tur kan leda till en viss osäkerhet särskilt för de som inte har tillgång till rådgivning. Fastän det finska systemet har en tydlig substansbaserad gräns, tolkas den ofta som mindre förutsägbar för att systemet kräver en mera punktlig värdering av bolagets substansvärde och därmed påverkas kraftigt av företagets kapitalstruktur.

2.2.3 Avdragsgilla kostnader

Både Finland och Sverige tillåter att göra avdrag för de kostnaderna som är bundna till holdingbolagets verksamhet, dock finns det skillnader mellan de två länderna hur de ser på vad som avdragbart. Generellt är avdragsrätten flexiblere i Sverige, detta betyder att affärsutgifter och andra marknadsföringskostnader är lättare avdragbara än vad de är i Finland (Skatteverket, u.å.-d). Finland har striktare regler för avdragbara kostnader och kostnaderna begränsas oftare till sådana kostnader som är kopplade direkt till

inkomstgenerering (Vero, 2021b). Dessa avdrag är något som påverkar möjligheterna för influenserna att göra större avdrag på exempelvis produktionskostnader och resor som har koppling till deras innehåll (Siljamäki & Härmälä, 2024).

Tabellen nedan beskriver skillnaderna på avdragsmöjligheterna mellan Finland och Sverige.

| Kostnadstyp | Finland - avdragsrätt | Sverige - avdragsrätt |
|--------------------------|--|--|
| Konsulttjänster | Möjlig begränsning, ifall de inte har en direkt koppling till intäkter | Avdragsgilla då de inverkar på affärsutvecklingen eller strategin |
| Interna utbildningar | Avgränsade avdragsmöjligheter | Är avdragsgilla |
| Resekostnader | Kostnaderna måste ha direkt koppling till bolagets inkomstgenerering | Avdragsgilla ifall kostnaderna är anknutna till affärsverksamheten |
| Representation | Endast vissa representation är tillåten för avdrag | Allmänt avdragsgilla men vissa begränsningar kan förekomma |
| Marknadsföringskostnader | Begränsad avdragning, måste vara kopplade direkt till intäkterna | Allmänt avdragsgilla, såsom PR och reklam |

Skillnaderna beskrivna ovan kan påverka på vilka möjligheter influenserna har på att göra avdrag såsom resor som har koppling till deras innehåll eller produktionskostnader, dessa skillnader kan vara avgörande för influenserna och deras holdingbolag när de gör sin ekonomiska planering (Siljamäki & Härmälä, 2024).

2.3 Influensers skatteplanering

En central aspekt för de finska och svenska influenserna som driver sin verksamhet via

ett holdingbolag är skatteplanering. Med att uppbygga sin ekonomi på ett sådant som minimerar skattebördan, inom lagstiftningens ramar, kan influenserna bättra på sin ekonomiska effektivitet (Siljamäki & Härmälä, 2024).

En vanlig uppläggning innebär att influenserna äger holdingbolaget, holdingbolaget i sin tur igen äger det operativa bolaget där affärsverksamheten i huvudsaken drivs såsom, produktplacering, kampanjer och försäljning som är relaterade till den sociala median. De vinster som det operativa bolaget får betalas tillbaka till holdingbolaget i form av utdelning, eftersom vinsterna inte går här i mellan överhuvudtaget hos influenserna, beskattas de inte som direkt som de skulle om vinsterna betalades direkt till en privatperson. Här finns alltså då möjligheten att skjuta upp på beskattningen tills att det sker en utdelning från holdingbolaget till influenserna själva (Nilsson, 2024).

Influenserna kan med hjälp av detta upplägg också använda de medlen de har i holdingbolaget för att göra nya investeringar, såsom fastigheter, nya företag eller fonder, utan att behöva betala först skatt på det som en privat person. Det finns även en möjlighet att påverka skatteutfallet med att planera hur mycket i utdelning som tas ut ur holdingbolaget och också när den tas ut. Influenserna kan även i vissa fall göra omstruktureringar i bolaget eller interna aktieöverlåtelser och på det sättet påverka på bolagets värderingar som i sin tur påverka utdelningsutrymmet som beskattas med den lägre skattesatsen, såsom den svenska 3:12-regeln (Siljamäki & Härmälä, 2024).

Fastän allt detta är lagligt och bygger på etablerad skatterätt, har det uppmärksammats som potentiella svagheter i skattesystemet. I Finland har Finnwatch observerat hur flera av de finska influenserna lyckats minska sina skatter avsevärt med hjälp av att använda interna transaktioner och holdingbolag, utan att bryta den finska lagstiftningen. Enligt Finnwatch observationer har skattesystemet blivit mindre rättvist och därmed uppstår också ett stort samhälleligt skattebortfall (Finnwatch, 2024), (Siljamäki & Härmälä, 2024).

Användningen av holdingbolag ger influenserna bra möjlighet att planera sin beskattning på ett lagligt och effektivt sätt, men användningen har också ökat uppmärksamheten från såväl civila och politiska samhällsaktörer som skattemyndigheterna. I

framtiden kan det bra hända att det kommer nya begränsningar som begränsar en del av de möjligheterna som ännu finns idag, särskilt om de upplevs gå emot lagstiftningens syfte.

2.4 Bolagsbildning

Att bilda ett aktiebolag med holding struktur är enkelt i Sverige. Processen sker digitalt via Bolagsverket, med ett aktiekapital om minst 25 000 SEK (Verksamt, u.å.) Registrering tar i genomsnitt 3–5 arbetsdagar, förutsatt att alla uppgifter är korrekta och dokumenten följer standardformat. Skatteverket kopplas automatiskt in via samordnade register och momsregistrering, vilket ytterligare effektiviserar uppstarten. Influensers i Sverige har dessutom tillgång till olika offentliga resurser, till exempel mallar för bolagsordning, kalkyler för budget och vägledning om redovisning.

För unga entreprenörer, särskilt i kreativa branscher, kan detta vara avgörande då man ofta saknar tidigare företagserfarenhet. Svenska myndigheter erbjuder även personliga e-tjänster där företagaren själv kan uppdatera uppgifter, lägga till verksamhetsgrenar eller ändra bolagets adress digitalt. I Finland krävs inte längre aktiekapital, vilket teoretiskt gör det enklare att bilda bolag (Patentti- ja rekisterihallitus (PRH), 2024). Men samtidigt är den administrativa processen mer krävande. Ett aktiebolag ska registreras hos Patent- och registerstyrelsen (PRH), och detta kräver en korrekt utformad bolagsordning, styrelseprotokoll, verksamhetsbeskrivning samt en tydlig ägarstruktur. Om något saknas eller är felaktigt returneras ansökan för komplettering, vilket kan förlänga processen med flera veckor.

Dessutom måste eventuella bilagor ibland översättas till finska eller svenska beroende på ägarens språk. Detta leder till att många finska influensers anlitar externa experter redan vid bolagsbildningen, vilket ökar startkostnaderna. Trots att kapitalkravet är borttaget, upplever många unga företagare att tröskeln till att starta bolag i Finland är högre på grund av komplexiteten i registreringsförfarandet (Suomi.fi, 2025) För digitala aktörer som vill komma i gång snabbt med kommersiell verksamhet kan detta vara en avgörande faktor i val av verksamhetsland.

Det är också värt att notera att Sverige har bättre samordning mellan bolagsregister, skatteverk och myndigheter inom arbetsgivarregistrering och F-skatt. I Finland måste dessa ofta hanteras separat, vilket förlänger den administrativa bördan ytterligare.

2.5 Regelmiljö och hjälp med skatteplanering

Sverige erbjuder en av Europas mest transparenta och digitalt utvecklade regelmiljöer för småföretagare. Skatteverket tillhandahåller moderna verktyg för förhandsbesked, resultatsimulering, momsberäkning och utdelningsplanering (OECD, 2019).

Genom e-tjänster som Mina sidor kan företagaren själv utföra stora delar av bokföring, rapportering och deklaration utan att behöva kontakta myndigheter manuellt. Detta gynnar särskilt influencers, vars affärsmodell ofta är snabb, flexibel och digitalt driven. Sverige har också etablerat särskilda rådgivningsprogram där influencers kan specifik rådgivning om affärsstruktur, moms vid digital försäljning, gränsöverskridande intäkter och skatteavtal (Scandicorp, 2022).

Denna typ av riktad information saknas i hög grad i Finland. I Finland är regelverket i större utsträckning fallbaserat. Skatteplanering kräver ofta individuella tolkningar, och även om det finns en digital plattform (vero.fi) och tjänster som MinSkatt, saknas ofta vägledning för hybridformer av verksamhet, såsom influencers som kombinerar konsultverksamhet, produktförsäljning och personlig marknadsföring (Vero, 2025b). Enligt OECD:s rapport är detta ett utbrett problem i flera medlemsländer (OECD, 2020), men särskilt uttalat i Finland där regelverken inte har uppdaterats i samma takt som företagsformerna förändrats.

Detta innebär att många finska influencers måste anlita redovisningskonsulter och skatterådgivare även i enklare frågor, till exempel om huruvida en produktionsresa ska klassas som privat eller näringsmässig, eller om reklamintäkter från utländska plattformar ska momsbeläggas. Det ökar både kostnaden och osäkerheten jämfört med Sverige, där liknande frågor ofta är förhandsreglerade genom praxis och offentliga ställningstaganden (Bengtsson, 2024). Sammantaget skapar detta en tydlig skillnad i skatteplaneringsmöjligheter. I Sverige kan influencers med grundläggande kunskap själva hantera sin företagsstruktur och optimera inkomster via förhandsinformation. I Finland krävs ofta

individuell kontakt med myndigheter eller experter, vilket begränsar flexibiliteten och höjer den praktiska tröskeln för effektiv planering (Helsinki Times, 2025).

3 Metod

Studien syfte är att jämföra och analysera influensernas holdingbolagens beskattning i Finland och Sverige. Holdingbolag fungerar ofta som ett verktyg för att effektivisera vinstuttag och minska den totala skattebördan över tid, särskilt inom sektorer som kännetecknas av hög volatilitet och projektbaserade intäkter, exempelvis influencers verksamhet (OECD, 2020). Med att undersöka hur nationella skattesystem formar företagsstrukturer syftar denna studie till att fördjupa förståelsen för hur lagstiftning och administrativ tillämpning i respektive land påverkar möjligheterna till strategisk skatteplanering.

Studien tillämpar en kvalitativ forskningsmetod i form av dokumentanalys, vilket enligt (Bryman, 2016) kännetecknas dokumentanalys av noggrann analys av textbaserat material i syfte att identifiera teman, mönster och skillnader. Den kvalitativa dokumentanalysmetoden är lämplig för denna studie eftersom den möjliggör en systematisk granskning och tolkning av skriftliga källor, såsom lagstiftning och myndighetsanvisningar, för att identifiera teman och mönster relaterade till bolagsskattesatser, regler för förlustavdrag och utdelningsbeskattning (Bowen, 2009). Genom insamling av sekundärdata från officiella källor som Skatteverket och Skatteförvaltningen (Vero) samt internationella rapporter från exempelvis OECD kan analysen baseras på verifierbara och aktuella fakta.

En viktig tyngdpunkt i studien är också analysen på hur administrationen och skattesystemens struktur påverkar i vilket land influenserna etablerar sina holdingbolag. Tidigare forskning visar att skattesystemets tydlighet, förutsägbarhet och tillgång till specialiserad rådgivning är avgörande faktorer som påverkar företagsbeslut om etablering och investeringar i ett land (IMF & OECD, 2017). Med fokus på dessa faktorer av skattesystem i både Finland och Sverige siktar studien på att inte endast klargöra rättsliga ramar, men också undersöka och analysera hur systemet fungerar i praktiken för både små och medelstora digitala företagare.

Kvalitativ dokumentanalys innebär en systematisk och strukturerad genomgång av skriftliga källor i syfte att tolka och förstå innehållet av det material som analyseras (Bowen, 2009). I denna studie används metoden för att belysa hur skatteregler och regelverk i Finland och Sverige påverkar möjligheterna för influencers att organisera sin verksamhet genom holdingbolag. Genom att tolka innehållet i lagstiftning, myndighetsanvisningar och rättspraxis kan studien bidra med en djupare förståelse för de rättsliga och administrativa förutsättningar som formar influencers affärsmiljö och skatteplanering.

3.1 Forskningsmetod

Studien använder sig av kvalitativ dokumentanalys för att möjliggöra en djupgående jämförelse av skattesystemen i Finland och Sverige utifrån influencers perspektiv. Dokumentanalysen utgår från offentlig dokumentation såsom lagtexter, rättsfall, myndighetsanvisningar och internationella rapporter. Denna metod fokuserar på att identifiera betydelsefulla skillnader i reglernas utformning och praktiska tillämpning snarare än att bearbeta statistik (Watkins & Burton, 2017).

För att förstå hur beskattningen av influencers holdingbolag fungerar i praktiken analyseras dokument från Skatteverket i Sverige och Skatteförvaltningen Vero i Finland. Därutöver inkluderas vägledningar, preliminära utlåtanden och rättspraxis relaterad till bolagsskatt, utdelning, avdrag och ägarstruktur. Kompletterande perspektiv hämtas från akademiska publikationer och rapporter från exempelvis OECD, vilket breddar analysen och kontextualiserar skattesystemens utformning. (OECD, u.å.), (Vero, 2025d), (Skatteverket, u.å.-d).

3.2 Datainsamling

Datamaterialet som används i denna studie utgörs av sekundärdata och har insamlats från flera pålitliga källor. I materialinsamlingen ligger största tyngdpunkten på de nationella skattemyndigheterna, där Skatteverket i Sverige (Skatteverket, u.å.-i) och Skatteförvaltningen (Vero, u.å.) i Finland representerar huvudkällorna. Dessa myndigheters riktlinjer, regler och anvisningar om beskattning av utdelningar och aktiebolag

analyseras för att identifiera de mest centrala skillnaderna av skattehantering av influensernas holdingbolag mellan respektive land. Studiens fokus har legat på utdelningsbeskattning, förlustavdragsmöjligheter, bolagsskatt, avdragsgilla kostnader samt regelmiljö och hjälp med skatteplanering.

För att ge en bredare kontext och klargöra studien har också rapporter från internationella organisationer använts som kompletterande källor. Rapporterna från OECD (OECD, 2020) om digitaliseringens skatteeffekter och Europeiska kommissionens rapport om skatteutvecklingen i EU (OECD, 2019) har använts för att ge en bredare bild av de strukturella skillnaderna i beskattningen och skattesystemens utveckling i Finland och Sverige. Med att kombinera nationella myndighetskällor och internationella rapporter möjliggörs en mer omfattande analys på de faktorerna som påverkar beskattningen av influensernas holdingbolag.

Data som är insamlad möjliggör för en kvalitativ dokumentanalys på hurdana skillnader i beskattningen det finns mellan Finland och Sverige, samtidigt som de praktiska konsekvenserna för influensernas verksamhet synliggörs. Metoden säkerställer att formella regelverk och deras tillämpning i näringslivet beaktas i studiens slutsatser.

3.3 Urval och population

För att studien jämför lagstiftningen och skattesystem används det inte ett konventionellt urval av företag eller individer. Som alternativ definieras populationen som alla influensers i Finland och Sverige som hanterar den verksamheten de har via ett holdingbolag. Eftersom en heltäckande kartläggning av populationen i fråga inte är möjlig innanför de ramar som studien har, tillämpas ett urval av olika ekonomiska rapporter och offentliga skattedokument för att återspegla populationen. I studien beaktas att branschen för influensers i både Finland och Sverige kännetecknas och är omfattad av en stark digital närvaro. Det visar sig enligt data att störstadeln av de finska Instagram-influensers under första halvårsperiod i 2024 hade mellan 1000 och 10 000 följare. Detta tyder på att det finns en stor del mikroinfluensers i Finland och där med att det finns en omfattande grund av individer som kunde driva sin verksamhet via ett holdingbolag (Statista, 2024). Sverige hade under året 2023 en internetpenetrations procent på 88%

som skapar en främjande miljö för individer som fungerar som influencers att dra nytta av de olika digitala plattformarna för att främja sin verksamhet (Statista, 2023).

3.4 Reliabilitet och Validitet

För att kunna garantera studiens validitet, det vill säga i vilken grad studien faktiskt mäter det studien är avsedd att mäta, har det i studien tillämpats endast pålitliga källor, som till exempel officiella lagtexter, publicerade rapporter och skattemyndigheterna. Validiteten förstärks med hjälp av uppgifter från olika källor såsom nyhetsartiklar för att verifiera och jämföra, detta sänker risken på felaktiga tolkningar (Vetenskapsrådet, 2024). Reliabiliteten i studien syftar på studiens resulterade reproducerbarhet och konsekvent vid upprepade mätningar. Studien använder en konsekvent metod för datainsamlingen och analysen och eftersom studien baserar sig på stabila och pålitliga källor såsom lagstadga skatteregler och ekonomiska rapporter, förminskar sannolikheten för variationer av resultaten vid en upprepad undersökning, givet att lagstiftningen inte ändrar (Mälardalens universitet, 2025). På grund av att studien bygger på sekundärdata från etablerade organisationer och officiella källor, kan resultaten betraktas som relevanta och pålitliga för fortsatt forskning inom ämnet.

3.5 Forskningsetiska övervägande

Eftersom studien enbart baseras på offentligt tillgängliga källor och sekundärdata föreligger inga direkta etiska risker kopplade till insamlingen eller bearbetningen av data. Ingen insamling av personuppgifter, känsliga uppgifter eller annan konfidentiell information förekommer, vilket minimerar risken för intrång i individers privatliv eller andra integritetsproblem. All insamlad information används med respekt för källornas ursprung, och alla källor redovisas noggrant för att säkerställa forskningsetisk transparens och spårbarhet. För att upprätthålla god forskningspraxis följer studien de riktlinjer som fastställts i Arcadas direktiv för god vetenskaplig praxis i studier och forskning (Arcada, 2022) Detta innebär att studien utförs med särskild uppmärksamhet på korrekt källhänvisning, noggrann och ärlig återgivning av data samt undvikande av vilseledande tolkningar eller medveten feltolkning av material. Studien strävar efter att upprätthålla

objektivitet genom hela forskningsprocessen och säkerställer att slutsatser grundas på saklig och verifierbar information.

Därtill har forskningsetiska riktlinjer från Vetenskapsrådet (Vetenskapsrådet, 2024) beaktats, vilket ytterligare stärker arbetets vetenskapliga integritet och ansvarstagande. Genom att följa dessa principer säkerställs att studien genomförs på ett sätt som främjar trovärdighet, tillförlitlighet och respekt för både forskarsamhällets normer och samhällets krav på ansvarsfull forskning.

3.6 Begränsningar

Studien är begränsad enbart till Finland och Sverige, detta betyder att resultaten som studien åstadkommer inte per automatik kan generaliseras till andra länder med liknanden lagstiftning. En ytterligare begränsning utgörs av att skattereglerna och lagstiftningen kan ändras med tiden, detta kan påverka studiens framtida relevans. I och med att studien bygger på sekundärdata kan det förekomma faktorer som inte är inkluderade i de tillgängliga källorna.

4 Resultat

Kapitlet fokuserar på att analysera och presentera resultaten av jämförelsen av hur holdingbolag, ägda av influencers, beskattas i Finland respektive Sverige. Studiens fokus är på fem huvudområden: avdragsgilla kostnader, bolagsskatt, utdelningsbeskattning, bolagsbildning och regelmiljö med fokus på skatteplanering. Studiens fokus är på att svara på hur influencers holdingbolag påverkas skattemässigt i de två länderna och hur beskattningen skiljer sig i de två länderna. Förutom aktuell lagstiftning och förvaltningars riktlinjer har också branschspecifika och rättspraxistillämpningar beaktats för att ge svaren en bättre helhetsbild.

4.1 Bolagsskatt

Finland tillämpar en bolagsskatt på 20 % (Vero, 2025c), medan Sverige har en något högre sats på 20,6 % (Skatteverket, 2024) Även om skillnaden kan framstå som marginal, får den betydelse över tid och vid högre vinstnivåer. Ett holdingbolag med en årlig

vinst på 3 000 000 SEK beskattas med 600 000 SEK i Finland och 618 000 SEK i Sverige. Skillnaden blir 90 000 SEK på fem år, vilket kan påverka resurser till marknadsföring eller personal för en växande influensers verksamhet.

Det blir särskilt relevant i branscher där det förekommer höga kostnader i form av videoproduktion, temaresor och kampanjbudgetar. Vid återinvesteringar är även små skillnader i marginal viktig för kassaflöde och kapitalreserver. En annan relevant skillnad gäller möjligheten att använda tidigare års underskott. I Sverige kan underskott sparas utan tidsbegränsning, under förutsättning att verksamheten inte förändras väsentligt (Skatteverket, u.å.-j).

I Finland är förlustavdrag tillåtet i tio år, men förloras om över 50 % av bolaget byter ägare, om inte Skatteförvaltningen godkänner undantag (Vero, 2025b), (Inkomstskattelag 1535/1992 §122, 2025). Detta kan få stor betydelse för influensers som vill ta in investeringar eller sälja andelar av sitt bolag. Den praktiska konsekvensen är att finska influensers måste planera sin ägarstruktur mer konservativt för att inte riskera att gå miste om värdefulla förlustavdrag.

Ett exempel visar att en influenser som gör stora initiala investeringar för att bygga upp sitt varumärke kan gå med förlust de två första åren. I Sverige kan dessa förluster användas för att minska framtida vinstskatt, vilket gör det lättare att planera expansionsfasen (Business Sweden, 2024). I Finland förutsätter motsvarande planering en stabil ägarstruktur under hela perioden, vilket inte alltid är realistiskt i dagens entreprenöriella miljö.

I Finland förutsätter motsvarande planering en stabil ägarstruktur under hela perioden, vilket inte alltid är realistiskt i dagens entreprenöriella miljö. Om mer än 50 procent av ägandet förändras kan företaget förlora rätten att utnyttja tidigare års förluster (Taxand, 2018). Dessutom är möjligheten att föra fram förluster i Finland begränsad till en tioårsperiod, vilket ytterligare kan begränsa möjligheterna till strategisk skatteplanering för influenserna som genomgår ägarförändringar eller söker extern finansiering.

4.2 Utdelningsbeskattning

Utdelningar är en viktig inkomstform för influencers som driver holdingbolag. I Sverige beskattas utdelningar från onoterade bolag normalt som kapitalinkomst med 30 % (Skatteverket, u.å.-h). Genom 3:12-reglerna ges möjlighet till beskattning med 20 % för aktiva ägare upp till ett gränsbelopp, vilket är gynnsamt för många influencers som själva arbetar i sin verksamhet (Företagarna, u.å.-b). Detta system tillåter också en högre grad av skatteoptimering, särskilt när lön och utdelning kombineras strategiskt.

I Finland är systemet mer komplext. Om utdelningen understiger 8% av bolagets substansvärde beskattas endast 25% av utdelningen som kapitalinkomst (30%) och 75% är skattefri, vilket ger en effektiv beskattning på endast 7,5%. Om utdelningen överstiger 8% beskattas 85% som förvärvsinkomst med en progressiv skattesats, vilket kan leda till en total beskattning på över 45–50% (Vero, 2023). Eftersom substansvärdet är beroende av bokslutets innehåll, skapas också större krav på kapitalisering och bokföringsstrategier.

Rättsfallet HFD 2014:119 (Högsta förvaltningsdomstolen, 2014) visar att utdelningar kan omklassificeras som förvärvsinkomst om bolagets substansvärde inte är tillräckligt dokumenterat. I Sverige visar Högsta förvaltningsdomstolens avgörande i mål nr 4611–22 (Högsta förvaltningsdomstolen, 2023) att en passiv delägare kan beskattas i inkomstslaget kapital för utdelning från ett fåmansföretag, utan krav på att bolagets tillgångar eller substansvärde prövas. Enligt domen kan utomståenderegeln tillämpas när minst 30 procent av andelarna innehas av utomstående ägare och det inte finns särskilda skäl som talar emot. Den svenska modellen erbjuder därmed större stabilitet och förutsägbarhet för ägare som inte aktivt deltar i verksamheten, vilket är vanligt bland influencers som licensierar sin image eller säljer digitala produkter.

För att konkretisera skillnaderna i beskattning kan följande jämförelse användas:

Anta att en influencer tar ut en utdelning från sitt holdingbolag. I Sverige gäller de så kallade 3:12-reglerna, där utdelning upp till ett visst gränsbelopp beskattas med en fast kapitalskatt på 20 %. Om en influencer tar ut en utdelning på 100 000 SEK, och beloppet ryms inom gränsbeloppet, blir skatten 20 000 SEK. Vid en större utdelning, till

exempel 500 000 SEK, kan delar som överstiger gränsbeloppet beskattas som tjänsteinkomst upp till marginals-kattenivå (vilken kan nå upp till ca 55–57 % beroende på kommun och inkomstnivå). I praktiken innebär detta att bara en del av beloppet beskattas med 20 %, och resten progressivt med högre skattesatser, detta kan ge en total skatt på cirka 175 000–200 000 SEK beroende på situation.

I Finland beskattas utdelningar från onoterade bolag enligt en annan modell. Om holdingbolagets substansvärde är tillräckligt högt, kan en utdelning upp till 8 % av det beskattas med en lägre effektiv skattesats (7,5 % på 25 % av beloppet). Om däremot substansvärdet är lågt och utdelningen överstiger 8% gränsen, klassificeras upp till 85 % av utdelningen som förvärvsinkomst. Detta innebär att exempelvis en utdelning på 500 000 SEK med låg substans kan leda till att mer än 225 000 SEK beskattas enligt den progressiva inkomstskatten, vilket kan ge en total skattebörd på över 225 000 SEK beroende på marginals-katt och kommunalskatt. Skillnaden mellan ländernas modeller ligger alltså inte bara i procentsatsen, utan i hur utdelningens storlek, ägarens övriga inkomster och bolagets substansvärde påverkar den slutliga beskattningen.

Denna skillnad illustrerar inte bara de ekonomiska konsekvenserna, utan också vikten av strukturell planering och dokumentation i det finska systemet. Det innebär att valet av verksamhetsland kan få avgörande betydelse för influensers och andra digitala entreprenörers långsiktiga lönsamhet och flexibilitet.

4.3 Avdragsgilla kostnader

Avdragsrätten är avgörande för influensers, vars arbete ofta är kopplat till resor, innehållsproduktion och marknadsföring. I Sverige är kostnader som är direkt relaterade till intäktsgenerering i regel avdragsgilla, inklusive kamerautrustning, redigering, annonsering och resor, även om dessa sker utomlands (Skatteverket, u.å.-a). Om verksamheten bedrivs från hemmet kan dessutom en proportionerlig del av boendekostnaden vara avdragsgill. Det svenska systemet erkänner därmed moderna digitala affärsmodeller där gränsen mellan arbete och fritid kan vara flytande.

Svensk rättspraxis, exempelvis HFD 2011 ref. 20 (Högsta förvaltningsdomstolen, 2011a), har fastslagit att resor och kostnader för arbetsrelaterade aktiviteter kan

godkännas som avdrag även när gränsen till privatliv är relativt otydlig, förutsatt att de kan motiveras som nödvändiga för verksamheten. Detta skapar flexibilitet för influencers att investera i sin verksamhetsutveckling utan att omedelbart drabbas av ökade skatteuttag.

I Finland är regelverket däremot strängare. För att en kostnad ska vara avdragsgill måste det finnas ett klart och direkt samband mellan kostnaden och en specifik inkomstkälla (Vero, 2020a). Brandingkostnader, generella PR-resor eller utgifter för personlig presentation, såsom kläder eller kosmetiska förbättringar, anses ofta som privata och nekas därmed som avdrag. Detta bekräftas av finsk rättspraxis, såsom HFD 2015:90 (Högsta förvaltningsdomstolen, 2015), där domstolen slog fast att utgifter för personlig framtoning i huvudsak anses vara privata, även om de kan ha en indirekt inverkan på yrkesutövningen.

För många finska influencers skapar detta en betydande utmaning, särskilt då mycket av arbetet är projektbaserat och ekonomiska utfall kan dröja månader. I praktiken innebär detta att svenska influencers kan agera mer offensivt genom att göra bredare investeringar i exempelvis utrustning och resor, medan finska motsvarigheter måste bedriva striktare kalkylering och ha starkare dokumentation för varje enskild utgift.

Ett konkret exempel för att illustrera skillnaderna:

En influencer producerar innehåll i samarbete med fem olika varumärken under en månad och genomför utlandsresor för fotograferingar. I Sverige kan alla relaterade kostnader såsom flyg, hotell, rekvisita och utrustning föras som avdrag, även om fakturering och inkomstredovisning sker först nästföljande kvartal (Skatteverket, u.å.-a). I Finland däremot kan endast direkta kostnader som kan kopplas till ett specifikt kontrakt eller en verifierad inkomst godkännas (Vero, 2021b). Brandingrelaterade kostnader och generella varumärkesinvesteringar riskerar att klassas som privata och därmed inte bli avdragsgilla, vilket leder till högre skattebelastning och sämre kassaflöde i expansionsfaser.

Skillnaderna i avdragsrätt visar hur de olika skattesystemen i Sverige och Finland konkret påverkar influencers möjligheter till investering och tillväxt. Detta ger en grund för fortsatt diskussion om hur skattesystemens konstruktion antingen underlättar eller försvårar digitalt entreprenörskap.

4.4 Bildandet av holdingbolag

Det är administrativt möjligt att bilda ett holdingbolag i både Sverige och Finland, men skillnaderna mellan ländernas system påverkar både etableringsprocessen och de efterföljande möjligheterna till skatteplanering. I Sverige krävs ett aktiekapital på minst 25 000 SEK och registrering sker digitalt via Bolagsverket (Verksamt, u.å.). Processen är standardiserad och effektiv, och det finns omfattande stöd i form av mallar och e-tjänster, vilket underlättar för digitala entreprenörer som influencers.

I Finland finns inget krav på ett minimikapital för privata aktiebolag sedan lagändringen 2019, vilket teoretiskt sett gör bolagsbildning mer tillgänglig. Dock är etableringsprocessen mer formaliserad. Den ansvariga myndigheten, Patent- och registerstyrelsen (PRH), kräver en noggrant formulerad bolagsordning, styrelseprotokoll och en detaljerad verksamhetsbeskrivning (Patentti- ja rekisterihallitus (PRH), 2024). Om ansökan är bristfällig returneras den för komplettering, vilket kan fördröja registreringen med flera veckor.

Rättspraxis visar också på skillnader i den praktiska tillämpningen. I Sverige har Högsta förvaltningsdomstolen i HFD 2011 ref. 75 (Högsta förvaltningsdomstolen, 2011b) betonat vikten av korrekt registrerade och dokumenterade bolagsbildningar, men har samtidigt betonat principen om "faktisk verksamhet", där formella brister inte automatiskt ogiltigförklarar ett bolags rättigheter om en reell verksamhet föreligger. I Finland däremot visar HFD 2020:34 (Högsta förvaltningsdomstolen, 2020) att en bolagsregistrering som inte uppfyllde formella krav om styrelsens sammansättning kunde leda till avslag på ansökan och betydande fördröjning av verksamhetens start.

Skillnaderna i bolagsbildningsprocess och rättstillämpning visar på hur den administrativa miljön kan få reella ekonomiska konsekvenser för influencers som vill använda holding strukturer för att styra och optimera sin verksamhet.

4.5 Regelmiljö och skatteplanering

Sverige erbjuder en av Europas mest digitaliserade och transparenta regelmiljöer för småföretagare och entreprenörer. Skatteverket tillhandahåller ett brett utbud av digitala verktyg såsom förhandsbesked, resultatsimuleringar, momsberäkningar och stöd för utdelningsplanering (OECD, 2019). Genom e-tjänsten Mina sidor kan företagare själva hantera bokföring, momsredovisning och inkomstdeklaration utan manuell myndighetskontakt, vilket är särskilt fördelaktigt för influencers som verkar i en snabb och digitalt driven marknad.

Utöver detta erbjuder Tillväxtverket och Almi (Tillväxtverket, u.å.), (Almi, u.å.) rådgivning specifikt riktad till kreativa näringar, inklusive influencers, där frågor om affärsstruktur, moms vid digital försäljning och internationella skatteavtal behandlas. Denna tillgång till riktad information möjliggör att svenska influencers kan planera sin företagsverksamhet mer självständigt och kostnadseffektivt.

I Finland är situationen en annan. Trots tillgång till digitala tjänster som Vero.fi och MinSkatt kännetecknas systemet av ett större inslag av fallbaserad bedömning, vilket kräver individuella tolkningar från myndigheterna. Detta gäller särskilt för hybridformer av verksamhet där konsulttjänster, produktförsäljning och personlig varumärkesbyggnad kombineras, ett upplägg som är vanligt bland influencers. Enligt OECD:s rapport (OECD, 2020) har Finland, liksom flera andra medlemsstater, haft svårigheter att uppdatera regelverken i takt med nya företagsmodeller.

Finsk rättspraxis, som i HFD 2015:90 (Högsta förvaltningsdomstolen, 2015), bekräftar att kostnader för personlig presentation, såsom kläder eller PR-resor, oftast betraktas som privata och därmed inte är avdragsgilla, även om de indirekt gynnar verksamheten. Detta skapar en högre osäkerhet kring skatteplaneringen för influencers i Finland, jämfört med Sverige där praxis såsom HFD 2011 ref. 20 (Högsta förvaltningsdomstolen, 2011a) godtar ett bredare tolkningsutrymme för avdragsgilla arbetskostnader.

Vidare regleras beskattningen av utdelningar olika. I Finland måste ett onoterat bolag verkställa en förskottsinnehållning på 28 % om utdelningen till en fysisk person

överstiger 150 000 euro per år (Vero, 2025a). Detta påverkar kassaflödet och kräver särskild planering, även om den slutliga skatten avgörs först i den personliga beskattningen.

I Sverige beskattas kapitalinkomster från aktiebolag i regel med 30 %, men för onoterade bolag som inte klassas som fåmansföretag är skattesatsen 25 % (Skatteverket, 2024). Vidare medger 3:12-reglerna att aktiva delägare i fåmansföretag kan beskattas med endast 20 % på utdelningar upp till ett beräknat gränsbelopp.

Sammanfattningsvis visar jämförelsen att svenska influencers har tillgång till ett mer förutsägbart och stödande skattesystem, medan finska influencers möter större krav på dokumentation och individuell bedömning. Detta ger en grund för vidare diskussion om hur val av verksamhetsland kan påverka långsiktig affärsstrategi och skatteplanering.

5 Diskussion

Syftet med denna studie har varit att undersöka och analysera hur beskattningen av influencers holdingbolag skiljer sig mellan Finland och Sverige. Studien har inte begränsat sig till en översikt av lagtext eller bolagsstrukturer, utan haft som målsättning att undersöka hur existerande skattesystem fungerar i praktiken för influenserna, vars affärsmodeller ofta kännetecknas av hög flexibilitet, digital närvaro, personligt varumärke och inkomster från flera ibland svårdefinierade källor (Helsinki Times, 2024). Fokus har legat på att identifiera skillnader i avdragsmöjligheter, bolagsbildning, utdelningsbeskattning och skatteplanering samt att analysera hur skattesystemen stödjer eller begränsar influensernas möjligheter som företagare till långsiktig planering och tillväxt. En central utgångspunkt har varit att inte bara granska reglernas och lagarnas bokstavliga innehåll, utan också undersöka deras tillämpbarhet på affärsmodeller som på flera sätt avviker från de traditionella ramarna för näringsverksamhet. Det är därför avgörande att i diskussionen urskilja mellan generella strukturella skillnader i ländernas skattesystem och de utmaningar som är mer specifika för just influencers som företagare (Skatteverket, u.å.-d).

5.1 Tolkning av resultaten

Ett av de tydligaste resultaten är att det svenska skattesystemet tycks vara mera anpassat till moderna och digitala företagsformer än det finländska skattesystemet. Detta gäller särskilt för influencersna, som ofta kombinerar sin affärsverksamhet med sitt personliga varumärke och intäktsmodeller baserade på samarbeten. I Sverige framstår det som att systemet, trots att det inte direkt nämner influencers, är mer flexibelt i sin tillämpning, vilket öppnar för en bredare tolkning av vad som anses vara affärsrelaterade kostnader och legitima utdelningsstrategier (Skatteverket, u.å.-c).

Det innebär dock inte att det svenska Skatteverket har en särskilt positiv eller öppen inställning till just influencers. Resultaten tyder i stället på att de svenska skattereglerna har utvecklats mot en mer generell anpassningsbarhet, där principer om helhetsperspektiv och affärsinriktning skapar utrymme för att flera olika typer av verksamheter kan inkluderas. Reglernas och lagarnas struktur såsom reglerna kring avdrag och den digitala rådgivningsmiljön, verkar ge större frihet att optimera bolagsstrukturer, vilket i sin tur stöder entreprenörskap inom branscher (Skatteverket, u.å.-c).

I jämförelse visar det finländska systemet en mer oföränderlig inställning, där skattereglerna till stor del bygger på en traditionell företagslogik, tydligt definierade inkomster, standardiserade kostnader och en direkt koppling mellan investeringar och avkastning. För influencers, som ofta producerar innehåll med långsiktig påverkan på sitt personliga varumärke i stället för en direkt inkomst, kan detta bli problematiskt. Deras affärsmodell faller delvis utanför de strukturer som reglerna är byggda för, vilket ökar risken för rättslig osäkerhet och minskar möjligheterna till skatteplanering (Srishti, 2024).

5.2 Skillnader i avdragsmöjligheter

Avdragsmöjligheterna är ett område där skillnaderna mellan länderna får särskilt synliga konsekvenser för influencers. I Sverige tolkas avdragsrätten enligt ett relativt generöst affärsetiskt synsätt, det vill säga att om en kostnad rimligen kan anses bidra till intäktsgenerering eller stärka företagets position, är den ofta avdragsgill. Detta inkluderar resor, utrustning, PR-produktion, kampanjsamarbeten och till viss del även estetiska investeringar såsom styling och PR-utbildning, förutsatt förstås att kopplingen till verksamheten kan motiveras (Skatteverket, u.å.-d).

För holdingbolag är regeln att om bolaget är aktivt, det vill säga tillhandahåller skattepliktiga tjänster mot ersättning till sina dotterbolag, har det i normalfallet rätt till avdrag för ingående skatt på kostnader som har samband med denna verksamhet. Detta innebär att influencers som organiserar sin verksamhet genom ett aktivt holdingbolag kan dra nytta av dessa avdragsmöjligheter, vilket kan stärka deras ekonomiska position och möjliggöra investeringar i tillväxt (Skatteverket, 2017).

I Finland är tolkningen mer restriktiv och regelstyrd. Här krävs att varje kostnad har en direkt och konkret koppling till en specifik inkomstkälla. Detta innebär att influencers måste kunna bevisa att en resa exempelvis gjordes för att uppfylla ett specifikt kunduppdrag, det räcker alltså inte att den i allmänhet stärker influensernas personliga varumärke. Detta innebär att några av de mest avgörande investeringarna i influencers verksamheten, såsom förebyggande innehållsproduktion och långsiktig personlig varumärkesprofilering, inte godkänns skattemässigt. Resultatet blir en högre beskattningsbar vinst, lägre kassaflöde och minskat utrymme för affärsutveckling med fokus på tillväxt (Vero, 2025b).

Denna skillnad innebär inte nödvändigtvis att de finländska myndigheter är negativa till influencers, utan att regelverken i stället är utformade för en annan typ av näringsverksamhet. Influencers är därmed inte ett undantag från reglerna, men de utmanar de basprinciper som reglerna bygger på. Detta skapar ett behov av antingen en förändring i rättstillämpningen eller regeluppdatering om man önskar inkludera dessa nya företagsformer med samma villkor.

5.3 Administrativ hantering och rättslig förutsägbarhet

Administrativ förutsägbarhet och tillgång till vägledning är avgörande faktorer i varje företags skatteplanering. Här visar studien att Sverige, genom digitala verktyg och offentlig vägledning, erbjuder en relativt tydlig och enhetlig tolkningsram. Skatteverkets digitala plattformar, exempelvis Skatteverkets rättsliga vägledning och e-tjänster, ger både struktur och transparens. Även om tolkningsutrymme finns, är det ofta möjligt för företagare att i förväg förstå vilken skattepåföljd ett visst beteende kan få. Detta stärker

rättssäkerheten och minskar behovet av extern rådgivning, särskilt för mindre aktörer (Skatteverket, u.å.-e).

I Finland finns också digitala lösningar, som plattformen MinSkatt, men den kompletteras ofta av fallspecifik prövning. Vero har i högre grad bevarat en individuell bedömningsmetod, vilket innebär att liknande ärenden kan få olika utfall beroende på handläggare, dokumentation eller regionala metoderna. För traditionella företag med standardiserade strukturer kan detta fungera väl, men för influencers, vars affärsmodeller ofta är unika, ökar det osäkerheten (Vero, 2025b).

För traditionella företag med standardiserade strukturer kan detta fungera väl, men för influencers, vars affärsmodeller ofta är unika, ökar det osäkerheten. Ett centralt problem i denna kontext är att influencers sällan har fasta avtal eller entydiga inkomstkällor. Deras verksamhet är ofta beroende av samarbetsförfrågningar, sponsring, algoritmstyrd synlighet och immateriella tillgångar. När dessa faktorer inte fångas upp i skattesystemets rådgivning eller rättstillämpning, uppstår ett tomrum som tvingar företagarna att anlita dyr extern expertis. Detta höjer tröskeln för att ta sig in på marknaden, särskilt för unga och nystartade aktörer, och riskerar att bromsa innovationskraften i den digitala ekonomin.

5.4 Metoddiskussion

Det metodologiska valet att använda kvalitativ dokumentanalys har varit lämpligt med tanke på studiens syfte: att jämföra beskattningsregler och administrativ tillämpning mellan Finland och Sverige. Metoden möjliggör en systematisk granskning av rättsliga källor, myndighetsanvisningar och internationella rapporter, vilket är centralt vid en juridisk och skattemässig jämförelse (Bell m.fl., 2019).

Styrkan i metoden ligger i dess förmåga att identifiera och tolka föreskrivande skillnader på ett strukturerat sätt, utan att påverkas av enskilda individers tolkningar eller tillfälliga variationer i tillämpningen. Eftersom beskattning är starkt reglerad i lag och tillämpning, utgör dokumentanalys en stabil grund för att analysera hur systemen är utformade och vad de möjliggör eller begränsar (Bell m.fl., 2019), (Vero, 2025c), (Skatteverket, u.å.-e).

Samtidigt har metoden vissa begränsningar. Den ger ingen direkt inblick i hur influensers själva upplever skattesystemens tillämpning i praktiken. Detta kan vara särskilt relevant i en snabbt föränderlig bransch där regler ofta tolkas olika beroende på situation. En kombination med kvalitativa intervjuer med influensers eller skatteexperter hade kunnat ge ytterligare djup till analysen och synliggjort eventuella tolkningsskillnader eller praktiska hinder som inte framgår av lagtext eller vägledning (Bell m.fl., 2019).

Dessutom bygger studien på offentligt tillgängliga källor, vilket ger god transparens men samtidigt innebär att vissa interna tolkningsdokument eller icke-publicerade ställningstaganden från skattemyndigheter inte beaktas. Det kan påverka validiteten i den del av analysen som rör faktisk tillämpning snarare än teoretisk struktur (Skatteverket, u.å.-e), (Vero, 2025c).

Sammanfattningsvis har den valda metoden passat bra för en jämförelse av lagstiftningen, men resultaten bör tolkas med förståelse för att studien främst visar hur reglerna är uppbyggda, inte hur de alltid fungerar i praktiken.

6 Slutsatser

Syftet med detta lärdomsprov var att jämföra beskattningen av influensers holdingbolag i Finland och Sverige, med särskilt fokus på bolagsskatt, utdelningsbeskattning och avdragsgilla kostnader. Resultaten visade att även om likheter finns mellan ländernas skattesystem, finns det också flera avgörande skillnader som kan påverka influensers val av verksamhetsland.

I fråga om bolagsskatten är skillnaderna små, men i och med Finlands kortare tidsbegränsning för förlustavdrag och striktare regler vid ägarförändringar kan Sverige erbjuda större flexibilitet för långsiktig skatteplanering (Vero, 2020b). Utdelningsbeskattningen i Finland är mer komplex och kan vid höga utdelningar resultera i betydligt högre beskattning jämfört med Sveriges 3:12-regler, vilka även om de är komplicerade, erbjuder bättre planeringsmöjligheter (Företagarna, u.å.-b).

Vad gäller avdragsgilla kostnader är Sveriges system generellt sett flexiblere än Finlands, vilket kan gynna influensers med omfattande verksamhet och varierande kostnadsstruktur. Dessutom framkom att Sverige erbjuder bättre digitala tjänster och mer

tillgänglig vägledning för entreprenörer, medan den finska regelmiljön ofta kräver extern expertis även i enklare frågor (Helsinki Times, 2024).

Övergripande kan konstateras att Sverige erbjuder ett mera förutsägbart och planeringsvänligt skattesystem för influencers som driver verksamhet via holdingbolag. Finland erbjuder också möjligheter, men kräver ofta en noggrannare planering och extern rådgivning för att optimera beskattningen.

Arbetets resultat kan ge vägledning till influencers och deras rådgivare vid val av verksamhetsland och företagsstruktur. Slutsatserna är dock begränsade till den aktuella lagstiftningen fram till år 2025 och omfattar inte eventuella framtida förändringar i skattesystemen.

6.1 Förslag till vidare forskning

Denna studie fokuserade på en kvalitativ dokumentanalys som jämför mellan Finland och Sverige baserad på aktuell lagstiftning fram till år 2025. Studien omfattade endast beskattning kopplat till bolagsskatt, utdelningar och avdragsgilla kostnader för influencers holdingbolag (Skatteverket, u.å.-d), (Siljamäki & Härmälä, 2024). Ett naturligt avgränsningsbeslut var att inte inkludera kvalitativa data, såsom intervjuer med influencers eller skatteexperter, vilket kunde ha gett ytterligare perspektiv på praktisk tillämpning av regelverken.

Vidare forskning kunde med fördel inkludera en kvalitativ del där influencers egna erfarenheter och utmaningar i skatteplaneringen kartläggs. Det vore även värdefullt att i framtiden undersöka hur ändringar i internationella skatteregler, såsom globala miniskatter och förändringar i EU:s skattedirektiv, påverkar influencers holding strukturer (Siljamäki & Härmälä, 2024).

En annan möjlig inriktning för vidare forskning är att utvidga jämförelsen till fler länder, exempelvis Norge eller Danmark, för att ge en ännu bredare nordisk bild. Dessutom kunde studier göras kring hur skillnader i bolagsrätt och bankreglering påverkar valet av etableringsland, inte enbart skattesystemet i sig. Slutligen skulle en longitudinell studie som följer influencers bolagsstrukturer över tid kunna ge insikter i hur stabila och hållbara de valda strategierna.

Källor

- Almi. (u.å.). *Almi - Företagslån, riskkapital och affärsutveckling till företag*. Hämtad 06 maj 2025, från <https://www.almi.se/>
- Arcada. (2022). *DIREKTIV FÖR GOD VETENSKAPLIG PRAXIS I STUDIER OCH FORSKNING VID ARCADA Innehållsförteckning*. <https://start.arcada.fi/system/files/media/file/2022-05/Direktiv%20f%C3%B6r%20god%20vetenskaplig%20praxis%20i%20studier%20och%20forskning%20vid%20Arcada.pdf>
- Bell, E., Bryman, A., & Harley, B. (2019). *Business Research Methods* (5: uppl.). Oxford University Press.
- Bengtsson, I. (2024). *Ida Bengtsson Företags avdragsrätt för reklamgåvor och sponsring inom influenser-marknadsföring Skatterätt Magisteruppsats avancerad nivå Termin: VT24 Handledare*. <https://kau.diva-portal.org/smash/get/diva2:1863188/FULLTEXT01.pdf>
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2). https://www.researchgate.net/publication/240807798_Document_Analysis_as_a_Qualitative_Research_Method
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods* (5: uppl.). Oxford University Press.
- Buisness Sweden. (2024). *CORPORATE TAX IN SWEDEN*. <https://www.business-sweden.com/globalassets/services/learning-center/establishment-guides/2024/taxes-and-property/corporate-tax-in-sweden.pdf>
- EY Sverige. (2023, januari 30). *Fördelarna med att starta ett holdingbolag | EY - Sverige*. https://www.ey.com/sv_se/insights/private-business/fordelarna-med-att-starta-ett-holdingbolag
- Finansministeriet. (u.å.). *Beskattnings av utdelning som erhålls av fysiska personer eller dödsbon - Valtiovarainministeriö*. Hämtad 24 april 2025, från <https://vm.fi/sv/beskattnings-av-utdelning-som-erhalls-av-fysiska-personer-eller-dodsbon>
- Finnwatch. (2024, augusti). *Osinkoverojen välttelyä holdingyhtiöjärjestelyn avulla*. <https://finnwatch.org/fi/julkaisut/osinkoverojen-vaelttelyae-holdingyhtioejaerjestelyn-avulla>
- Företagarna. (u.å.-a). *Hur mycket lön och utdelning ska jag ta i mitt fåmansbolag 2024? - Företagarna*. Hämtad 25 april 2025, från <https://www.foretagarna.se/juridisk-faq/skatter/hur-mycket-lon-och-utdelning-ska-jag-ta-i-mitt-famansbolag/>
- Företagarna. (u.å.-b). *Hur mycket utdelning kan jag ta enligt fåmansföretagsreglerna? - Företagarna*. Hämtad 27 april 2025, från <https://www.foretagarna.se/juridisk-faq/skatter/utdelning-enligt-famansforetagsreglerna/>

- Företagarna. (u.å.-c). *Ska jag ta lön eller utdelning från mitt AB? - Företagarna*. Hämtad 13 april 2025, från <https://www.foretagarna.se/driva-eget-foretag/handbocker-och-guider/handbok-312-reglerna/ska-jag-ta-lon-eller-utdelning-fran-mitt-ab/>
- Hadzic, A. (2022, januari 28). *Holdingbolag - när behövs det?* <https://blogg.pwc.se/foretagarbloggen/holdingbolag>
- Hedberg, V. (2024, november 13). *Holdingbolag och andra bolagsformer - fördelar och nackdelar.* <https://talenom.com/sv-se/blog/administration-och-juridik/holdingbolag-och-andra-bolagsformer-fordelar-och-nackdelar/>
- Helsinki Times. (2024, augusti 24). *Influencers continue aggressive tax planning through holding company arrangements - Helsinki Times.* <https://www.helsinkitimes.fi/finland/finland-news/domestic/25563-influencers-continue-aggressive-tax-planning-through-holding-company-arrangements.html>
- Helsinki Times. (2025, april 24). *Government targets influencer tax schemes with ‘massimuija clause’ - Helsinki Times.* <https://www.helsinkitimes.fi/finland/finland-news/domestic/26683-government-targets-influencer-tax-schemes-with-massimuija-clause>
- Högsta förvaltningsdomstolen. (2011a, maj 24). *HFD 2011:24 | lagen.nu.* <https://lagen.nu/dom/hfd/2011:24>
- Högsta förvaltningsdomstolen. (2011b, oktober 25). *HFD 2011:75 | lagen.nu.* <https://lagen.nu/dom/hfd/2011:75>
- Högsta förvaltningsdomstolen. (2014, juli 3). *HFD:2014:119 - Korkein hallinto-oikeus.* <https://www.kho.fi/sv/index/beslut/prejudikat/1404212197166.html>
- Högsta förvaltningsdomstolen. (2015, juni 11). *HFD:2015:90 - Korkein hallinto-oikeus.* <https://kho.fi/sv/index/beslut/prejudikat/1433837102608.html>
- Högsta förvaltningsdomstolen. (2020, april 2). *HFD:2020:34 - Korkein hallinto-oikeus.* <https://www.kho.fi/sv/index/beslut/prejudikat/1585636413522.html>
- Högsta förvaltningsdomstolen. (2023). *4611--22.* <https://www.domstol.se/globalassets/filer/domstol/hogstaforvaltningsdomstolen/2023/domar-och-beslut/4611--22.pdf>
- IMF, & OECD. (2017). *IMF/OECD Report for the G20 Finance Ministers TAX CERTAINTY.* <https://www.imf.org/external/np/g20/pdf/2017/031817.pdf>
- Inkomstskattelag 1535/1992 §122. (2025, januari 1). *1535/1992 | Lagstiftning | Finlex.* https://www.finlex.fi/sv/lagstiftning/1992/1535#part_5_sec_121_heading

- Mauritzson, E. (2022, mars 15). *Holdingbolag eller inte? / Seminarier / Tillväxt Malmö*.
<https://www.tillvaxtmalmo.se/nyhet/holdingbolag-eller-inte>
- Mälardalens universitet. (2025). *LibGuides: Metoddoktorn - vägledning för uppsatser och PM i företagsekonomi: Reliabilitet*. <https://libguides.mdu.se/c.php?g=678062&p=4832301>
- Nilsson, A. (2024, september 4). *Vad är ett holdingbolag, och varför ska du starta ett? / Wint*. <https://www.wint.se/blogg/holdingbolag-vad-ar-det-och-nar-ska-du-starta-ett>
- OECD. (u.å.). *Base erosion and profit shifting (BEPS) / OECD*. Hämtad 02 mars 2025, från <https://www.oecd.org/en/topics/policy-issues/base-erosion-and-profit-shifting-beps.html>
- OECD. (2019). *Digital Government Review of Sweden*. OECD.
<https://doi.org/10.1787/4daf932b-en>
- OECD. (2020). *Tax Challenges Arising from Digitalisation – Report on Pillar Two Blueprint*. OECD. <https://doi.org/10.1787/abb4c3d1-en>
- Patentti- ja rekisterihallitus (PRH). (2024, oktober 23). *PRH - Handelsregistret - Etableringsanmälan*. <https://www.prh.fi/sv/kaupparekisteri/osakeyhtio/perustaminen.html>
- Penttilä, O., & Pellikka, J. (2021, december 1). *Holdingyhtiörakenne - yleisiä huomioita ja verotuksellisia näkökohtia / EY - Suomi*. https://www.ey.com/fi_fi/insights/assurance/holdingyhtioerakenne-yleisia-huomioita-ja-verotuksellisia-naekoekohtia
- Scandicorp. (2022). *Guide to Sweden's Regulatory Framework and Government Incentives*. <https://scandicorp.com/guide-to-swedens-regulatory-framework-and-government-incentives/>
- Siljamäki, E., & Härmälä, L. (2024, augusti 28). *"Systemet är sönder" – influerare kan sänka sina skatter ordentligt / Inrikes / Svenska Yle*. <https://yle.fi/a/7-10062843>
- Skatteverket. (u.å.-a). *Andra kostnader i näringsverksamhet / Rättslig vägledning / Skatteverket*. Hämtad 27 april 2025, från <https://www4.skatteverket.se/rattsligvagledning/edition/2025.2/331530.html>
- Skatteverket. (u.å.-b). *Beskattningsregler för aktiebolag / Rättslig vägledning / Skatteverket*. Hämtad 25 april 2025, från <https://www4.skatteverket.se/rattsligvagledning/edition/2025.1/331679.html>
- Skatteverket. (u.å.-c). *Ersättning och utbetalning till influencers*. Hämtad 05 maj 2025, från <https://www.skatteverket.se/foretag/arbetsgivare/lonochersattning/ersattningochutbetalningtillinfluencers.4.309a41aa1672ad0c8378166.html>

- Skatteverket. (u.å.-d). *Influencers och reklamsamarbeten* / Skatteverket. Hämtad 02 mars 2025, från <https://www.skatteverket.se/privat/skatter/arbetoehinkomst/in-komster/influencersochreklamsamarbeten.4.41f1c61d16193087d7f125bd.html>
- Skatteverket. (u.å.-e). *Internetinkomster m.m.* / Rättslig vägledning / Skatteverket. Hämtad 05 maj 2025, från <https://www4.skatteverket.se/rattsligvagledning/edition/2025.1/364826.html>
- Skatteverket. (u.å.-f). *Onoterade aktier och andelar* / Rättslig vägledning / Skatteverket. Hämtad 25 april 2025, från <https://www4.skatteverket.se/rattsligvagledning/edition/2025.2/2801.html>
- Skatteverket. (u.å.-g). *Organisationskostnader m.m.* / Rättslig vägledning / Skatteverket. Hämtad 05 maj 2025, från <https://www4.skatteverket.se/rattsligvagledning/edition/2025.2/409617.html?q=Holdingbolag+-+avdragsr%C3%A4tt>
- Skatteverket. (u.å.-h). *Regler för fåmansföretag – en översikt*. Hämtad 25 april 2025, från <https://www.skatteverket.se/foretag/drivaforetag/foretagsformer/famansforetag/reglerforfamansforetagenoversikt.4.41f1c61d16193087d7f4d82.html>
- Skatteverket. (u.å.-i). *Startsida* / Skatteverket. Hämtad 27 april 2025, från <https://www.skatteverket.se/>
- Skatteverket. (u.å.-j). *Underskott* / Skatteverket. Hämtad 24 april 2025, från <https://www.skatteverket.se/foretag/drivaforetag/foretagsformer/aktiebolag/underskott.4.8bcb26d16a5646a1487d2.html>
- Skatteverket. (2017, december 19). *Holdingbolag - avdragsrätt för mervärdesskatt* / Rättslig vägledning / Skatteverket. <https://www4.skatteverket.se/rattsligvagledning/edition/2025.1/365766.html>
- Skatteverket. (2024, oktober). *Skatteregler för aktie- och handelsbolag – med deklaratiansanvisningar (SKV 294), Företag och organisationer* / Skatteverket. <https://www.skatteverket.se/foretag/etjansterochblanketter/blanketterbroschyrer/broschyrer/info/294.4.39f16f103821c58f680007353.html>
- Slotte, C. (2023, mars 23). *Så påverkas följarna av influencers reklam på sociala medier* / SVT Nyheter. <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/vastmanland/sa-paverkas-foljarna-av-influencers-reklam-pa-sociala-medier>
- Sparbanken. (u.å.). *Avskrivningar och avdrag i företagets skattedeklaration - Sparbanken*. Hämtad 05 maj 2025, från <https://www.saastopankki.fi/sv-se/kundservice/tips/foretag/dags-for-skattedeklarationen>
- Srishti, S. (2024, augusti 28). *How Influencers use aggressive tax planning via holding company structures in Finland?* <https://www.linkedin.com/pulse/how-influencers-use-aggressive-tax-planning-via-holding-srishti-singh-bkv5c>

- Statista. (2023, december 6). *Influencer marketing in Sweden - statistics & facts* / Statista. <https://www.statista.com/topics/11149/influencer-marketing-in-sweden/#topicOverview>
- Statista. (2024, september 11). *Finland: Instagram influencers by followers 2024* / Statista. <https://www.statista.com/statistics/1491227/finland-distribution-of-instagram-influencers-by-followers/>
- Suomi.fi. (2025, januari 27). *Att grunda aktiebolag - Suomi.fi*. <https://www.suomi.fi/foretag/grunda-ett-foretag/foretagsformer/guide/aktiebolag/att-grunda-aktiebolag>
- Taxand. (2018). *FINLAND 1 GLOBAL GUIDE TO M&A TAX: 2018 EDITION*. https://www.taxand.com/wp-content/uploads/2018/08/Finland_Tax-and_MA_guide_2018_v3.pdf
- Tillväxtverket. (u.å.). *Tillväxtverket - Tillväxtverket*. Hämtad 27 april 2025, från <https://tillvaxtverket.se/>
- Verksamt. (u.å.). *Starta och registrera aktiebolag - verksamt.se*. Hämtad 13 april 2025, från <https://verksamt.se/starta-foretag/valj-foretagsform/aktiebolag>
- Verksamt. (2025, april 3). *Avdrag för kostnader i aktiebolag - verksamt.se*. <https://verksamt.se/skatter-avgifter/aktiebolag/avdrag-for-kostnader>
- Vero. (u.å.). *Företagskunder - vero.fi*. Hämtad 27 april 2025, från <https://www.vero.fi/sv/foretag-och-samfund/>
- Vero. (2020a, januari 20). *Avdrag - vero.fi*. <https://www.vero.fi/sv/foretag-och-samfund/skatter-och-avgifter/rorelseidkare-eller-yrkesutovare/avdrag/>
- Vero. (2020b, juni 24). *Fastställd förlust och ägarbyte - vero.fi*. https://www.vero.fi/sv/Detaljerade_skatteanvisningar/anvisningar/48572/fastst%C3%A4lld-f%C3%B6rlust-och-%C3%A4garbyte/
- Vero. (2021a, juli 1). *Avdrag för fastställda förluster - vero.fi*. <https://www.vero.fi/sv/foretag-och-samfund/skatter-och-avgifter/aktiebolag-och-andelslag/inkomstbeskattning/avdrag-for-faststallda-forluster/>
- Vero. (2021b, november 29). *Representationsutgifterna vid inkomstbeskattningen - vero.fi*. https://www.vero.fi/sv/Detaljerade_skatteanvisningar/anvisningar/48743/representationsutgifterna-vid-inkomstbeskattningen2/
- Vero. (2023, september 20). *Beskattning av dividendinkomster - vero.fi*. https://www.vero.fi/sv/Detaljerade_skatteanvisningar/anvisningar/47901/beskattning-av-dividendinkomster4

- Vero. (2025a, januari). *Dividender av onoterade bolag* - vero.fi.
<https://www.vero.fi/sv/privatpersoner/egendom/placeringar/dividender/dividender-av-onoterade-bolag>
- Vero. (2025b, januari 1). *Inkomster av kanaler på sociala medier – aktiebolag* - vero.fi.
<https://www.vero.fi/sv/foretag-och-samfund/skatter-och-avgifter/aktiebolag-och-andelslag/inkomstbeskattning/inkomster-av-bloggar-vloggar-och-kanaler-p%C3%A5-sociala-medier--aktiebolag/>
- Vero. (2025c, januari 1). *Tuloverotus - osakeyhtiö ja osuuskunta* - vero.fi.
<https://www.vero.fi/sv/foretag-och-samfund/skatter-och-avgifter/aktiebolag-och-andelslag/inkomstbeskattning/>
- Vero. (2025d, januari 22). *Arbete via en digital plattform* - vero.fi.
<https://www.vero.fi/sv/privatpersoner/skattekort-och-skattedeklaration/inkomster/f%C3%B6rv%C3%A4rvsinkomster/arbete-via-en-digital-plattform/>
- Vetenskapsrådet. (2024, november 25). *Etik i forskningen* - Vetenskapsrådet.
<https://www.vr.se/uppdrag/etik/etik-i-forskningen.html>
- Wasastjerna, S. (2022, september 24). *Dagens influencers är multitalanger i ett föränderligt klimat: ”De blir mer och mer integrerade i den traditionella företagsvärlden”* | Inrikes | Svenska Yle. <https://yle.fi/a/7-10019920>
- Watkins, D., & Burton, M. (2017). *Research Methods in Law* (2: uppl.). Routledge.
- Öljemark, J. (2025, februari 28). *Kapitalinkomstskatt*. https://www.ekonomifakta.se/sakomraden/skatt/skatt-pa-foretagande-och-kapital/kapitalinkomstskatt_1208645.html