

af Importen umuliggøres. Salget af Cigaretter ligger nemlig ikke saa lige til, at man kan faa Publikum til at betale denne nye Stempelskat paa de allerede gængse Mærker. Der er indenfor Cigaretbranchen kun ganske specielle Priser, til hvilke Cigaretter med Held kunne udbydes. Tæge vi den mest almindelige Pakning, 10 Stk., da sælges denne i Cigarforretninger kun til følgende Priser: 10, 15, 25, 30, 35, 40, 50 Øre og lidt i noget højere Priser. Mellemliggende Priser som 13, 17, 22, 27 o. s. v. ere ganske uigennemførlige.

De til ovennævnte Udsalgspriser svarende en gros Priser stille sig saaledes:

10 Stk. Cigaretter til Udsalg	10 Øre	Kr. 6,50 à 7 pr. 1000
10 — — — —	15 — —	10 — 1000
10 — — — —	25 — —	16 à 17 — 1000
10 — — — —	30 — —	20 — 1000
10 — — — —	35 — —	23 à 24 — 1000
10 — — — —	40 — —	26 à 27 — 1000
10 — — — —	50 — —	32 à 33 — 1000

Om hertil føjes de af Finansministeren foreslaaede Takster for Stempelskat, stille en gros Priserne sig saaledes:

Kr. 6,50 à 7 med Stempelskat	Takst 2	Kr. 8,50 à 9
— 10 — — —	— 3 —	13 —
— 16 à 17 — —	— 4 —	21 à 22 —
— 20 — — —	— 4 —	25 —
— 23 à 24 — —	— 5 —	30,50 à 31,50 —
— 26 à 27 — —	— 5 —	33,50 à 34,50 —
— 32 à 33 — —	— 6 —	42 à 43 —

Det fremgaar til Overflod tydeligt heraf, at ikke en eneste Pris efter den nye Stempelskat falder saaledes, at Væarerne kunne sælges til nogen af de almindelige gængse Priser paa Cigaretpakninger. Da Konsumenterne og Cigarhandlerne naturligvis maa antages at kende Stempeltaksterne, jfr. Lovforslaget Pag. 9, 22. Linie fra oven, kunne Priserne ikke forhøjes med større Beløb end selve Stempelskatten, og Resultatet bliver, at alle nu indførte, med store Omkostninger opreklamerede Mærker ville gaa ud af Markedet, og nye maa arbejdes ind fra Grunden. Allertydeligst vil dette vise sig med Hensyn til saadanne Mærker, som ere afpassede til Salg i Automater, og som altsaa ere tilpassede efter en bestemt Mønt, 10 eller 25 Øre.

Hvad det vil sige i Penge, fremgaar bedst af, hvad der maa ofres til Reklame for at indarbejde et Cigaretmærke. Thi uden Reklame indføres intet Cigaretmærke blandt Publikum. Man smager sig ikke en Cigaretts Værdi til. Man læser Annonce paa Annonce, til Navnet har bidt sig fast, man prøver det paagældende Mærke, man finder det „godt“ uden at kunne anføre hvorfor, og ryger det. For at illustrere, hvad Indarbejdelsen og Opretholdelsen af et Cigaretmærke koste, skulle vi anføre, at vi til Reklame for vore to bekendte Cigaretmærker „Bogdanoff Nr. 87 & 104“, som vi optog til Forhandling i 1903, have bekostet ca. 35,000 Kroner, fordelt som følger.

1903	966 Kr.	1908	6031 Kr.
1904	1004 —	1909	4270 —
1905	3300 —	1910	7767 —
1906	3240 —	1911	—
1907	5607 —	første Halvdel	2883 —

Som det fremgaar af ovenstaaende Specifikation, har det navnlig efter Toldloven af 1908 været nødvendigt at ofre Penge paa Reklame for at holde Salget oppe paa en nogenlunde Omsætning.

Bliver det foreliggende Lovforslag vedtaget i den nu fremsatte Form, kunde man vel formene, at Importørerne atter vilde forsøge at indarbejde nye Mærker. Nej. Siden 1908 har Importøren allerede haft usikre og urimelige Forhold at arbejde under, og hvem tør sætte Arbejde og Penge ind paa at indarbejde nye Mærker, naar ved Toldlovens Revision om 5 Aar Staten maaske atter kommer og ødelægger det