

Bemærkninger til forslaget

Danmark er det eneste land i EU, hvor det ikke er tilladt at sælge øl og mineralvand på metaldåser. Det danske system med returflasker med pant har i mange år betydet, at returprocenten i Danmark er på over 90. En del af æren for den høje returprocent har den høje pant. Det er dyrt at bortkaste flasker med pant, hvorfor de fleste husker at medbringe returflasker ved køb af nye flasker med øl og mineralvand. De flasker, som bliver efterladt i naturen og andre steder, bliver hurtigt indsamlet af børn og voksne, der kan tjene gode lomme penge ved indsamlingen. Der er ingen tvivl om, at det danske system er godt og bevaringsværdigt.

Men forbrugere skal have en valgmulighed.

Øl og mineralvand på dåser har en række praktiske fordele.

- Dåser holder bedre indholdet koldt i varme.
- Dåser udgør ingen fare ved knusning.
- Dåser går ikke itu ved tab.
- Dåser kræver ikke plastkasser til transport, men kan emballeres i pap.

I regeringens argumenter imod metaldåser er der ikke taget højde for ovenstående fordele. I stedet har regeringen i redegørelsen om miljøvurderingen af emballage til øl og læskedrikke i metal, som blev afgivet til Folketingets Miljø- og Planlægningsudvalg den 2. maj 1996, jf. alm. del - bilag 851, folketingsåret 1995-96, valgt at strække miljøelastikken så langt, at argumentationen næsten er grinagtig. Der argumenteres for livscyklusanalyser, ressourceforbrug og en række andre faktorer. På trods af, at der på side 4 i et notat, der var vedlagt redegørelsen, under overskriften »Usikkerhed« fremgår følgende: »Der er generelt store usikkerheder og variationer forbundet dels med resultaterne i kortlægningen og dels med resultaterne i miljøvurderingen« - hvilket på dansk betyder, at det meste er gætterier - så (mis)bruger regeringen miljøargumentet for at holde metaldåserne ude af Danmark.

Hvis forbrugere ønsker at drage nytte af de nævnte fordele, skal det være tilladt at købe øl og mineralvand på dåse.

For at forhindre, at dåserne bortkastes i naturen, skal der indføres et pantsystem efter svensk model. I Sverige har man med en pantordning formået at have en genanvendelsesprocent på over 90. Ved den svenske pantordning bliver der ved køb af øl og mineralvand på dåse tillagt et pantbeløb. Ved supermarkeder og andre steder er der opstillet automater, som kan »fodres« med de tomme dåser. Dåserne tælles af maskinen, som udskriver en pantbon, der kan indløses. Dåserne bliver herefter presset sammen og bragt til genanvendelse. Metalressourcerne går således ikke tabt, men genanvendes.

Ved indførelse af en pantordning i Danmark må regeringen ikke sætte pantbeløbet for højt i det slet skjulte håb, at salget derved vil blive mindsket. Høj pant vil nemlig invitere til, at dåser købt i andre lande kan omsættes til penge i Danmark. Denne trafik kendes allerede i dag, hvor danskerne køber f.eks. dåseøl i Tyskland og bringer de tomme dåser til salg i Sverige.

I EU er der vedtaget et emballagedirektiv. Direktivet skal være implementeret den 30. juni 1996. Regeringen har valgt en konfrontationskurs over for EU. Det er ikke klogt, eftersom de danske argumenter er præget af ideologisk modstand. EU vil med rette kunne hævde, at den danske regerings modstand er usaglig, eftersom så mange andre lande har metaldåser uden nævneværdige problemer. Hverken Tyskland, England eller andre EU-lande flyder med tomme dåser, som det hævdes af regeringen.

Dertil kommer, at vi i dag kan købe dåseprodukter uden problemer. Det er muligt at købe sportsdrik, kakaomælk, frugtjuice m.v. på dåse. Når regeringen foreholdes dette faktum, er dens eneste modargument, at salget af disse læskedrikke ikke udgør så stor en omsætning, som det forventes for øl og mineralvand. Her holder argumentationen altså heller ikke. Dertil kommer, at det allerede i dag er tilladt at indføre øl og mineralvand på dåse fra andre lande til Danmark, hvis det bare er slutforbrugeren, som forestår indførelsen. Hvis en pølsemand, restauratør eller købmand henter øl eller mineralvand på dåser i udlandet, må de ikke gøres til genstand for videresalg, men kunder-