

ning for en Coca-Cola, fordi den er dyr, og derfor er det procentvis en meget lille prisstigning.

Så er prisstigningen på en billig sodavand faktisk mere betydelig målt i procenter. Derfor vil jeg sige, at hvis der er noget, der bekymrer lidt, så skulle det være hensynet til de små lokale sodavandsbryggerier, som også har henvendt sig. Jeg har fuld forståelse for, at de har problemer. Jeg havde egentlig talt forventet, at Venstre og De Konservative, som altid kerer sig om erhvervslivet, var dem, der var kommet frem med det her i debatten, men det har de ikke gjort. Men det vil jeg gerne gøre.

Jeg synes, det er et reelt problem, at vi kan komme til at gøre det vanskeligere for de mindre sodavandsfabrikker at overleve konkurrencen med monopolet, som jo er Coca-Cola og Carlsberg. Derfor er jeg meget tilfreds med, at der i forslaget står, at det overvejes, at man på sigt vil ændre afgiften på sodavand fra at være en literafgift til at være en værdibaseret afgift. Det betyder jo lige præcis, at de dyre produkter, Coca-Cola og de andre monopolprodukter, vil få en højere afgift, hvorimod Landkær og de andre små vil få en mindre afgift.

Derfor har jeg et spørgsmål til skatteministeren: Når der står på sigt, hvor lang tid skal vi så vente? For jeg synes i virkeligheden, at det er noget af det mest interessante i det her forslag, hvis vi på den måde kan få taget, om jeg så må sige, de her penge først og fremmest fra Coca-Cola og Carlsberg og ikke fra forbrugerne.

Hr. Flemming Hansen var før oppe at sige, at prisforskellen er stor, mellem hvad en Coca-Cola koster i Tyskland, og hvad den koster i Danmark, men det er den jo ikke på grund af, at vi har så meget højere afgifter i Danmark. Næ, det er, fordi der er et monopol i Danmark, der sikrer, at Coca-Cola kan tage en urimelig høj pris for produkterne, og fordi alle de andre monopolsodavand koster urimelig meget i Danmark sammenlignet med, hvad de koster i andre lande. Det er selvfølgelig, fordi Coca-Cola og Carlsberg scorer en meget væsentlig merprofit. Derfor kunne vi lave om på afgiften. Så ville det i virkeligheden ikke koste forbrugerne noget. Så ville det først og fremmest være merprofiten for Carlsberg og Coca-Cola, vi inddrager.

Derfor er min opfordring og mit ønske, at omlægningen fra literafgift til værdiafgift ikke kan gå hurtigt nok.

Kim Behnke (FRI):

Når man hører hr. Frank Aaen, er der ingen tvivl om, hvem der er idémændene bag de forslag, vi behandler i øjeblikket.

Enhedslisten har tegnet og fortalt i Finansministeriet og desværre lokket regeringen og nu også åbenbart Kristeligt Folkeparti og CD med.

Vi ser på forslaget på den måde, at vi ikke har behov for at skaffe et provenu til at finansiere noget som helst, hverken i morgen eller på andre dage. Hvad det angår, burde CD og Kristeligt Folkeparti grave i egen erfaring med de enorme muligheder, der er på det samme budget. Man behøver ikke at gå ud og forhøje nogen som helst afgifter.

Kigger vi så på det her lovforslag, har det jo to elementer. Det omkring tobakken har vi hos os ikke de store vanskeligheder med, hvis det var det, forslaget udelukkende gik ud på. Det er sådan, at vi af hensyn til grænsehandelen efter år 2003 er nødsaget til at gøre noget ved en lang række af de danske punktafgifter, så ud fra den betragtning er det uklogt, at vi begynder at forhøje nogle af de afgifter, som ligefrem kan stimulere folk til grænsehandel.

Men hvis man så bort fra det, er selve afgiften på røgtobak noget, folk naturligvis må betale. Men at gå over og forhøje afgiften på mineralvand er decideret dumt.

Når hr. Frank Aaen er så optaget af de små danske sodavandsproducenter, skal hr. Frank Aaen jo være opmærksom på, at de små danske sodavandsproducenter ikke har deres varer på hylderne i Malmö og i Flensborg. Og både i Malmö og i Flensborg er sodavand allerede i dag betydeligt billigere – og bliver nu markant billigere – end i Danmark.

Næh, det, folk køber, når de opholder sig i Malmö og Flensborg, er de produkter, hr. Frank Aaen ikke bryder sig om. Det er Pepsi Cola, det er Coca-Cola, det er de internationale produkter.

Og når man sidder i Atlanta hos Coca-Cola og tæller millionerne, er man fuldstændig ligeglad med, om produktet er solgt i Danmark eller i Flensborg eller i Malmö. De tjener de penge, de skal tjene, på at sælge den geniale sirup.

Dem, det går ud over, er de danske arbejdspladser, det er den danske økonomi, det er bryggeriarbejderne i Fredericia, som taber omsætning.

Derfor er ønsket om at gøre de internationale produkter endnu dyrere med til at få folk til at købe de internationale produkter i udlandet, og