

ske konkurrencemyndigheder om at se på, men måske noget, vi også kan bede EU om at se på.

Så vidt jeg har forstået diskussionen imellem Carlsberg og Cola-Cola, så betragter Carlsberg det åbenbart ikke som et voldsomt attraktivt område – det er ud fra de udmeldinger, de har givet offentligt.

Derfor spørger jeg mig selv, om der er noget med, at der er en licenshaver i Tyskland, der betaler en helt anden pris for licensen end licenshaveren, Carlsberg, i Danmark, og at der ikke er den konkurrence over landegrænsen. Er det tilfældet, at man fra den store multinationale koncern med de mange milliarder kroner går ind og lægger nogle begrænsninger, ja, så har vi domme fra tidligere omhandlende andre grupper af varer og goder på, at det ikke er acceptabelt efter EU-reglerne.

Jeg ved det ikke. Jeg siger bare, at jeg mener, det er noget, der er værd at undersøge, og jeg vil prøve at tale med min kollega, erhvervsministeren, om, hvordan vi i givet fald kan gribe sådan noget an. Også når vi kommer til grænsehandelsundersøgelsen, tror jeg, vi får den samme diskussion, at der på en række varegrupper, som er nogle af dem, der grænsehandles mest, er nogle ekstremt høje avanceforskelle.

Derfor kunne jeg måske have det lidt fromme, men måske også urealistiske ønske om, at der var en lidt større og bredere enighed i Folketinget om at lægge et politisk pres på de virksomheder, også danske virksomheder, der er blevet nævnt i debatten her, som sælger langt billigere til forretningerne syd for grænsen, end de sælger til tilsvarende konkurrerende virksomheder i Danmark.

Det er ikke acceptabelt efter min opfattelse, og derfor synes jeg, at i stedet for at en række ordførere måske bruger ret mange kræfter på at reklamere for at køre til Tyskland, så skulle vi måske i fællesskab – på trods af nogle uenigheder omkring nogle afgifter – bruge nogle fælles kræfter på at lægge et pres på de virksomheder, der er med til at skabe den konkurrenceforvridding, som kun i en beskeden udstrækning har at gøre med afgiftsforskelle. I hvert fald for en række varegruppers vedkommende handler det i langt større udstrækning om avanceforskelle. Og det er efter min opfattelse ikke detailhandlaren, der render med avancen. Den ligger på et tidligere stadi i fødekæden.

(Kort bemærkning).

Kim Behnke (FRI):

Igen er det jo lidt ærgerligt, at ministeren ikke har sat sig bedre ind i stoffet, end tilfældet er.

Den Coca-Cola, som folk køber, som hr. Flemming Hansen har beskrevet koster 9 kr. i Flensborg for 1,5 l., er typisk tappet i Ungarn, Tjekkiet eller Polen. Den er ikke engang tappet på tyske Coca-Cola-tapperier. Den sodavand, der bliver tappet i Danmark, betales der en literlicens for til USA, det gør man også i Tyskland og i Polen osv., og den er den samme.

Men de følgeomkostninger, der er, miljøomkostninger osv., er i Danmark betydelig større end i de andre lande, når man tapper sodavand. Derefter har vi en mineralvandsafgift i Danmark, vi har 25 pct.s moms, i Tyskland har de kun 15 pct.s moms på de her produkter.

Der er altså tale om en prisdånelse, som er langt mere kompliceret, end ministeren giver udtryk for. Og der er ikke tale om, at det bare er nogle enkelte virksomheder, der sidder og skummer fløden, for ministeren vil kunne konstatere ved en tur til Flensborg, at det jo ikke kun er Coca-Cola, det er også Pepsi og alle de andre, der er billigere dernede. Så der er ikke en enkelt virksomhed dernede, der sidder specielt og styrer det marked.

(Kort bemærkning).

Flemming Hansen (KF):

Både hr. Frank Aaen og skatteministeren interesserer sig for prisforskellen. Jeg må bare gøre opmærksom på, at momsforskellen er 10 pct., jeg må gøre opmærksom på, at lønningerne i Tyskland i detailhandelen er nøjagtig det halve af, hvad de er i Danmark, og jeg må gøre opmærksom på, og det er dér, skatteministeren har skylden, netop at mængden, der afsættes til de tyske supermarkeder, er meget, meget større netop på grund af regeringens lovgivning, og dermed bliver mængden endnu større nu, og derfor får de lavere priser. Det er de tre faktorer, der gør det.

Skatteministeren (Ole Stavd):

Jamen det er jo godt at vide, at hr. Kim Behnke har adgang til alle i øvrigt fortrolige oplysninger, der findes hos Coca-Cola, for så kan vi jo spørge hr. Kim Behnke, hvis det er sådan, at vi ikke kan hente oplysningerne hos virksomheden, hvad vi er overbevist om at vi ikke kan.

Med hensyn til det, hr. Flemming Hansen siger, kan jeg jo sige, at momsforskellen mellem