

SkatteministerietJ.nr. 2004-238-61

DenSpørgsmål Fejl! Intet bogmærkenavn opgivet.111111 111

Til
Folketingets Skatteudvalg

Hermed fremsendes svar på spørgsmål nr. 111 af 10. november 2004.
(SAU alm. del).

Kristian Jensen

/John Fuhrmann

Spørgsmål: Ministeren bedes kommentere vedlagte artikler fra Berlingske Tidende den 10. november 2004: ”Grænsebutikker dropper Carlsberg” og ”Carlsberg-chef fik ørerne i maskinen”.

Kommentar: Det skal indledningsvis anføres, at hverken Carlsbergs tilkendegivelser om at ville øge salgsindsatsen syd for grænsen eller grænsekøbmændenes tilkendegivelser om at ville reducere salget af Carlsbergs øl, giver Skatteministeriet anledning til at ændre på vurderingerne af, at grænsehandelen med øl er faldende, jf. *Rapport om grænsehandel 2004*.

Konflikterne mellem grænsekøbmændene og Carlsberg er ikke af ny dato.

Konflikterne bunder i, at såvel grænsekøbmændene som Carlsberg har modsatrettede interesser forbundet med salget af store mængder af Carlsbergs øl syd for grænsen, som følge af bl.a. illegale import mv. Ligeledes er der blandt grænsekøbmændene indbyrdes konkurrence.

Carlsberg er klart det danske bryggeri, der har den største interesse i, at grænsehandelen i Tyskland begrænses. Carlsberg har en høj markedsandel i Danmark, og kan måske regne med at omkring to tredjedele af de øl, der sælges i grænsehandelen til danskere, sker på bekostning af øl solgt fra Carlsberg i Danmark.

Carlsberg kan øge markedsandelene i Tyskland ved lavere priser, men Carlsbergs nettofortjeneste er efter Skatteministeriets oplysninger lavere på øl solgt i Tyskland end på øl solgt gennem dansk detailhandel.

Grænsekøbmændene er opmærksomme på, at Carlsberg har en særlig interesse i at grænsehandelen med øl begrænses. Visse af grænsekøbmændene er tilbageholdende med at markedsføre øl fra Carlsberg, dels fordi de frygter at høje salgstal vil blive brugt af Carlsberg som argument for danske afgiftsned sættelser, og dels fordi de ikke ønsker at deres forretning skal blive for afhængig af en leverandør, der ikke har samme interesser som dem selv. Carlsberg har derfor en forholdsvis lav markedsandel hos visse af de toneangivende grænsekøbmænd, men Carlsbergs markedsandel er ikke lige lav hos alle grænsekøbmændene.

Om det skyldes, at Carlsberg tilbyder øl til særligt lave priser i forhold til konkurrenterne, som visse af grænsekøbmændene påstår, eller om de højere andele hos nogle af købmænd end hos andre skyldes en anden sammensætning af kunder, eller at konkurrenterne er mere villige til at reklamere for Carlsbergs øl mv., kan ikke afgøres på baggrund af de tilgængelige oplysninger.