

[Miljøministeren]

I øvrigt kan jeg oplyse, at Miljøstyrelsen under offentlighedsfasen har gjort amtsrådet opmærksom på, at området først kan anvendes til ferie- og kursuscenter, når det ved undersøgelser er godtgjort, at den fremtidige anvendelse kan anses for sundheds- og miljømæssigt forsvarelig, idet styrelsen har peget på, at området er registreret som kemikalieaffaldsdepot.

Dette forhold vil jeg sikre afklaret inden regionplantillæggets godkendelse.

Spm. nr. S 187

Til *trafik- og kommunikationsministeren* (10/11 88) af:

Flemming Hansen (KF):

»Finder ministeren det rimeligt, at SAS gennem direkte henvendelse til danske virksomheder forsøger at øge sit salg på parfumebranchens bekostning?«

Begrundelse

Fra Parfumehandlernes Landsforening har jeg modtaget et brev, hvoraf det fremgår, at SAS i skrivelse af 14. oktober 1988 henvender sig direkte til en række erhvervsvirksomheder og opfordrer medarbejderne til at købe kosmetik og parfume til priser, der ligger 50 pct. under butikspriserne.

Da parfumehandlerne er pålagt en parfumeafgift på 34 pct. og en moms på 22 pct., er det helt urimeligt, at SAS på denne måde underminerer markedet for de danske detailhandlere.

Svar (18/11 88):

Trafik- og kommunikationsministeren (H. P. Clausen):

I besvarelse af det stillede spørgsmål kan jeg oplyse, at jeg efter modtagelsen den 9. november 1988 af en henvendelse i sagen fra Parfumehandlernes Landsforening udbad mig en redegørelse fra SAS om selskabets kampagne vedrørende køb af afgiftsfrie parfume- og kosmetikvarer i lufthavnsbutikker i Skandinavien.

SAS har i et brev den 14. november 1988 nærmere redegjort for baggrunden for og hensigten med salgskampagnen. Denne må ifølge selskabet ses som et led i bestræbelserne på at gøre Københavns Lufthavns indkøbscenter attraktivt, og SAS har bl.a. udtalt, at kampagnen helt er rettet mod udenlandske lufthavnsbutikker,

hvertil mange passagerer fra København henlægger deres køb på grund af tidnød ved afrejsen.

Hensigten er ifølge SAS derfor at gøre kunderne bedre forberedt til indkøb ved afrejsen fra Københavns Lufthavn og dermed lette ekspeditionen og forbedre servicen over for kunderne. I den forbindelse henvises der til, at den distribution af salgslister, der er tale om, ikke adskiller sig fra skik og brug i visse andre transportbrancher, hvor prislister distribueres før afrejse, og hvor forudbestilling af varer til og med ofte kan gøres hjemme, inden rejsen påbegyndes.

SAS har også redegjort nærmere for karakteren af de opgaver og værdikuponer, som omtales i selskabets brev til erhvervsvirksomhederne. Oplysningerne har herfra været forelagt for forbrugerombudsmanden, som har meddelt, at han ingen bemærkninger har til SAS' fremgangsmåde i medfør af markedsføringsloven.

Endelig kan jeg oplyse, at SAS i sin redegørelse har meddelt, at distributionen af prislister, rabatkuponer og gaver endnu ikke er påbegyndt, og at selskabet i lyset af den aktuelle diskussion vil gennemgå kampagnen i sin helhed og iværksætte de forandringer, som en sådan gennemgang måtte give anledning til. Jeg har anmodet SAS om at orientere mig om resultatet af selskabets overvejelser.

På baggrund af de for mig foreliggende oplysninger vedrørende SAS' salgskampagne finder jeg ikke på nuværende tidspunkt anledning til at foretage mig videre i sagen, hvilket jeg i dag har meddelt Parfumehandlernes Landsforening.

Spm. nr. S 190

Til *trafik- og kommunikationsministeren* (10/11 88) af:

Ernst B. Schmidt (FP):

»Kan ministeren bekræfte, at det er erhvervsbelastende, at arbejdsgivere skal betale erhvervslicens for arbejdere/ansatte, hvis de vil bruge virksomhedens eventuelle muligheder for radio/tv-gengivelse, på grund af, at det er umuligt i arbejdstiden at udnytte den personligt betalte licens, medmindre det sker med et privat batteridrevet apparat?«