

**Tabel: Provenuvirkning af en 80 pct.'s nedsættelse af emballageafgiften<sup>1)</sup>**

Adfærdsvirkninger	Øl	Sodavand	I alt
	Mio. kr.		Mio. kr.
Ved uændret adfærd	- 77	- 72	- 149
Omkostningseffekt	+ 35	+ 12	+ 47
Dåseeffekt	+ 15	+ 18	+ 33
Panteffekt	+ 14	+ 6	+ 20
Konkurrenceeffekt	+ 19	+ 34	+ 54
<i>Adfærd i alt</i>	+ 83	+ 71	+ 154
<b>Netto</b>	<b>+ 6</b>	<b>- 1</b>	<b>+ 5</b>

Ved uændret adfærd ville afgiftsprovenuet fra øl-emballager henholdsvis sodavandsemballager falde med 77 mio. kr. henholdsvis ca. 72 mio. kr. Når der derimod tages hensyn til ændret adfærd vil afgiftsprovenuerne derimod stige med 6 mio. kr. henholdsvis falde med 1 mio. kr.

Nettoprovenugevinsten er således 5 mio. kr. ved en nedsættelse af afgiften på emballager til øl og sodavand med 80 pct. Der er varierende usikkerhed for de forskellige adfærdsmæssige effekter.

Under de anvendte forudsætninger, herunder specielt skøn over de afledte adfærdsendringer (de ovennævnte effekter), der er lagt til grund for beregningerne, vil en 80 pct.'s nedsættelse af afgiften således være mere end selvfinansierende.

Det er usædvanligt, at en nedsættelse af en afgift med 80 pct. vil give en adfærdsafledt provenugevinst på det samme som det umiddelbare provenutab. Det forudsætter normalt en kombination af meget høje afgifter, og at afgiften i forvejen har reduceret grundlaget meget betydeligt. Begge betingelser er opfyldt ved emballageafgiften. Emballageafgiften er således meget høj – i procent af prisen uden afgift udgør afgiften 70-250 pct., og afgiften har reduceret det potentielle grundlag meget kraftigt. Yderligere har afgiften gennem »flaskefidusen« været med til at fremme danskernes grænsehandel i Tyskland for danske midler.

I det følgende vil de 4 adfærdseffekter, jf. tabellen ovenfor, kort blive opsummeret.

#### *Omkostningseffekten*

Afgifts-nedsættelsen vil få prisen på øl i Danmark til at falde med 3 kr. pr. kasse, når man vægter dåser og genbrugsflasker sammen. Det medfører et fald i fordelen ved at købe i Tyskland med henved 10 pct. og fører til et tilsvarende fald i grænsehandlen – altså ca. 4,7 mio. liter. Hertil kommer et ekstraforbrug på ca.

2,7 mio. liter og en stigning i salget til svenskere. Provenuvirkningen heraf er på ca. 35 mio. kr.

Det direkte prisfald på sodavand vil få grænsehandlen til at falde og forbruget til at stige – svarende til en provenugevinst på ca. 12 mio. kr. Prisen på sodavand falder vægtet med ca. 30 øre pr. liter inkl. moms.

I alt vil omkostningerne ved at sælge øl og sodavand i Danmark falde, hvilket vil øge danskernes forbrug, øge salget til udlændinge og reducere grænsehandlen. Provenugevinsten herved er i alt ca. 47 mio. kr.

#### *Dåseeffekten*

Andelen af engangsemballager i Danmark er usædvanlig lav og genbrugsandelen usædvanlig høj. Det umiddelbare provenutab er derfor forholdsvis lavt i forhold til den mulige adfærdsvirkning.

Nedsættelsen af afgiften på øl-emballager vil få dåsernes andel til at stige fra 12,5 til ca. 22,5 pct. Provenuvirkningen heraf vil være ca. 15 mio. kr.

Engangsemballageandelen for sodavand vil ved en 80 pct.'s afgifts-nedsættelse stige fra ca. 8 pct. til ca. 20 pct. De afledte provenuvirkninger heraf er på ca. 18 mio. kr.

I alt vil der således blive anvendt flere engangsemballager. Dåseeffekten vil medføre en yderligere provenugevinst på ca. 33 mio. kr.

#### *Panteffekten (»flaskefidusen«)*

Panteffekten (»flaskefidusen«) vil blive reduceret. Det fører til et fald i grænsehandlen med hen ved 4 mio. liter øl og en provenugevinst på ca. 14 mio. kr.

Afgifts-nedsættelsen af emballageafgiften på sodavand kan få pantet til at falde eller den tyske pris til at stige og gennem mindre grænsehandel begrænse »flaskefidusen«. Den afledte provenuvirkning herved er på ca. 6 mio. kr. – ved et fald i grænsehandlen med ca. 3,5 mio. liter.