

Afstemning

Første næstformand (Svend Auken):

Jeg foreslår, at forslaget til folketingsbeslutning henvises til Skatteudvalget. Hvis ingen gør indsigelse, betragter jeg det som vedtaget. (*Ophold*). Det er vedtaget.

Den sidste sag på dagsordenen var:

22) Første behandling af beslutningsforslag nr. B 193:

Forslag til folketingsbeslutning om afgift på husstandsomdelte reklametryksager.

Af Ole Sohn (SF) m.fl.
(Fremsat 20/4 2004).

Forslaget sattes til forhandling.

Forhandling

Skatteministeren (Svend Erik Hovmand):

SF har fremsat et forslag til folketingsbeslutning om at opfordre regeringen til inden udgangen af oktober 2004 at fremsætte forslag om indførelse af en afgift på husstandsomdelte tryksager, reklametryksager.

SF forventer, at forslaget vil føre til en reduktion i omfanget af reklamer og samtidig flytte en del af reklameannonceringen til andre medier såsom aviser og fagblade. Afgiften foreslås at modsvare skatteværdien, fradragsretten for udgifter til de selv samme reklametryksager.

Indledningsvis må jeg sige, at tilbudsaviser efter min opfattelse opfylder en betydningsfuld samfundsopgave. Ud over at tilbudsaviserne er med til at hjælpe svage forbrugere til de billigste varer, er de også med til at sikre konkurrencen og dermed sikre, at alle forbrugere får lavere priser.

Undersøgelser har vist, at tilbudsaviser faktisk læses ganske, ganske meget, og det endda af en ret stor del af befolkningen og især af den svageste gruppe af befolkningen. De, som ikke er så begejstrede for tilbudsaviser, har altså mulighed for at sætte et skilt med »nej tak til reklamer« på postkassen.

Som det fremgår af bemærkningerne til beslutningsforslaget, undersøgte den tidligere regering under socialdemokratisk ledelse mulig-

hederne for at indføre en afgift på reklamer, og i den forbindelse blev også en afgift på husstandsomdelte reklametryksager undersøgt ganske nøje. Men som det er de fleste bekendt, blev en afgift på husstandsomdelte reklametryksager droppet af den selv samme regering med den begrundelse, at afgiften ville være alt for besværlig at administrere.

Kl. 20.10

Svenske erfaringer med en afgift på reklametryksager viser også, at det er særdeles svært og forbundet med meget alvorlige problemer. Svenskerne problemer gik både på definitionen af, hvad reklamer er, hvad en tryksag er, samt hvor meget redaktionelt stof en tryksag skal indeholde, før den ikke er en afgiftpligtig reklametryksag. Men de havde også kontrolmæssige problemer, og byrden med de administrative afgifter var meget, meget tung. Alt dette førte til, at svenskerne afskaffede deres afgift på reklametryksager den 1. januar 1999.

Jeg kan sige til ordføreren, som lytter opmærksomt, at det faktisk er rigtigt, at svenskerne afskaffede den afgift, som SF foreslår indført i Danmark. Efter de erfaringer, man havde gjort i Sverige, fandt man, at det simpelt hen ikke var farbart at køre videre ad den vej.

En afgift på reklametryksager vil give så mange afgrænsningsproblemer over for f.eks. ugeaviser, distriktsblade og andre afgiftsfri aviser, at det vil være omsonst at indføre en sådan afgift. Den tidligere regering erkendte disse problemer, og vi kan også godt tage ved lære både af svenskerne og – lidt usædvanligt måske – af den tidligere regerings undersøgelser i denne sag.

En særlig afgift udelukkende på papirbaseret reklametryksager vil derudover virke konkurrenceforvridende over for andre reklamemedier såsom tv, radio og internet, men ikke nok med det så vil en afgift på reklametryksager også virke konkurrenceforvridende over for de små handlende. Den lille lokale handlende vil jo ikke have samme mulighed for at skifte til f.eks. tv-reklamer som den store landsdækkende detailhandelskæde for at undgå en afgift. Tilbudsaviserne er dermed uundværlige for detailhandelen, særlig den lille lokale handlende, for slet ikke at tale om nærbutikkens lille reklametryksag til de nærmeste boligblokke.

Jeg vil gerne gøre SF opmærksom på, at en gennemførelse af deres forslag jo ikke vil forhindre de store varehuse, de landsdækkende kæder, i at bringe store annoncer i dagblade og tv,

hvorimod det vil ramme den lille nærbutik hårdt, som ikke har råd til de store markedsførings tiltag, men som må nøjes med en lille husstandsomdelt reklame. Er det virkelig SF's mål på denne måde at ramme de mindste butikker og de svageste forbrugere her i landet?

Jeg vil advare imod dette forslag, og jeg vil opfordre Folketinget til at sige klart nej.

Første næstformand (Svend Auken):

Tak til ministeren. Hr. Henrik Sass Larsen som ordfører. Undskyld, ministeren må tilbage igen på pladsen. Der er et spørgsmål. Det havde jeg ikke set.

(Kort bemærkning).

Ole Sohn (SF):

Det er også bare et par mere opklarende spørgsmål, for jeg fornemmer, at den holdningsmæssige forskel er så stor, at den når vi nok ikke til enighed om med to spørgsmål.

Jeg vil gerne spørge skatteministeren, om skatteministeren ikke er klar over, at med hensyn til tilbudsaviserne er der ikke lige konkurrence. Det er jo sådan, at det er de store mærkevarerforretninger, der kommer forrest i supermarkedskedernes aviser, fordi de køber sig plads og dermed skubber de mindre forretninger eller de mindre producenters varer bag af dansen. Så det er ikke noget med lige konkurrence, det er en monopolisering, der finder sted i tilbudsavisen. Det er det ene.

Det andet er, om skatteministeren ikke er opmærksom på, at den lille nærbutik ikke laver husstandsomdelte reklamer, eller i den udstrækning den gør det, er det faktisk undtaget i det forslag, vi er kommet med, for det er klart, at den lille handlende jo netop skal have mulighed for at komme frem i modsætning til de store.

(Kort bemærkning).

Skatteministeren (Svend Erik Hovmand):

Det er det rene sniksnak. Undskyld, jeg siger det så direkte.

Jeg tror, vi er enige om, at det formentlig er billigere at annoncere i tilbudsaviserne, end det er at bruge tv-spots, og hvis den lille købmand overhovedet skal have en mulighed for at komme ud til et større publikum, f.eks. gennem en tilbudsavis, så er det metoden at bruge den.

Kl. 20.15

Det, som SF vil, er simpelt hen at forbyde eller i hvert fald afgiftsbelægge det medie, som især den lille købmand og den svage forbruger

har allermost glæde af. Jeg fatter simpelt hen ikke, at SF kan indtage den holdning, at man tramper på de interesser, som de mindste handlende og de svageste forbrugere har her i landet.

(Kort bemærkning).

Ole Sohn (SF):

Det er klart, at man ikke kan forlange alt, heller ikke af en skatteminister, men man kan i hvert fald i det mindste forlange, at ministeren læser det forslag, som han kommenterer.

For det første er der en bagatelgrænse netop af hensyn til de små næringsdrivende. For det andet er der altså ikke nogen små næringsdrivende, der laver tilbudsaviser. Det er Dansk Supermarked, det Coop Danmark, det er de store supermarkedskedder, der laver dem.

Når vi har fremsat forslaget, så er det ud fra en vurdering af, hvad vi mener er rimeligt. Er det rimeligt, at skatyderne betaler 640 mio. kr. i indirekte tilskud til de store supermarkedskedder, alt imens regeringen fjerner portostøtten til små foreningsblade?

Det er et holdningsspørgsmål. Jeg synes, det er helt fair, at skatteministeren mener, at Dansk Supermarked skal have mere støtte, men vi bare uenige.

(Kort bemærkning).

Skatteministeren (Svend Erik Hovmand):

Ja, ikke nok med det. Vi er faktisk rigtig meget uenige, for jeg kan jo høre på ordføreren her, at han også har meget, meget svært ved at definere, hvad det egentlig er, vi snakker om.

Hvornår er en tilbudsavis en tilbudsavis? Hvornår har den lille handlende mulighed for at benytte et mindre medie? Er det, når det drejer sig om ugeavisens annoncer med en vis tekstomtale? Er det det, der er en tilbudsavis? Nej, det vil ordføreren nok ikke sige. Så er det måske et annonceblad uden ret meget tekst. Hvor går grænsen? Jeg vil altså bare sige, at alene definitionen på, hvornår vi taler om en tilbudsavis, og hvornår vi ikke gør det, er meget svær.

Men bortset fra det er der ingen som helst diskussion om, at hvis man gør det vanskeligere for den lille forretning at udtrykke sig i billigere medier, altså annoncere i billigere medier, så rammer man jo ikke den store forretning, der har råd til tv-reklamer og reklamer i de landsdækkende aviser.

Der er altså en meget, meget stor forskel, og jeg synes, det er helt utroligt, at SF varetager de

stores interesser imod de små og de svage handlende.

Første næstformand (Svend Auken):

Tak til ministeren. Hr. Henrik Sass Larsen som ordfører.

Henrik Sass Larsen (S):

I Socialdemokratiet har vi grundlæggende stor sympati for det her forslag. Vi deler også forslagsstillernes irritation over de her tilsyneladende uendelige mængder af tilbudsaviser og reklamer, som kastes ind i folks private hjem, og i modsætning til skatteministeren deler vi faktisk også forslagsstillernes analyse af, at der er opstået en skæv markedsligevægt, hvor man jo med rette kan diskutere, om ikke netop reklameomkostningerne også for de små på grund af den kultur, man har skabt på markedet, er blevet så store, at man rent faktisk forhindrer, at man får ny og fair konkurrence.

Forslagsstillerne nævner jo eksplicit i deres forslag, at den kultur, vi har i Danmark med at læse alle de her tilbudsaviser, er sådan en usædvanlig kultur set i forhold til andre OECD-lande. Derfor kunne der faktisk være argumenter for, at man netop sagde, at vi skal væk fra, at det er så massive mængder, og hen til nogle mindre mængder og måske nogle andre medier, hvor man kan annoncere, for netop at skabe en mere fair og lige konkurrence. Den argumentation kunne man faktisk sagtens anvende, og det er den analyse, som vi deler.

Vi ser sådan positivt på problemstillingen, men vi har en række forbehold over for det konkrete forslag. Vi vil gerne være sikre på, at den afgift, som SF omtaler og vil indføre, også kommer til at virke efter hensigten, og at den ikke skaber, om jeg så må sige, ny uligevægt, at den er vanskelig administrerbar, eller at den er vanskelig kontrolbar i det hele taget.

Det var den oprindelige kritik, der lå til grund for, at man ikke i sin tid indførte den, selv om vi også dengang havde sympati for det, og vi vil altså gerne have nogle nye og klare og overbevisende argumenter på bordet, før vi vil give et endeligt tilsagn; men findes de, så vil vi også være positive.

Så har vi selvfølgelig også et forbehold for den provenuanvendelse, som SF har foreslået i forslaget. Mange af dem er nogle gode forslag, men det er jo ikke sikkert, at vi lige ville prioritere sådan, hvis det var muligt at disponere over de her midler.

Men som sagt er vi positive over for intentionerne i forslaget og vil faktisk godt prøve at gå konstruktivt ind i et arbejde i udvalget med henblik på også at få undersøgt de rent tekniske forudsætninger.

Kl. 20.20

Første næstformand (Svend Auken):

Så er det fru Charlotte Dyremose. Jeg vil lige sige, at hvis ministeren også forlader os, så er vi altså meget få tilbage i lokalet. Nå, nu kommer ministeren igen, en kærkommen genkomst.

Charlotte Dyremose (KF):

Jeg kan næsten fristes til at sige, at i Det Konservative Folkeparti er vi ikke gået hjem endnu.

Vi har det i hvert fald også sådan i Det Konservative Folkeparti, at vi drøftede det her forslag på gruppemødet i morges for snart et antal timer siden, ca. 12. Da var der selvfølgelig nogle rundt om bordene, der også lod sig irritere af de her meget store mængder reklamer, specielt nogle, der bor lidt højt oppe og så skal slæbe dem ned igen.

Derfor er vi sådan set også ret glade for den ordning, der hedder »Reklamer – Nej tak«, så man kan få lov at frabede sig dem, hvis man ikke vil have dem, men der var andre rundt om bordet, der fortalte om, hvor fantastiske de var, og hvor glade de var for at få dem.

Skulle man så have en afgift på de her reklamer? Jeg kan sådan set godt i et eller andet omfang se argumentet, jeg slæber som sagt papirbunkerne ned fra anden sal hver eneste uge, men vi må også erkende, at det er eller vil være både meget dyrt og meget besværligt at administrere det.

Ministeren var også lidt inde på det her med: Hvad er egentlig en tilbudsavis? Så vidt jeg husker, var det også sådan, da den tidligere regering luftede det her med en afgift, at den løb ind i det her problem: Hvad er en tilbudsavis? Hvor når er det en nyhedsavis med ualmindelig mange reklamer? Hvor når er det en reklameavis med en lille smule nyheder? Hvordan sætter man så den grænse? Hvordan tjekker man det? Hvordan sikrer man sig fra uge til uge, at reglerne overholdes? Skal man begynde at opmåle spalteplassen til det ene og det andet formål? Eller hvad skal man gøre?

Hvis man flytter reklamerne over i den slags nye aviser, ugeblade, eller hvad man skal kalde dem, er det jo også spørgsmålet, om man så i virkeligheden ikke får den samme papirmæng-

de ud af det og dermed skal slæbe den samme papirmængde eller oven i købet mere papir, fordi der nu også skal stå noget, der minder om nyheder.

Desuden har vi også kigget lidt på de svenske erfaringer, hvor man netop, som ministeren også var inde på, måtte afskaffe afgiften og bl.a. henviste til, at den var forholdsvis besværlig at administrere.

Vi mener derfor ikke, at det er hensigtsmæssigt at indføre en sådan afgift, og vi kan derfor ikke støtte forslaget.

(Kort bemærkning).

Ole Sohn (SF):

Hvis man nu kan lave en opdeling af det, der hedder husstandsomdelte reklametryksager, vil det så stille sig anderledes for Det Konservative Folkeparti?

Det er faktisk sådan, at siden sidst sagen var oppe, har Dansk Fagpresse, som laver statistik over alt, hvad der udgives, faktisk kategoriseret det, der hedder husstandsomdelte tryksagsreklamer, for sig. Det kan opgøres fuldstændig nøjagtigt. Det er også derfor, vi har tallene. Det kan lade sig gøre. Det ene spørgsmål er, om det ville ændre De Konservatives holdning.

Det andet er: Er det ikke alt andet lige lidt bedre, at man flytter annoncepengene over i medier, hvor der også er journalistisk arbejdskraft? Altså de fleste dagblade er jo trængt økonomisk, og hvis man kan give dem lidt bedre økonomi, så de kan få flere journalister, så vil mangfoldigheden i mediedebatten måske også blive en smule bedre. Så vil de måske oven i købet have tid til at være journalister herinde.

(Kort bemærkning).

Charlotte Dyremose (KF):

Lige præcis den drøftelse havde vi faktisk også der for 12 timer siden, da vi drøftede det i gruppen. Min bekymring er bare, at det ikke nødvendigvis vil være de trængte dagblade, der vil få gavn af det her. Vores bekymring er sådan set, at det vil ende med at være en sådan udefinerbar mellemting.

Vi har de meget klare lister over husstandsomdelte annoncer, men det er jo også, fordi der ikke er behov for at omgå det. Der er ikke behov for at ligge derinde midt imellem, og derfor er der ret klar forskel på en ugeavis og en reklame-tryksag, sådan som det er i dag. Men jeg er ret overbevist om, at det ville blive meget sløret, hvis vi begyndte at indføre en sådan afgift.

Kl. 20.25

I Det Konservative Folkeparti har vi altså ikke den holdning, at vi skal indføre afgifter for afgiftens skyld, og hvis afgiften bliver både dyr og besværlig, og det er vi overbevist om at denne vil blive, så går vi ikke ind for afgiften.

Første næstformand (Svend Auken):

Så siger vi tak til ordføreren, og så er det hr. Mikkel Dencker.

Mikkel Dencker (DF):

Jeg skal selvfølgelig beklage, at jeg ikke var til stede, da det blev min tur.

Forslaget, som vi behandler her, er SF's forslag om at indføre en afgift på reklametryksager. I bemærkningerne til forslaget kan man læse, at SF mener, at mængden af reklametryksager har nået et urimeligt omfang. For at bekæmpe den mængde vil SF have indført en afgift, som svarer til fradragsværdien af det skattefradrag, virksomhederne får for deres udgifter til reklamer.

Jeg skal gerne medgive SF, at mængden af reklamer, som kommer ind gennem de danske brevsprækker, er meget stor, men det er i sidste ende den enkelte forbrugers helt eget valg, om man ønsker at modtage dem eller ej. For dem, der vil være fri, eksisterer der som bekendt en ordning i Post Danmarks regi, hvor man kan frabede sig modtagelsen af reklamer.

I Dansk Folkeparti ser vi ikke reklamerne som noget problem. For mange mennesker fungerer de som en nyttig oplysning om, i hvilke butikker de finder de bedste tilbud på forskellige varer. Især når det handler om dagligvarer, har det en væsentlig social betydning, fordi folk lettere kan få husholdningspengene til at slå til ved netop at læse i tilbudsaviserne.

Desuden vil jeg heller ikke se bort fra, at Dansk Folkeparti ser det som en helt grundlæggende rettighed, at enhver, det være sig både privatpersoner og selskaber, har ret til at fradrage de udgifter, som er forbundet med erhvervelsen af deres indtægt. Det er en grundsætning, som SF her vil gøre op med, og det er ikke noget, som Dansk Folkeparti vil hjælpe dem med.

Første næstformand (Svend Auken):

Vi siger tak. Så er det hr. Anders Samuelson.

Anders Samuelson (RV):

Vi synes sådan set, det er et sympatisk forslag, som SF har fremsat her, men vi er ikke særlig

trygge ved, at det kan lade sig gøre på en administrativt forsvarlig måde.

Hvis man endelig skulle gå i retning af at forsøge at begrænse det her og undgå, at der så samtidig opstår nye overvejelser i virksomhederne om, hvordan de så på en anden måde kan sikre sig at komme ud med deres budskab osv., og det vil der helt sikker blive tænkt i, hvis man følger SF's tankegang, så kunne man måske lege med tanken om, at hvis folk ikke på deres dør har et skilt, hvor der står ja tak til reklamer, så må der ikke komme reklamer ind ad brevspræken.

Det var måske en alternativ måde at gøre det på, at folk udtrykkeligt skal bede om at få reklamer. Så kunne det faktisk godt være, at det ville føre til en betydelig lavere produktion af reklametryksager i det her land, og at man på den måde ville undgå eller i hvert fald begrænse fradragsmulighederne for virksomhederne på de her områder. Lad det bare være en tanke, som måske kunne inspirere SF i det videre arbejde.

Vi vil følge arbejdet i udvalget og tage endelig stilling, men umiddelbart tror vi ikke rigtig på, at det her er måden at gøre det på, selv om det er et sympatisk sigte, SF har med forslaget.

Jann Sjursen (KD):

Kristendemokraterne er absolut positive over for det af SF fremsatte beslutningsforslag. Det er vi bl.a. af den grund, at det er et forslag, der i flere år også har indgået i de forslag, vi bringer frem i forbindelse med finanslovforhandlingerne. Derfor kan det sådan set kun få Kristendemokraternes tilslutning.

Vi er selvfølgelig enige i, at man i forbindelse med udformningen af et egentligt lovforslag, og det er jo det, som beslutningsforslaget lægger op til, må søge en nærmere afgrænsning af, på hvilke husstandsomdelte reklametryksager afgiften skal falde. Der bliver selvfølgelig nogle problemer i forhold til afgrænsningen, men forslagsstillerne har også i bemærkningerne nævnt, hvor den bl.a. kan gå, så helt uden anvisning af den er man jo heller ikke.

Jeg ved ikke, om det er utraditionelt, det kan man jo mene, men SF lægger jo så også op til i beslutningsforslaget, hvordan det vil bruge provenuet fra denne her afgift. Man skal genindføre portostøtten. Det kan vi fuldt ud tilslutte os. Vi var jo meget imod, den blev afskaffet sidste år. Uafhængig forbrugeroplysning 50 mio. kr. var jo da ikke værst. Nye skolebøger 100 mio. kr. er

heller ikke så tosset. Forbedre folkebibliotekernes bogindkøb osv.

Kl. 20.30

Med det vil jeg sige, at jeg synes måske ikke lige, at de her cigarkasseprincipper i et videre omfang er så smarte endda, hvis forslagsstillerne ellers står sådan meget fast på, at det lige præcis er den måde, provenuet skal bruges på, men det er selvfølgelig noget, jeg går ud fra at SF vil være villig til at diskutere i forbindelse med udvalgsarbejdet.

Jeg kan forstå, at ønsket om bare at bidrage til statskassen sådan helt generelt ikke er så stort hos SF, og det kan jeg sådan set godt forstå, men måske af andre grunde.

Med de ord vil jeg sige, at vi jo selvfølgelig vil gå positivt ind i udvalgsarbejdet, og så må vi se, om forslagsstillerne insisterer på, at provenuet lige præcis skal bruges den måde, om det er noget, der er oppe til forhandling, eller hvordan det nu ser ud, når vi når dertil.

Men en principiel tilslutning til forslaget.

Ole Sohn (SF):

Jeg takker for de positive bemærkninger, der er kommet fra et flertal af partier og partier, der repræsenterer et flertal i meningsmålingerne. Så der er håb forude.

Jeg vil godt lige indlede med at komme med et par bemærkninger til ministeren. Nu kan man selvfølgelig altid diskutere andre partiers holdninger, men et eller andet sted har jeg undret mig meget over, hvordan Venstre har udviklet sig igennem de senere år fra at være den lille mands parti, det nære samfunds parti, og så til at gå ind for en liberalisering af lukkeloven til ubetinget gavn for Dansk Supermarked, de store koncerner, og til ugunst for de små. Det gjorde skatteministeren som erhvervsordfører under den forrige regering.

I forbindelse med det her forslag ender man med at komme med en argumentation, som uden tvivl er en direkte støtte til og sympati for Dansk Supermarked og de andre store koncerners mulighed for at lave reklametryksager, som oven i købet bliver dirigeret sådan, at de varer, der kommer frem, bliver dirigeret af andre mærkevarefirmaer, mens de små, nye, alternative producenter har utrolig svært ved at komme ind.

Den form for argumentation kan jeg godt forstå, men jeg kan simpelt hen ikke forstå, at den skulle komme fra Venstre. Men sådan er der jo så meget.

Skatteministeren argumenterer med, at den lille nærbutik og den lokale handlende jo ikke har en jordisk chance for som Dansk Supermarked at reklamere i tv. Nej, det har de ikke, og det gør de da sandelig heller ikke i dag. Det vil de da aldrig komme i nærheden af. Så sammenligningen er sådan set helt ude i hampen.

Det der med, hvornår en tilbudsavis er en tilbudsavis, er det klart altid kan diskuteres. Dansk Fagpresses statistik har lavet en meget klar opdeling, og det er den, vi har taget udgangspunkt i.

Så vil jeg gerne sige generelt om forslaget, at vi til dels har været inspireret af, at vi mener, der er for mange reklamer, at Danmark fuldstændig har skævvredet markedet i forhold til andre OECD-lande, og derfor vil vi gerne gøre noget ved det. Det er det ene argument.

Det andet argument er, at det er en miljøbelastning.

Det tredje argument er, at det er fantastisk, at vi har en regering, som i den grad i alle sammenhænge, også i denne sammenhæng, ønsker at fremme et samfund, hvor vi ikke længere skal være borgere i samfundet, men hvor vi skal være kunder i butikken. Det, det hele går ud på, er, at vi skal være kunder. Vi skal mere være forbrugere, end vi skal være borgere. Det har man jo illustreret ved, at man i forbindelse med finansloven har skåret enhver form for støtte fra til almennyttige blade, som giver et væsentligt bidrag som fødekæde til pressen og til den demokratiske proces i samfundet, og det er selvfølgelig også medvirkende til, at vi har ønsket at fremsætte forslaget.

Jeg kan da konstatere, at der selvfølgelig er ting, der skal undersøges nærmere. Det er vi da helt med på, og det er også derfor, vi har lavet det som et beslutningsforslag.

Jeg vil gerne tilkendegive over for både Socialdemokratiet og Kristendemokraterne, at vi naturligvis er åbne over for at diskutere provenuet. Selvfølgelig skal staten have pengene, men

vi vil gerne tilkendegive, hvordan vi mener, at staten skal bruge det provener, den får ind. Men det drøfter vi selvfølgelig i en åben, fordomsfri atmosfære, når et nyt flertal nu har udkrystalliseret sig efter valget.

For at understrege, at flertallet er nært forestående, skal jeg sige på vegne af Enhedslisten, at de også støtter forslaget.

Hermed sluttede forhandlingen, og forslaget overgik derefter til anden (sidste) behandling.

Afstemning

Kl. 20.35

Første næstformand (Svend Auken):

Jeg foreslår, at forslaget til folketingsbeslutning henvises til Skatteudvalget. Hvis ingen gør indsigelse, betragter jeg det som vedtaget. (*Ophold*). Det er vedtaget.

Meddelelser fra formanden

Første næstformand (Svend Auken):

Der er ikke mere på dagsordenen.

Folketingets næste møde afholdes tirsdag den 25. maj 2004 kl. 12.00.

Angående dagsordenen skal jeg henvise til den dagsorden, der er opslået i salen.

Med hensyn til de øvrige møder i den kommende uge skal jeg henvise til den omdelte ugeplan.

Mødet hævet kl. 20.35
