

[Industri- og samordningsministeren]

har opbygget i det offentlige med henblik på at kunne levere mere integrerede løsninger med produkter, som indgår i sociale systemer.

Det spændende bliver, om vi i de kommende år kan effektivisere samspillet mellem den offentlige og den private sektor og på den måde udnytte vores styrke på området. I øvrigt kan det oplyses, at der i udvalget om offentligt-privat samspil, hvis arbejde forventes afsluttet i juni måned, konkret arbejdes med adskillige projekter med deltagelse fra både den offentlige og den private sektor.

Spm. nr. S 823

Til *trafikministeren* (10/3 94) af:

Kim Behnke (FP):

»Med hvilken begrundelse bliver DSB's koncession med reklamefirmaet Trans-Media ikke udbudt i åben licitation?«

Begrundelse

I mere end 20 år har reklamefirmaet Trans-Media løst opgaver for DSB med opsætning af reklamer på offentligt tilgængelige arealer.

Så sent som i 1985 blev koncessionen, monopol, forlænget uden nogen form for licitation eller udbud.

Spørgsmålet skal derfor afdække, hvilke forhold der gør, at DSB fravælger muligheden for gennem frit udbud at få et antal tilbud at vælge imellem.

Svar (5/4 94):

Trafikministeren (Trøjborg):

DSB oplyser, at man med virkning fra den 1. januar 1990 har indgået en statsforpagtningsaftale med Trans-Media A/S, hvorefter Trans-Media A/S gives nogle rettigheder og DSB til gengæld modtager en forpagtningsafgift i 1993 af størrelsesordenen 20 mio. kr. Aftalen løber indtil videre med et års opsigelse fra begge sider.

Statsforpagtningsaftalen omfatter de samlede aktiviteter i Trans-Media A/S, som indgår i beregningen af forpagtningsafgiften. Disse består ud over Trans-Media A/S' salg og administration af reklamepladser, som DSB råder over, også af salg og administration af reklamepladser i henhold til aftaler indgået mellem Trans-Media A/S og tredjemand, som hoved-

sagelig er private busselskaber, privatbaner og kommuner.

DSB anser det for økonomisk uhensigtsmæssigt at udbyde den del af statsforpagtningsaftalen isoleret, som alene vedrører salg og administration af reklamepladser, som DSB råder over.

Spm. nr. S 824

Til *trafikministeren* (10/3 94) af:

Kim Behnke (FP):

»Vil ministeren oplyse, hvorvidt DSB fremover kan undslå sig for at udbyde forpagtningsaftalen med Trans-Media, jf. EU-reglerne om udbud?«

Begrundelse

Danmark har ratificeret alle EU-regler vedrørende udbud af kontrakter og koncessioner. Det ønskes derfor i svaret oplyst, hvorvidt DSB's kontrakt med Trans-Media også fremover kan blive unddraget et frit udbud.

Svar (5/4 94):

Trafikministeren (Trøjborg):

Kammeradvokaten har oplyst mig følgende: »EU-reglerne om udbud vedrører kun tilfælde, hvor en offentlig myndighed køber en vare eller en tjenesteydelse af en leverandør, mens direktiverne ikke regulerer tilfælde, hvor det er den offentlige myndighed, der sælger en ydelse, i det foreliggende tilfælde reklameplads.«

Forpagtningsaftalen med Trans-Media er som nævnt indgået i 1990, og der gjaldt ifølge Kammeradvokaten ikke dengang regler om udbud af opgaver, der kan betegnes som statslige driftsopgaver. Finansministeriet har imidlertid i januar 1992 udfærdiget et cirkulære om udlicitering af statslige drifts- og anlægsopgaver, og cirkulæret er nu afløst af cirkulære nr. 42 af 1. marts 1994. Efter min opfattelse har forpagtningsaftalen med Trans-Media A/S endnu ikke haft en sådan varighed, at det er aktuelt at overveje et udbud, men Trafikministeriet vil i samråd med det udliciteringsråd, der er nedsat efter § 16 i Finansministeriets nævnte cirkulære, overveje, om der senere bør gennemføres et udbud på dette område.