



**Til Cecilia Lonning-Skovgaard**

26-04-2017

**Svar på spørgsmål om reklamer på buslinje 5C**

Sagsnr.  
2017-0192914

Du har den 6. april stillet følgende spørgsmål:

Dokumentnr.  
2017-0192914-1

*Cecilia Lonning-Skovgaard (V) vil gerne bede om svar på følgende vedr. bus 5C, hvor det forlyder, at der i Økonomiudvalget og/eller Movias bestyrelse er blevet vedtaget et forbud mod reklamer i forbindelse med udbuddet af driften af de nye 5C busser:*

Sagsbehandler  
Jeppe Grønholt-Pedersen

- 1. Hvornår har de to instanser behandlet udbudssagen vedrørende buslinje 5C?*
- 2. Er det korrekt, at der er blevet vedtaget et forbud mod reklamer på buslinje 5C?*
- 3. Hvor lang tid er forbuddet gyldigt?*
- 4. Hvad stemte Københavns Kommunes repræsentanter i Movias bestyrelse i så fald ved sagens behandling?*
- 5. Hvilken effekt vil et reklameforbud have på kommunekassen? Herunder ønskes indsigt i, hvor meget man kunne have haft som årlig indtægt eller mindre årlig udgift, hvis man ikke havde forbudt reklamer på linje 5C i den fulde udbudsperiode med forlængelser.*
- 6. Hvordan vil Økonomiudvalget eller Borgerrepræsentationen kunne ændre beslutningen, såfremt et forslag om, at alle busser skal kunne bære reklamer, finder flertal?*

#### **Økonomiforvaltningens svar**

Økonomiforvaltningen har indhentet Movias bemærkninger til de enkelte spørgsmål. Movias bemærkninger fremgår med *kursiv* under de enkelte svar.

#### **1. Hvornår har de to instanser behandlet udbudssagen vedrørende buslinje 5C?**

Movia bemærker:

*"I overensstemmelse med sædvanlige praksis i Movia behandles tilrettelæggelsen af hvert enkelt udbud ikke indgående i Movias bestyrelse - det er en del af den daglige drift. Til gengæld er selve udbudsstrategien et anliggende for bestyrelsen. I udbudsstrategien indgår generelle forhold som, hvor lange vores kontrakter skal være, miljøkrav m.v. Som eksempel kan nævnes, at bestyrelsen senest har taget stilling til, hvilke miljøkrav, der generelt skal stilles i udbud på flextrafikområdet. Bestyrelsen har også i september 2015 taget stilling til, at der i alle fremtidige udbud skal være en option på pris med og uden reklamer.*

**Center for Byudvikling,  
afsnit 4**

Københavns Rådhus,  
Rådhuspladsen 1  
1599 København V

Telefon  
5194 4711

E-mail  
jgp@okf.kk.dk

EAN nummer  
5798009800176

*I udbuddet af linje 5C har Movia gennemført udbuddet i et meget tæt samarbejde med Københavns Kommune, Taarnby Kommune og Herlev kommune – også tættere end vi sædvanligt gør. Dette samarbejde har været udført på administrativt niveau.”*

Økonomiforvaltningen bemærker, at Økonomiudvalget ikke har behandlet en indstilling om udbuddet af buslinje 5C, da udbud af busdriften varetages af Movia. Økonomiudvalget har således ikke forholdt sig til spørgsmålet om udvendig reklamefrihed på buslinje 5C.

Økonomiforvaltningen bemærker, at 5A-projektets administrative styregruppe på kontorchefniveau (hvori alle rutens kommuner er repræsenteret) besluttede i 2014, at der i det forestående udbud for 5A kunne arbejdes videre med en række temaer – herunder muligheden for at holde busserne reklamefri udvendigt.

## **2. Er det korrekt, at der er blevet vedtaget et forbud mod reklamer på buslinje 5C?**

Movia bemærker:

*”For så vidt angår beslutningen om 5A/5C, så fremgår det af udbudsbetingelserne for denne buslinje, at linjen blev udbudt således, at der fra idriftsættelse af 5C og de efterfølgende 3 år ikke måtte være udvendige reklamer på busserne. Efter den reklamefri periode på 3 år havde operatøren i henhold til udbudsbetingelserne mulighed for – i begrænset omfang – at indgå aftaler om udvendige reklamer på bussen i forhold til konkrete tegninger, som viste, cirka hvor på bussernes langside, der ville kunne opsættes udvendig reklame. Operatøren kunne også vælge at undlade at benytte muligheden for reklamering efter de første tre år i yderligere ”x” antal år. Det er anført i udbudsbetingelserne, at dette vægtes positivt i tildelingen, og operatøren skulle på tilbudsblanketten angive, hvor mange år ud over de 3 år, busserne ville udføre kørsel uden udvendig reklame. Den vindende operatør bød med reklamefrihed i hele kontraktperioden, og kontrakten er tildelt på det vilkår.”*

## **3. Hvor lang tid er forbuddet gyldigt?**

Movia bemærker:

*”Den vindende operatør bød med reklamefrihed i hele kontraktperioden, og kontrakten er tildelt på det vilkår. Kontrakten løber til ultimo 2025, og kan derudover forlænges med 2 år.”*

## **4. Hvad stemte Københavns Kommunes repræsentanter i Movias bestyrelse i så fald ved sagens behandling?**

Movia bemærker:

*”Bestyrelsen har ikke truffet beslutning om det konkrete udbud, jf. svar under pkt. 1, hvoraf fremgår: ”I overensstemmelse med sædvanlige praksis i Movia behandles tilrettelæggelsen af hvert enkelt*

*udbud ikke indgående i Movias bestyrelse - det er en del af den daglige drift””.*

**5. Hvilken effekt vil et reklameforbud have på kommunekassen? Herunder ønskes indsigt i, hvor meget man kunne have haft som årlig indtægt eller mindre årlig udgift, hvis man ikke havde forbudt reklamer på linje 5C i den fulde udbudsperiode med forlængelser.**

Movia bemærker:

*”Retten til at sælge reklamer på Movias busser er generelt overdraget til de operatører, som driver Movias busser. Indtægterne for reklamer tilfalder udelukkende operatørerne – ikke Movia. Movia er derfor ikke bekendt med det eksakte provenu ved reklamer på linje 5A eller på øvrige linjer.*

*Formålet med udvendig reklamefrihed er at sikre et godt gennemslag af det nye busdesign for +Way/Cityline, så det ikke forstyrres af kritik, f.eks. af reklamer vedr. plastikoperationer eller lignende. Der er således tale om en prioritering af en ukompromitteret eksponering af det nye, særlige Cityline/+Way-produkt i forbindelse med lanceringen.”*

Økonomiforvaltningen bemærker, at det således ikke er muligt at opgøre den potentielle indtægt og dermed mindreudgift for kommunerne, hvis der havde været mulighed for reklamer på buslinje 5C.

Økonomiforvaltningen bemærker derudover, at udbuddet af buslinje 5C, ifølge Movia, medfører en besparelse for Københavns Kommune på ca. 60 mio. kr. set over den samlede kontraktperiode, og at kontrakten har en værdi på over 1,1 mia. kr.

**6. Hvordan vil Økonomiudvalget eller Borgerrepræsentationen kunne ændre beslutningen, såfremt et forslag om, at alle busser skal kunne bære reklamer, finder flertal?**

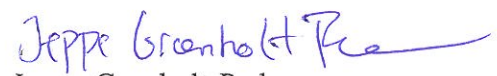
Movia bemærker:

*”Movias administration anser en ændring af kontrakten vedrørende reklamefrihed på linje 5C i den tre årige reklamefri periode, såvel som den efterfølgende reklamefri periode, som operatøren har tilbudt, som en væsentlig ændring i udbudsretlig forstand, som ikke kan foretages uden genudbud af kontrakten. Det er på den baggrund også Movias administrations opfattelse, at der vil bestå en betydelig risiko, såfremt Movia ændrede i reklameadgangen, efter udbuddet er afgjort.*

*Denne risiko skal ses i forhold til, at Movia løbende gennemfører udbud af trafik, og at udbuddet af linje 5A/5C har en værdi på over 1,1 mia.kr.*

*Movias bestyrelse er orienteret om denne risiko. Den risiko er Movia ikke indstillet på at løbe.”*

Venlig hilsen



Jeppe Grønholt-Pedersen  
Kontorchef