

Begrundelse

DSB Gods har utroligt store problemer med økonomien, og derfor kan det undre, at man ikke i langt højere grad søger indtægterne de steder, de kan findes.

Når et godstog - eller for den sags skyld et passagertog - kører landet tyndt, så bliver det set af ganske mange mennesker, bilister ved baneoverskæringer på vejene, passagerer på peroner eller i andre tog m.v. Denne reklameplads vil mange firmaer sikkert gerne betale for.

Betalingen kunne for eksempel være i form af sponsorer, hvor pågældende virksomhed påtager sig at finansiere malingen og vedligeholdelsen af vognen. Eller det kan være i form af decideret køb af reklameplads, hvor DSB så fortsat står for betalingen af vedligeholdelsen.

Under alle omstændigheder er det mange kvadratmeter rullende reklameplads, der i dag står ubenyttet hen, samtidig med at indehaverne af de mange kvadratmeter løber ind i det ene økonomiske problem efter det andet.

En yderligere gevinst vil være, at de beskidte og rustne vogne vil blive forskønnet noget, således at der også vil blive tale om en æstetisk gevinst.

Når det har kunnet lade sig gøre at sælge hele busser som reklameplads, så er det spørgerens vurdering, at togvogne også har et betragteligt potentiale.

selv poolvogne, men disse benyttes, ligesom andre baners vogne, fleksibelt over hele Europa.

Muligheden for reklamering knytter sig derfor alene til de vogne, der benyttes i den indenlandske trafik med undtagelse af indenlandsk kombineret trafik. Her er der imidlertid det problem, at en meget stor del af transporterne er over-nat transporter, hvor vognene typisk ikke flyttes i dagtimerne. Det gælder således stykgods- og posttransporter.

Med hensyn til passagertogene er det DSB's holdning, at DSB's stationer og tog skal være trygge, behagelige og indbydende steder at opholde sig i.

DSB vurderer løbende, hvordan virksomhedens potentielle reklamepladser bedst kan udnyttes. Det er således for tiden DSB's vurdering, at den bedste løsning for DSB er at udnytte de stationære pladser, dvs. bill boards, Eurolight og plakater på stationerne.

Der er ikke for nærværende nogen aktuelle eller generelle planer om at bruge ydersiden på DSB's passagertog til reklamer. Eventuelle forespørgsler herpå bliver dog vurderet separat.

Spm. nr. S 474

Til trafikministeren (11/11 99) af:

Kim Behnke (FRI):

»Vil ministeren tage initiativ til, at ambulance- og brandveje bliver friholdt for etablering af bump?«

Begrundelse

Spørgsmålet stilles, da svaret på spørgsmål nr. S 244 var upræcist desangående.

Der er ingen tvivl om, at det er til skade for hjælpehastigheden, når der er bump på udrykningsveje, derfor er det væsentligt at få gjort noget ved dette - og væsentligt at vide, om ministeren vil gøre noget ved sagen.

Svar (22/11 99)

Trafikministeren (Sonja Mikkelsen):

På nuværende tidspunkt finder jeg ikke, at der foreligger omstændigheder, der kan begrunde, at jeg skal tage initiativ til, at ambulance- og

Svar (19/11 99)

Trafikministeren (Sonja Mikkelsen):

DSB Gods har tidligere overvejet at gennemføre reklamering på godsvogne. Det økonomiske potentiale er dog begrænset, hvorfor overvejelserne endnu ikke har ledt til et konkret resultat. DSB Gods har imidlertid ikke opgivet tanken.

Der er flere årsager til det begrænsede økonomiske potentiale:

For den del af transporterne, der kører som kombineret trafik, er containerne, trailerne og vekselladene som oftest udstyret med ejerens firmalogo. Ejeren er typisk en speditør eller et rederi. DSB kan derfor alene disponere over selve bærevognen.

Af DSB's totaltrafik er ca. 60% til og fra udlandet eller i transit. De vogne, der benyttes her, er enten såkaldte poolvogne eller private vogne, der er udlejet af et udlejningsselskab. DSB ejer