



ERHVERVS- OG
VÆKSTMINISTEREN

24. april 2015

Besvarelse af spørgsmål 22 ad L 164 stillet af Erhvervs-, Vækst- og Eksportudvalget den 1. april 2015.

ERHVERVS- OG
VÆKSTMINISTERIET
Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Ministeren bedes oplyse, hvordan det sikres, at krav om bestemte mærker ikke kommer til at virke hæmmende og stå i vejen for nytænkning og innovative produktløsninger? I sin besvarelse bedes ministeren medinddrage, hvordan det sikres, at de krav som virksomhedernes produkter skal leve op til for at opnå et bestemt mærke opdateres i forhold til den nyeste udvikling inden for eksempelvis bæredygtighed og innovation mv., og dermed afspejler markedets til enhver tid bedste produkter.

Tlf. 33 92 33 50
Fax 33 12 37 78
CVR-nr 10 09 24 85
EAN nr. 5798000026001
evm@evm.dk
www.evm.dk

Svar:

Det er ordregiveren, der vurderer, hvilke egenskaber der skal efterspørges i et indkøb af en vare eller en tjenesteydelse. I den forbindelse kan ordregivere vælge at anvende mærker som dokumentation for, at et tilbud har de specifikke egenskaber, som ordregiveren efterspørger i udbuddet.

Såfremt et mærke ikke indeholder krav, der imødekommer ordregivernes behov for innovative løsninger, kan ordregiverne undlade at bruge mærker, men i stedet fastsætte andre krav, der i højere grad opfylder ordregivernes behov.

Udbudsloven indeholder procesregler, der regulerer, *hvordan* offentlige myndigheder skal købe ind, men ikke *hvad* de skal købe. Der er ikke bestemmelser i loven, som forpligter ordregiveren til at købe de nyeste produkter. Dog indeholder lovforslaget en række tiltag, der har til formål at fremme nytænkning og innovative produktløsninger. Eksempelvis giver lovforslaget mulighed for at indgå innovationspartnerskaber samt gennemføre udbud med forhandling og konkurrencepræget dialog.

Det er de ansvarlige virksomheder, organisationer mv., der administrer de forskellige mærker, der vurderer og beslutter, om mærkekravene skal reguleres og opdateres i forhold til innovative produktløsninger. Mærker opdateres som regel løbende med henblik på at være tidssvarende, da det vurderes at være et afgørende konkurrenceparameter for de forskellige mærkeudbydere, at deres mærker er aktuelle og i overensstemmelse med brugernes efterspørgsel.