

Passagerpulsens Årsrapport 2015

Maj 2016

Forbrugerrådet
Tænk
Passagerpulsen

Indhold

1.	Summary	3
2.	Passagerpulsens målsætninger	4
3.	Opnåede resultater	6
3.1	Interessevaretagelse	6
3.2	Presse	6
3.3	Opnåelse af succeskriterier	7
4.	Aktiviteter i 2015	8
4.1	Aktiviteter i relation til milepælene:	8
4.2	Dialog med passagererne	11
4.3	Viden til passagererne	12
4.4	Møder og dialog med trafikselskaber og operatører	13
4.5	Anden videndeling	14
4.6	Undersøgelser og analyser	14
4.7	Kommunikation	16
5.	Om Passagerpuls	18
5.1	Baggrund	18
5.2	Fakta, dialog og uafhængighed	18
5.3	Arbejdsform	19
5.4	Indsatsområder	20

1. Summary

Denne årsrapport indeholder status på aktiviteter i Passagerpulsens hos Forbrugerrådet Tænk for perioden 1. januar til 31. december 2015. Årsrapporten tager udgangspunkt i de mål, succeskriterier og milepæle, der indgår i projektbeskrivelsen for Passagerpulsens, som er en del af tilsagnet for projekttilskud fra Trafikstyrelsen.

2015 har været et etableringsår for Passagerpulsens med fokus på at få organiseringen og de eksterne samarbejdsstrukturer på plads. Men som det fremgår af afsnit 3, har Passagerpulsens gennem en målrettet indsats også allerede medvirket til at få sat fokus på en række udfordringer for brugerne af den kollektive trafik. I den forbindelse kan nævnes håndtering af sporarbejde, utilstrækkelig information om rejsetidsgarantier og problemer med glemt tjek ud ved brug af Rejsekortet. Passagerpulsens arbejde har i flere tilfælde ført til konkrete forbedringer til gavn for passagererne.

Passagerpulsens interessevaretagelse bygger på en fakta- og dialogbaseret tilgang, hvor viden om passagerforhold og et konstruktivt samarbejde med brugerne, trafikkselskaber og myndigheder er centrale redskaber.

På passagersiden har vi fået etableret et Interessentforum bestående af pendlere og relevante interesseorganisationer, som giver os tilbagemeldinger på en struktureret måde, og som vi kan sparre med om aktuelle emner. Vi er også i dialog med passagererne via vores Facebook side, Passagerpulsens nyhedsbreve og når vi er på roadtrips.

Som det fremgår af afsnit 4, har Passagerpulsens endvidere gennemført en række undersøgelser i løbet af året om væsentlige emner som rejsekortet, rejsetidsgarantier, håndtering af sporarbejder, kundeservice m.m. På den måde har vi været med til at skabe ny viden i branchen.

Vi har formidlet denne viden på vores hjemmeside, i nyhedsbreve, i pressen og ved møder med de relevante selskaber. På den måde har vi været med til at give passagererne en stemme i den offentlige debat og overfor branchens aktører. Ved møder med selskaberne har vi søgt en konstruktiv dialog med fokus på de gode eksempler, der kan tjene som inspiration for de øvrige selskaber. Et godt eksempel på dette er vores arbejde med kundeserviceprisen og de efterfølgende møder med hvert enkelt selskab.

Ud over den løbende dialog med selskaberne er Passagerpulsens samarbejde med branchen selskaberne i Samarbejdsforum og den Analysefaglige Følgegruppe. Vi har i 2015 ved 2 lejligheder haft møde med Samarbejdsforum (Bus & Tog kundestyregruppen), hvor vi bl.a. har redegjort for konkrete undersøgelsesresultater.

Den Analysefaglige Følgegruppe har især været aktiv i forbindelse med kravspecifikation og udbud af de Nationale Passagertilfredshedsundersøgelser (NPT). Udbuddet er blevet gennemført og COWI A/S blev valgt til at forestå dataindsamling og rapportering. Dataindsamlingen blev indledt mellem jul og nytår, og den første rapport forventes offentliggjort i medio 2016.

2. Passagerpulsens målsætninger

Passagerpulsens målsætninger udspringer af forprojektet, bevillingsteksten og Passagerpulsens opstart.

Ifølge bevillingsteksten skal Passagerpulsens

- sikre, at passagerernes interesser varetages af en uafhængig instans i dialogen med trafikselskaber, myndigheder mv.
- give et talerør til passagererne
- skabe ny viden
- lave nationale og uafhængige passagerundersøgelser
- systematisk indsamle viden om passagerernes tilfredshed på tværs af selskaber, trafikformer og geografi
- sætte fokus på passagerernes samlede rejse med den kollektive trafik

Af Passagerpulsens vision og mission fremgår, at Passagerpulsens skal

- sikre passagererne en samlet, stærk faktabaseret stemme i den offentlige debat og over for branchens aktører
- sikre større inddragelse og fokus på passagererne
- arbejde for at finde og udvikle løsninger, sammen med passagerer, politikere og selskaber

Passagerpulsens konkrete mål er ”at forbedre oplevelsen for passagererne og skabe større tilfredshed med den kollektive transport”.



3. Opnåede resultater

3.1 Interessevaretagelse

Gennem Passagerpulsens dialog med trafiksselskaberne, operatørerne m.fl. har vi i 2015 opnået følgende konkrete forbedringer for passagererne:

Forhold som Passagerpulsens har sat fokus på	Forandring som er sket/undervejs
Der var store problemer med DSB's og Banedanmarks håndtering af de problemer, der opstod, da sporarbejdet i Påsken 2015 ikke blev færdigt til den forventede tid og information til passagererne i den forbindelse.	DSB og Banedanmark • Udbreder anvendelsen af de bedste højtaler tekster i toget til alle afgange. • Skiltning med vejvisning til togbusser udføres i en farve, der er mere tydelig også i svagere belysning. • Fastholder i videst muligt omfang farvekodningen til togbusser.
Rejsetidsgarantiordninger: Kendskabet var lavt og selskabernes information var ikke tilstrækkelig.	DSB har sat plakater op på mange af deres stationer og har indsat mere information på printselvbilletten og i app's. DOT og Rejsekortet har ligeledes højnet informationsniveauet så flere passagerer kan få information om deres rettigheder.
Cykler i S-tog blev håndteret meget uensartet.	DSB har nu indført klarere retningslinjer for glemte cykler i togene. Alle cykler samles et centralt sted og overgives til Politiet.
Mange passagerer oplever problemer ved glemte "tjek-ud" på rejsekortet.	Rejsekortet A/S er i gang med udvikling af en Rejsekorts-app, som skal hjælpe passagererne med at tjekke ind og ud under rejsen. Det gør brugen af rejsekortet mere enkelt og kan forhåbentlig reducere antallet af bøder grundet manglende "tjek-ud".
Mobilklippekort i Hovedstadsområdet kun gyldigt i 6 måneder.	DOT har forlænget varigheden af mobilklippekort til et år.
En uigennemsigtig takststruktur.	En ny prisstruktur på Sjælland "Takst-Sjælland" er på vej med henblik på at gøre prisstrukturen mere overskuelig og forståelig for passagererne.

3.2 Presse

Passagerpulsens har i løbet af 2015 været synlig i den offentlige debat, hvor der har været behov for at tale passagerernes sag i den kollektive transport – det være sig både i forhold til generelle spørgsmål og i konkrete sager. En synlig og klar ekstern profil har været et nyttigt redskab i Passagerpulsens interessevaretagelse, som har understøttet mulighederne for at skabe konkrete forbedringer.

Passagerpulsens har i 2015 været nævnt i webmedier 276 gange i forbindelse med kollektiv transport inden for bus, tog og metro. Medieovervågningen registrerer alene web-henvisninger. Det betyder, at tv, radio og print, som ikke

har været bragt på web, ikke er med i dette tal. Herudover har Passagerpulsens i 2015 medvirket i 24 TV- og radioindslag, hvor medierne især har interesseret sig for rejsekortet og trafikselskabernes rejsetidsgarantier.



3.3 Opnåelse af succeskriterier

Passagerpulsens har en række overordnede succeskriterier, der er blevet godkendt af Trafik- og Byggestyrelsen i forbindelse med bevillingen. Status for opnåelsen af succeskriterierne er:

Overordnede succeskriterier	Status april 2016
Efter 2 år kender 30 % af danskerne Passagerpulsens og ved, at Passagerpulsens er den organisation, der varetager passagerernes interesser. Efter 3 år kender 50 % Passagerpulsens.	Kendskabet er på 6%.
Efter 3 år er der 10.000 medlemmer af Passagerpanelet.	Ca. 2.000 medlemmer.
Efter 3 år er der 200 Passageragenter.	Ca. 300 passageragenter.
Efter 1 år er der 2.500 abonnenter på Passagerpulsens nyhedsbrev.	Ca. 1.300 abonnenter.
Efter 2 år gennemføres årligt mindst 12 undersøgelser i alt på Passagerpanelet og af Passageragenterne.	Der er offentliggjort 7 undersøgelser i 2015. Heraf er de 4 udarbejdet med data indsamlet via passagerpanelet og passageragenterne. Hertil kommer 10 selskabsspecifikke rapporter, der ikke er offentliggjort. De er også udarbejdet med assistance fra passageragenterne.
Efter 3 år mener over 75 % af pendlerrepræsentanterne og interesseorganisationerne, at Passagerpulsens er god til at repræsentere passagererne og dem selv.	Måles først ultimo 2017.

4. Aktiviteter i 2015

2015 har været et etableringsår for Passagerpulsens med fokus på at få organiseringen og de eksterne samarbejdsstrukturer på plads.

Der har således været fokus på at få etableret de nødvendige strukturer i forhold til at opbygge et maskinrum til brug for analyse- og kommunikationsaktiviteterne. Det være sig rekruttering til Passagerpanel og Passageragenter samt at gennemføre et EU-udbud i relation til de Nationale Passagertilfredshedsundersøgelser.

Passagerpulsens website blev lanceret i december 2014, men for at skabe trafik og besøg er der i 2015 blevet fokuseret på at udbygge websitet med indhold samt at etablere Passagerpulsens platform på de sociale medier.

Passagerpulsens arbejde har i 2015 sigtet på at nå følgende konkrete milepæle:

2015 milepæl	Status
Åbningskonference afholdt.	Opfyldt
Samarbejdsforum mødes 2-4 gange årligt.	Opfyldt
Analysefaglig følgegruppe mødes 2-6 gange årligt.	Opfyldt
Nyhedsbreve - mindst 10 udsendt.	Opfyldt
Interessentforum: Årsmøde og Erfa-grupper afholdt.	Opfyldt
Passagerpanel består af mindst 10.000 personer, og der foretages mindst 6 undersøgelser årligt.	Passagerpanelet bestod ultimo 2015 af ca. 1.000 personer og der blev gennemført 3 undersøgelser på panelet.
Passageragentkorps etableret og der foretages mindst 6 undersøgelser om året.	Korpset har ca. 225 medlemmer ultimo 2015. Medlemmerne har deltaget i 5 undersøgelser.

4.1 Aktiviteter i relation til milepælene:

Åbningskonferencen:

Temaet for Passagerpulsens åbningskonference 4. maj 2015 var "Passageren i centrum". Åbningskonferencen blev afholdt på Christiansborg med ca. 150 deltagere. Deltagerne var en bred kreds af beslutningstagere fra trafikselskaberne, politikere, embedsmænd, forskere, pendlerrepræsentanter og pressen.

Under det overordnede tema blev der holdt indlæg om "Visioner i den kollektive transport", "Lige adgang for alle i den kollektive transport" og "God tone og opførsel i den kollektive transport". Indlægsholderne var en blanding af professionelle fra branchen, almindelige passagerer og interesseorganisationer for passagerer med særlige behov.

Denne blanding af indlægsholdere var med til at sikre, at fokus kom på "Passageren i centrum", idet flere af indlæggene drejede sig om helt dagligdags problemer, som de blev oplevet af passagererne. Der var desuden flere helt

konkrete eksempler på forhold i den kollektive transport, der gør det umuligt for visse befolkningsgrupper at benytte sig af bus, tog og metro. Åbningskonference medvirkede således til, at passagerernes stemme blev hørt.

I forbindelse med konferencen uddelte den daværende transportminister sammen med Forbrugerrådet Tænks formand Passagerpulsens Kundeservicepris til de trafikselskaber, der i 2015 gav den bedste telefoniske kundeservice og bedste kundeservice via hjemmesiden. Passagerpulsens formåede på den måde at sætte fokus på de gode løsninger, og fremhævede vindernes gode løsninger som eksempler til efterfølgelse.

Efter konferencen og uddelingen af kundeserviceprisen holdt Passagerpulsens individuelle møder med trafikselskaberne, hvor deres individuelle resultater blev gennemgået. Formålet med dette var at skabe et fokus på de gode løsninger og de væsentlige forbedringsmuligheder.

Det viste sig bl.a. i forbindelse med kundeserviceprisen, at den måde mange af trafikselskaberne håndterer hittegods på, er besværlig for passagererne. Flere selskaber besluttede på den baggrund at ændre deres rutiner.

Samarbejdsforum:

Passagerpulsens har etableret et Samarbejdsforum med branchen (Bus & Tog). Samarbejdsforum har til formål at sikre videndeling og koordination mellem Passagerpulsens og Bus & Tog-samarbejdet. Samarbejdsforum er blevet identisk med Kundestyregruppen i Bus & Tog, og Passagerpulsens har i 2015 deltaget i 2 møder.

Ved møderne har Passagerpulsens præsenteret resultater af udvalgte undersøgelser og orienteret om vores arbejde. Såvel det allerede gennemførte arbejde, som planerne for det fremtidige arbejde. Dialogen med selskaberne er en god og direkte måde at videndele og skabe opmærksomhed på konkrete udfordringer eller forandringsbehov til gavn for passagererne.

Ud over møderne i Samarbejdsforum sender Passagerpulsens relevante undersøgelsesrapporter i høring hos alle selskaber i Bus & Tog forud for offentliggørelsen. På denne måde sikres, at selskaberne er opmærksomme på den viden Passagerpulsens tilvejebringer og de konklusioner og anbefalinger Passagerpulsens i den forbindelse fremlægger.

Analysefaglig følgegruppe:

Den analysefaglige følgegruppe er specifikt nedsat som en samarbejdsgruppe mellem Passagerpulsens og de selskaber, der er med i samarbejdet om de nationale passagertilfredshedsundersøgelser (NPT). Det drejede sig i 2015 om Arriva Tog, DSB og Metroselskabet. Bus & Tog har desuden deltaget som observatør.

Den analysefaglige følgegruppe har mødtes 5 gange i 2015 og har bl.a. drøftet kravspecifikationen af (NPT) i forbindelse med udbud af opgaven. I den forbindelse er såvel metode og spørgeskema blevet drøftet. Særligt dataindsamlingsmetoden for NPT har været drøftet, da selskaberne i dag anvender mange forskellige metoder til deres egne undersøgelser. Passagerpulsens har arbejdet for, at der skulle anvendes den samme metode overalt, af hensyn til

muligheden for sammenligninger. Der har været en god dialog med selskaberne om såvel metode som spørgeskemaet, som selskaberne også er kommet med input til.

Nyhedsbreve:

Der er udsendt 13 nyhedsbreve i 2015, hvilket ligger lidt over målsætningen. Målet om 2.500 modtagere af Nyhedsbrevet inden udgangen af 2015 er ikke blevet nået. Ved årsskiftet var der ca. 1.100 modtagere. Tallet stiger stadig stille og roligt. Således har Passagerpulsens nyhedsbrev medio marts 2016 opnået 1267 modtagere.

Formålet med nyhedsbrevet har fra begyndelsen været, at udbrede kendskabet til Passagerpulsens arbejde og den viden, vi skaber, til såvel professionelle som almindelige passagerer.

Den primære læring fra 2015 på dette område er, at almindelige passagerer foretrækker at modtage nyt fra Passagerpulsens via Facebook. Passagerpulsens har derfor forstærket indsatsen på Facebook i 2015, og overvejer i dialog med Trafik- og Byggestyrelsen, om der er behov for at revidere denne målsætning.

Interessentforum:

Passagerpulsens Interessentforum holdt årsmøde i oktober. Der deltog 20 medlemmer ligeligt fordelt mellem interesseorganisationer og pendlerrepræsentanter. Mødet behandlede forskellige emner inden for kollektiv transport:

- Brugervenlighed – med særligt fokus på de praktiske ting omkring billetkøb mv.
- Tilgængelighed
- Danskernes holdning til kollektiv transport – med udgangspunkt i holdningsundersøgelsen lavet af Passagerpulsens
- Rejsekortet
- Kollektiv transport uden for de større byer
- Sammenhængende transport

Mødet bidrog med mange relevante input til Passagerpulsens fremadrettede arbejde i forhold til de aspekter af den kollektive transport, der har størst betydning for passagererne og indvirkning på deres rejseoplevelse. Passagerpulsens har indsamlet og systematiseret disse input, sammen med alle øvrige input, vi løbende modtager ad andre kanaler fra passagererne.

Samarbejdet med Interessentforum i 2015 har generelt givet Passagerpulsens mulighed for, at få kvalificeret og målrettet indsatsen og dermed repræsenteret passagerernes interesser bedst muligt. Dette er væsentligt i lyset af målsætningen om, at pendlerrepræsentanterne og interesseorganisationerne skal opfatte Passagerpulsens som en god repræsentant for passagererne og dem selv i den kollektive transport.

Passagerpanelet:

Passagerpulsens har i 2015 rekrutteret til passagerpanelet via hjemmesiden, nyhedsbreve, Facebook og mindre undersøgelser, udarbejdet i samarbejde med en række af trafiksselskaberne. Status for passagerpanelet er, at der ved udgangen af 2015 er opnået ca. 1.000 panelmedlemmer, hvilket er et stykke

fra den opstillede milepæl for 2015 og det endelige mål om 10.000 medlemmer af panelet ved udgangen af 2017.

I 2015 har panelmedlemmerne deltaget i 3 undersøgelser om henholdsvis kundeservice, rejsetidsgaranti og sporarbejder, hvilket heller ikke opfylder det oprindelige mål om 6 panelundersøgelser i 2015. Dette skyldes, at Passagerpanelet i 2015 ikke har haft en tilstrækkelig størrelse til at der har kunnet gennemføres flere undersøgelser.

En mindre forsinkelse i opstarten af NPT har betydet, at rekrutteringen til panelet først er kommet i gang for alvor i begyndelsen af 2016. Det har derfor været nødvendigt at indhente data via eksterne leverandører i forbindelse med nogle af Passagerpulsens gennemførte analyseopgaver i 2015.

De hvervede medlemmerne af passagerpanelet har imidlertid bidraget med supplerende viden, som har været et væsentligt bidrag til det løbende analysearbejde.

Passageragenterne:

Målet er, at Passagerpuls skal have 200 passageragenter ved udgangen af 2017. Ved udgangen af 2015 havde vi 226 passageragenter. Der er en vis udskiftning i agentkorpset, så Passagerpuls har gennem hele 2015 arbejdet på at rekruttere nye agenter.

Agenterne er fordelt over det meste af landet. Passagerpuls arbejder på at få dækket de områder, hvor der endnu ikke er så mange agenter tilknyttet endnu.

I 2015 gennemførte Passagerpuls i alt 5 undersøgelser med brug af passageragenternes assistance, hvoraf de 2 er blevet offentliggjort i 2015 og 1 bliver offentliggjort i 2016. De resterende to undersøgelser (om indeklimate og siddepladskapacitet) blev ikke offentliggjort, da resultaterne ikke var dækkende for hele landet. Resultaterne er i stedet brugt som baggrundsinformation til Passagerpulsens løbende arbejde.

Passageragenterne er et godt redskab for Passagerpuls, da de giver os mulighed for at foretage fysiske observationer overalt i landet og mange steder på en gang. Samtidig er passageragenterne en mulighed for den almindelige passager til at involvere sig i arbejdet for en forbedret kollektiv transport.

Passageragenternes egne oplevelser har også i flere tilfælde i 2015 været med til at sætte kød og blod på de ellers lidt tørre data og resultater, og har således medvirket til at gøre resultaterne mere nærværende og relevante.

4.2 Dialog med passagererne

Passagerpuls har brug for at være i løbende dialog med passagererne, for på den måde at kunne følge med i hvad der har størst betydning for den enkelte bruger af den kollektive transport.

I 2015 har Passagerpuls mødt, været i dialog med og fået input fra passagererne på følgende måder:

- Gennem Passagerpulsens Interessentforum (se ovenfor)
- Via vores hjemmeside og e-mails

- På vores Facebook side og andre sociale medier, hvor vi har blandet os i debatten
- Ved forskellige events og roadtrips rundt i landet

Vi besvarer, i den udstrækning det er muligt, alle henvendelser via hjemmesiden og e-mails personligt, og gemmer alle input og cases til evt. senere brug bl.a. i dialogen med selskaberne.

De sociale medier har vist sig at være et meget nyttigt værktøj til at få en skabt konkret interaktion med visse passagergrupper. Særligt de unge er aktive hér.

I 2015 har Passagerpulsens gennemført roadtrips flere steder i landet. Vi har kørt tog med DSB og Arriva på såvel Sjælland som i Jylland. Vi har været på Fyn, i Metroen og i Midtjylland. Alle roadtrips skete i samarbejde med de relevante trafikselskaber og Passagerpulsens gennemførte sideløbende en undersøgelse, der skulle afdække passagerernes oplevelse af 'den gode tone' i den lokale kollektive transport. Alle steder havde vi kontakt med et stort antal passagerer og fik på den måde et rigtig godt indblik i deres daglige oplevelser.

Roadtrips har givet Passagerpulsens en mulighed for at få 'fingeren på pulsen' og været en måde, at demonstrere over for passagererne (og trafikselskaberne), at vi interesserer os for deres situation – uanset hvor i landet de er. Vi oplever tilsvarende, at såvel passagerer som trafikselskaberne sætter meget stor pris på den synlighed, vi dermed udviser. For trafikselskaberne har det i nogle tilfælde også været en anledning til, at opnår en synlighed i det lokale mediebillede af, at man er opmærksom på kundernes behov.

4.3 Viden til passagererne

Passagerpulsens har set det som en vigtig rolle, at give passagererne viden, der bl.a. kan hjælpe dem til at træffe bedre valg. Derfor har vi i løbet af 2015 udgivet en række guides på vores hjemmeside og 'markedsført' dem i nyhedsbreve og på Passagerpulsens Facebook side. Emnerne har blandt andet været:

- Dine rettigheder ved sporarbejder
- Billige billetter til unge og studerende
- Kend din rejsetidsgaranti
- Hvilken type Rejsekort skal du vælge?

Det er Passagerpulsens indtryk, at disse guides er blevet modtaget meget positivt af passagererne og vi ser en stor trafik på såvel vores hjemmeside som på vores Facebook side, når vi offentliggør en ny guide. Disse guides er en meget konkret hjælp til passagererne og er med til at vise dem, at Passagerpulsens er optaget af at bistår med råd og vejledning. Hermed styrkes kendskabet til Passagerpulsens.

4.4 Møder og dialog med trafiksselskaber og operatører

Passagerpulsens har i 2015 haft en lang række møder og dialog med trafiksselskaberne. Møderne har både været generelt relationsopbyggende og omhandlet konkrete problemstillinger, hvor Passagerpulsens har talt passagerernes sag.

Blandt vigtigste møder kan nævnes:

Individuelle møder med alle trafiksselskaberne og jernbaneselskaberne om deres mulige deltagelse i de nationale passagertilfredshedsundersøgelser (NPT):

Møderne havde til formål at bane vejen for NPT, der fremover vil være en væsentlig kilde til viden om passagerernes tilfredshed med deres rejser med kollektiv transport, og således et værktøj, der kan være med til at skabe et helt nyt fokus i den trafikpolitiske dagsorden.

Individuelle møder med de fleste trafik- og jernbaneselskaber om deres kundeservice:

Grundlaget for møderne var Passagerpulsens kundeserviceundersøgelse og fokus var på passagerernes ønsker og forventninger til kundeservice, samt hvordan hvert selskab kunne lære noget af det de andre gør godt. Konkret har det givet anledning til, at flere af selskaberne har revurderet deres telefonsystemer og betjening samt den måde hittegods og henvendelser om hittegods er håndteret på.

Selskaberne har været meget lyttende i denne dialog og tilkendegivet et ønske om at gennemføre forbedringer, hvor det har været muligt.

Møde med DSB og Banedanmark om håndtering af sporspærring på Vestfyn i påsken:

Passagerpulsens undersøgelse viste, at der var problemer med hjælp og information til passagererne, da Banedanmark ikke blev færdige med sporarbejdet til tiden. DSB og Banedanmark har stillet konkrete forbedringer i forbindelse med fremtidige sporarbejder i udsigt.

Faste møder med DSB:

Der blev i 2015 etableret faste møder mellem Passagerpulsens og DSB ca. hver 2. måned med skiftende dagsordener afhængigt af aktuelle udfordringer og konkrete passagerhenvendelser til Passagerpulsens. Møderne er direkte interessevaretagelse for passagererne. Emnerne har bl.a. være håndtering af glemte cykler på S-tog, køreplaner, Rejsekort, Ungdomskort, lukning af salgssteder, togbetjeningen, rettidighed, rejsetidsgaranti mv.

Møder med Rejsekort A/S:

Passagerpulsens har haft 3 møder med rejsekort A/S i løbet af året med fokus på de problemer, passagererne oplever med rejsekortet, herunder bl.a. tjekud problemer, takststrukturen. Et andet tema har været kundetilfredshedsundersøgelser blandt Rejsekortbrugere, hvor Passagerpulsens har peget på de punkter, hvor kundetilfredsheden er lav og hvor der således er et potentiale for forbedringer.

Passagerpulsens mener grundlæggende, at Rejsekortet er en god idé og har haft en god og konstruktiv dialog med Rejsekort A/S om de identificerede udfordringer.

Møder i køreplansgruppen (for Sjælland):

Passagerpulsens blev i 2015 inviteret med i denne gruppe som observatør. Deltagelse i gruppens møder gav Passagerpulsens mulighed for at bidrage med passagervinklen, når der tales om koordinering af køreplaner selskaberne imellem, i forbindelse med køreplansskift, begivenheder, sporarbejder mv.

Også ved disse møder er der tale om meget direkte interessevaretagelse for passagererne.

Ud over de nævnte møder er der etableret gode forbindelser til alle trafiksselskaberne og jernbaneoperatørerne, der gør det muligt at have en dialog enten ved direkte møder, telefonisk eller via e-mail om konkrete problemstillinger, som vi (og passagererne) gerne vil have sat fokus og finde løsninger på.

Der er som oftest tale om problemstillinger af generel karakter, men der har også været eksempler på sager, der har drejet sig om en enkelt passagers oplevelser. I disse tilfælde tager vi sagen op, idet vi forventer, at løsningen vil have en direkte positiv effekt for mange andre passagerer ved at der ændres praksis på et område. Dette var fx tilfældet med glemte cykler på S-togene.

4.5 Anden videndeling

Passagerpulsens har i løbet af 2015 deltaget med indlæg om passagervinkler ved forskellige fagkonferencer. Det har vi set som en mulighed for at blive kendt i branchekredse, som en væsentlig og troværdig stemme for passagererne og deres synspunkter. Forventningen er, at jo mere vi blander os i debatten og fremkommer med ny relevant viden, jo mere vil vi blive lyttet til, og jo bedre vil vi være til at give passagererne en stemme i branchekredse.

Af konferencedeltagelse i 2015 kan bl.a. nævnes:

Den Danske Banekonference (maj)
Folkemødet (juni)
Kollektiv Trafik Konferencen (oktober)

4.6 Undersøgelser og analyser

Nationale Passagertilfredshedsundersøgelser (NPT):

Der blev i 2015 gennemført et udbud af dataindsamling, databehandling og rapportering af NPT. På baggrund af de 3 modtagne tilbud blev COWI A/S valgt som leverandør.

Dataindsamling og stikprøver er blevet planlagt i samarbejde med Arriva Tog, DSB, Metroselskabet og Nordjyllands Trafikselskab. Dataindsamlingen blev indledt 27. december 2015.

Første NPT rapport kommer til at dække perioden 27. december 2015 til 31. marts 2016 (1. kvartal 2016). Rapporten forventes offentliggjort medio 2016. Herefter vil der komme NPT rapporter hvert halve år, dækkende hhv. sommer- og vinterhalvåret.

Øvrige undersøgelser og analyser:

Passagerpulsens har i 2015 gennemført en række undersøgelser, hvoraf følgende har resulteret i analyserapporter, der er tilgængelige på Passagerpulsens hjemmeside:

1. Danskernes holdning til kollektiv transport (dec-14/jan-15)
2. Kundetilfredshed med Rejsekortet (marts 2015)
3. Selskabernes håndtering af sporarbejde i påsken (april 2015)
4. Passagerernes ønsker til kundeservice (maj 2015)
5. Passagerpulsens kundeservicepris (maj 2015)
6. Europæiske storbyers priser på kollektiv transport (september 2015)
7. Togselskabernes rejsetidsgarantier – passagerernes kendskab og togselskabernes information (december 2015)

Offentliggørelsen af rapporterne er ofte blevet fulgt op med pressemeddelelser, nyheder på Facebook i nyhedsbreve. Der har også ofte været afholdt møder med de selskaber, der berøres i rapporterne, med henblik på at drøfte de konkrete resultater og mulige aktiviteter, som kunne iværksættes for at løse eventuelle problemer. Det er bl.a. sket i forbindelse med sporarbejder, kundeservice og rejsetidsgarantier. Ved møderne videregives kundernes oplevelser og ønsker, og Passagerpulsens er således med til at give dem en direkte stemme overfor de pågældende selskaber.

Følgende rapporter er også udarbejdet, men er ikke offentliggjort, da de alene er blevet brugt i dialog med de respektive selskaber:

1. Passagerpulsens kundeserviceundersøgelse – DSB
2. Passagerpulsens kundeserviceundersøgelse – Metroselskabet
3. Passagerpulsens kundeserviceundersøgelse – Arriva
4. Passagerpulsens kundeserviceundersøgelse – Nordjyllands trafikselskab
5. Passagerpulsens kundeserviceundersøgelse – Midttrafik
6. Passagerpulsens kundeserviceundersøgelse – Sydtrafik
7. Passagerpulsens kundeserviceundersøgelse – Movia
8. Passagerpulsens kundeserviceundersøgelse – Lokalbanen
9. Passagerpulsens kundeserviceundersøgelse – Regionstog
10. Passagerpulsens kundeserviceundersøgelse – Abildskou

4.7 Kommunikation

Passagerpulsens har i 2015 arbejdet målrettet med kommunikation på flere forskellige måder og med flere forskellige formål.

Hjemmesiden:

Trafikken på Passagerpulsens hjemmeside er steget støt året igennem i takt med, at siden indholdsmæssigt er blevet udbygget. I andet halvår har Passagerpulsens haft knapt 3000 unikke brugere om måneden og knapt 4000 sessioner på månedlig basis. Den gradvise udbygning af hjemmesidens informationer har styrket muligheden for at fastholde de besøgende, og ved udgangen af 2015 var tendensen op mod 3 sidevisninger pr. besøg.

Sociale medier

Der har ikke været opsat succeskriterier inden for de sociale medier, men de sociale medier har været en hurtig og effektiv platform til at skabe interesse for og gå i dialog med passagererne. Ved udgangen af 2015 havde Passagerpulsens ca. 5.000 følgere på Facebook, som vurderes at være et godt grundlag i betragtning af, at Passagerpulsens er et nystartet projekt.

Facebook har vist sig at være en god platform til at afsætte den viden, der oparbejdes i sekretariatet i form af rapporter og guides til passagererne, og der opleves en stor villighed blandt passagererne til at debattere og dele indhold. Facebook er den næststørste kilde til trafik på hjemmesiden og overgår langt den trafik, som kan opnås via eksempelvis nyhedsbrevet. Facebooks nemme adgang til at dele indhold, gør det samtidig til en attraktiv platform i forhold til at synliggøre Passagerpulsens arbejde for målgrupper, som ikke kender os i forvejen



Passagerer er også
forbrugere.
Giv lyd!
SMS FYN til 445

5. Om Passagerpulsen

5.1 Baggrund

Passagerpulsen hos Forbrugerrådet Tænk blev etableret den 1. august 2014 på grundlag af "Aftale af d. 12. juni 2014 mellem regeringen (S og RV), Dansk Folkeparti, SF, Enhedslisten om metro, letbane, nærbane og cykler", hvor der afsættes 30 mio. kr. til Passagerpulsen.

Bevillingsteksten for Passagerpulsen lyder:

Passagerpulsen

Passagerpulsen har til formål at sætte fokus på passagerernes samlede rejse med den kollektive trafik, skabe ny viden samt sikre, at passagerernes interesser varetages af en uafhængig instans.

Forbrugerrådet har foreslået, at Passagerpulsen består af en organisering af passagererne i den kollektive trafik, som giver et talerør til passagererne og fungerer som en uafhængig stemme i dialogen med trafikkselskaber, myndigheder mv. samt nationale og uafhængige passagerundersøgelser, som systematisk vil indsamle viden om passagerernes tilfredshed på tværs af selskaber, trafikformer og geografi.

Heraf har parterne ønsket at finansiere følgende af Passagerpulsens aktiviteter: Passagerpulsens sekretariat, Interessentforum, Passageragenter og Passagerpanel. Det vil bidrage til at sikre, at passagererne får en stærk stemme om passagerernes behov og oplevelser på deres rejse fra dør til dør i den kollektive trafik. Passagerpulsens evalueres efter 3 år.

Parterne er på den baggrund enige om at afsætte 30 mio. kr., heraf 1,5 mio. kr. til opstartsomkostninger, til Passagerpulsens frem til og med 2018

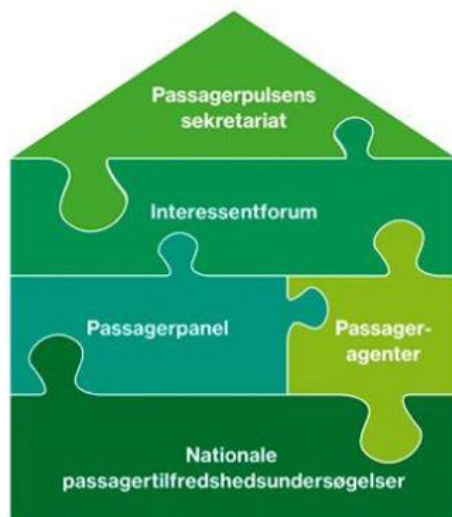
5.2 Fakta, dialog og uafhængighed

Troværdighed er altafgørende for Passagerpulsens arbejde. Derfor arbejder vi:

- Faktabaseret – vi giver anbefalinger på baggrund af viden
- Dialogorienteret med alle interessenter, der har en interesse inden for kollektiv transport
- Uafhængigt af myndigheder, selskaber og interesseorganisationer

5.3 Arbejdsform

Passagerpulsens hus



Vidensindsamling er det bærende element i Passagerpulsens hus, og det gør vi på 4 måder:

De nationale passagertilfredshedsundersøgelser

- Vi gennemfører nationale undersøgelser af passagerernes tilfredshed med den samlede rejse.

Passagerpanel

- Passagerpanelet er et webbaseret panel, der kan bruges til at gennemføre undersøgelser af relevante emner for passagererne i bus, tog og metro.

Passageragenter

- Passagerpulsens har et korps af frivillige passageragenter over hele landet, der dokumenterer forholdene i den kollektive transport.

Interessentforum

- Et interessentforum er etableret og består af pendlerrepræsentanter og interesseorganisationer, der i samarbejde med Passagerpulsens har fokus på at skabe større tilfredshed med den kollektive transport.

5.4 Indsatsområder

Passagerpulsen er på passagerernes side – sammen styrker vi passagerernes stemme, og arbejder for at forbedre deres rettigheder og vilkår. Det gør vi gennem 7 indsatsområder:

- Vi er i dialog og samarbejde med passagererne, trafikselskaberne, operatørerne og beslutningstagerne
- Varetager interesser for alle passagerer: Pendlere, uddannelsessøgende, ældre, handicappede osv.
- Indsamler faktuel viden om passagerernes oplevelser, tilfredshed, ønsker og behov
- Stiller al den indsamlede viden til rådighed for alle berørte parter
- Sætter fokus på passagerernes samlede rejse fra dør til dør – uanset hvilken type kollektiv transport, man benytter
- Giver mulighed for at udvikle den kollektive trafik med udgangspunkt i passagerernes behov

Benchmarker (også internationalt) med fokus på best practise.



RAPPORTEN ER UDARBEJDET AF

Passagerpulsen hos Forbrugerrådet Tænk
Afdelingsleder: Lone Fruerskov Andersen (ansv.)
Asta Ostrowski, Charlotte Balle, Margrethe Thise Ankler, Lars Wiinblad
Foto: Ulrik Jantzen (s. , iStockphoto (s.21)

VORES ADRESSE:

Passagerpulsen hos
Forbrugerrådet Tænk
Fiolstræde 17B
Postboks 2188
1017 København K.

Kontaktinformation:

Passagerpulsens telefontid:
Mandag-torsdag kl. 9-15 og fredag kl. 9-13
Tlf.: +45 77 41 77 41
Mail: passagerpulsen@fbr.dk
Hjemmeside: www.passagerpulsen.dk