

# KUNDE- AMBAS- SADØØREN

1. HALVÅR

2015



# Indhold

”En klagesang er til for at høres” .....	3
Klager til Kundeambassadøren .....	5
→ Tendenser .....	10
Kundeambassadørens anbefalinger ....	11
Kundeambassadørfunktionen.....	17
Der er ingen vej uden om!.....	19

## Forord

Kundeambassadørens statusrapport for 1. halvår 2015 indeholder 5 afsnit.

I det første afsnit sætter Helle Fuhrmann fokus på, hvor vigtige klager er for en virksomhed.

I afsnit 2 beskrives udviklingen i henvendelser til Kundeambassadøren samt tendenser i Kundeambassadørens afgørelser.

I afsnit 3 er der kort redegjort for Kundeambassadørens mere principielle anbefalinger til DSB.

Effekten af Kundeambassadørens arbejde er beskrevet i afsnit 4.

Sporarbejde er et aktuelt dilemma, som Kundeambassadøren har belyst i afsnit 5.

# "En klagesang er til for at høres"

Ordet "klage" er et "ikke-stuerent" ord. Ordet rejser rigtig mange modstridende følelser i os. Nogle siger med stolthed "jeg er god til at klage" og andre synes, at det er pinligt at klage.

Er det en klage at sende en bøf tilbage i køkkenet, hvis den ikke kan tygges? Eller at råbe efter en buschauffør, som ikke ventede? Er det en klage, når vi siger "det er for dårligt" i en avisartikel eller rundt om frokostbordet i kantinen. Eller kræver det, at vi har formuleret klagen over for den/dem, vi er utilfredse med, før vores utilfredshed kan kaldes en klage? Er virksomheders definition af en klage den samme som forbrugerens?

Jeg oplever en berøringsangst for ordet "klage". Mange har spurgt mig, hvorfor jeg kalder de henvendelser, som kunderne sender til Kundeambassadøren, for en klage. Det er for mig en ganske enkel definition – hvis kunden henvender sig til os med en utilfredshed, så er det at betragte som en klage. Det er jeg helt sikker på, at kunden, som har klaget, er enig med mig i.

Jeg er egentlig rigtig glad for klager! Naturligvis fordi det er min opgave at arbejde med klager. Men især fordi jeg synes, det giver DSB den bedste mulighed for at lære, hvad kunderne synes om produkterne, også når der er problemer – for mig er det en "gratis" kundeundersøgelse, som ikke lider af at være styret af spørgsmål eller kundefiltrering. Jeg oplever desuden, at det er rigtig svært at sammenligne klageniveauer og tendenser mellem virksomheder og brancher, hvis vi ikke kan blive enige om at kalde en klage for en klage.

Man kan selvfølgelig stille spørgsmålet, om en klage skal indeholde en forventning om et svar eller måske endda en afgørelse – for ellers er det måske kun et synspunkt? Det kan faktisk til tider være vanskeligt at afgøre, om der er et spørgsmål, der skal besvares i en kundeklage. Betyder det, at virksomhederne bør stille krav til, at kunderne har husket at stille klare spørgsmål og rette specifikke krav, for at kundens henvendelse bliver besvaret/behandlet som en klage? Jeg tænker, at det jo altid er gavnligt at være i dialog med de kunder, som har udtrykt utilfredshed – uanset om man kan se et "spørgsmålstegn" i klagen.

Står vi som virksomheder med åbne arme og byder klager velkommen? Inviterer vi til klager? Eller er det mon sådan, at klager og klagehåndtering fortsat har lavstatus?

Der er ingen tvivl om, at mange virksomheder har stor fokus på kunder, som er utilfredse. Det er i dag meget enkelt at skifte leverandør, hvis man ikke er tilfreds. Det ved virksomhederne godt, og derfor arbejdes der strategisk med Customer Retention, Customer Care, loyalitetsprogrammer mm. Men har den daglige klagehåndtering fået fornyet opmærksomhed fra virksomhedernes ledelse, så dette prioriteres med ressourcer, kompetencer, systemer m.m.? Jeg tror, at mange kunder vil foretrække et kvalificeret svar på en konkret kundeklage, før et tilbud om at være med i et kundeprogram – at prioriteringen af indsatserne retter sig mod først at fjerne stenen i skoen, inden vi tilbyder at pudse dem.

Det kan være langt vanskeligere at forholde sig til utilfredshed, der ikke rettes konkret til virksomheden. For eksempel kan det være svært for DSB at svare på en artikel med overskriften "det er for dårligt, at DSB ikke tager vare på min cykel, når jeg nu har glemt den i toget" eller "det er urimeligt, at DSB ikke stiller toiletter til rådighed på stationerne, når nu jeg havde behov for det". DSB er naturligvis i en ganske særlig situation som en del af Danmarks Public Service, men mange virksomheder møder i dag udfordringer med at tilpasse kunders forventninger til det, som virksomheden reelt er begrænset til at varetage. Især i medier, sociale som ikke, kan det være vanskeligt for en virksomhed at arbejde professionelt og i øjenhøjde med en kunde, hvis forventninger ikke er indfriet. Så måske skal virksomhederne blive bedre til at invitere til klager, for på den måde selv at kunne påvirke den bedst mulige måde at svare på en klage.

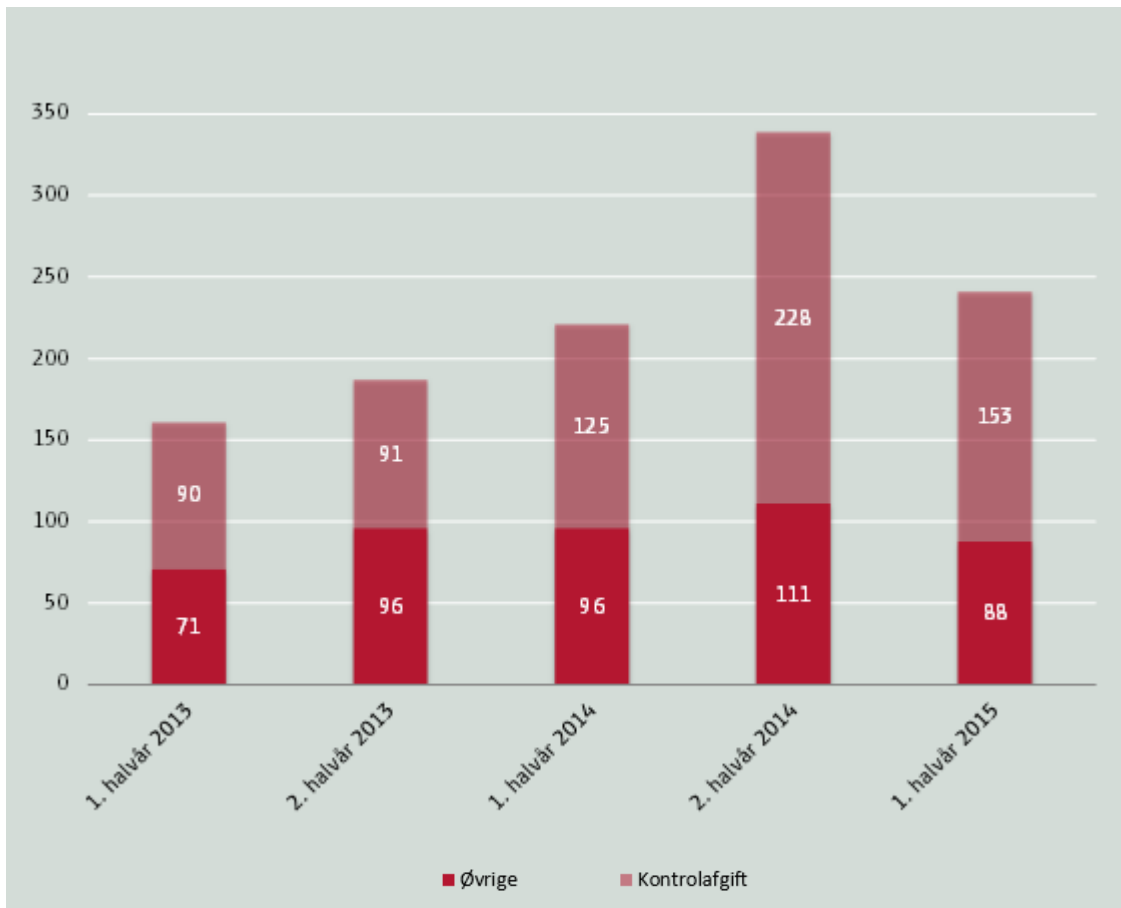
Naturligvis er det langt bedre at forebygge klager. Det er dog ikke altid enkelt – kunders forventninger er ofte ganske forskellige, og dermed kan det være svært at gøre alle tilfredse. Det kan dog svare sig at forsøge at tage læring af tidligere kundeklager og gøre sig umage med at levere det bedst mulige produkt. DSB kan ikke undgå at få klager over de udfordringer, som kunderne møder, f.eks. når der er omfattende sporarbejde, som DSB jo ikke kan køre udenom. Men vurderet på det antal klager, som DSB Kundecenter og Kundeambassadøren indtil nu har modtaget, så er det muligt at hjælpe kunderne godt på vej, selv når forudsætningerne ikke er de bedste – men det kræver, at man gør sig umage, og at man lærer af tidligere fejl og klager.

Hvad ville der ske, hvis vi omfavner klager? Tør kalde en klage for en klage. Med stolthed sige "vi har sat bedste mand på opgaven". Sige til kunden, at vi tager din klage alvorligt, uanset hvilken indpakning den kommer i? Jeg tænker, at det vil gøre det langt sjovere at arbejde med klager, langt mere tilfredsstillende at være en klagende kunde og et langt bedre strategisk afsæt for virksomhederne til at forstå deres kunder.

I denne rapport kan du læse, hvordan Kundeambassadøren arbejder videre med kundens synspunkter, både så DSB får foretaget løbende justeringer, men også i mere omfattende analyser med generelle anbefalinger til forandringer til gavn for kunderne. I rapporten kan du desuden læse, at det i mange situationer kan være vanskeligt at arbejde med klager og vanskeligt at skabe den tilfredshed hos DSB's kunder, som er ønskeligt.

# Klager til Kundeambassadøren

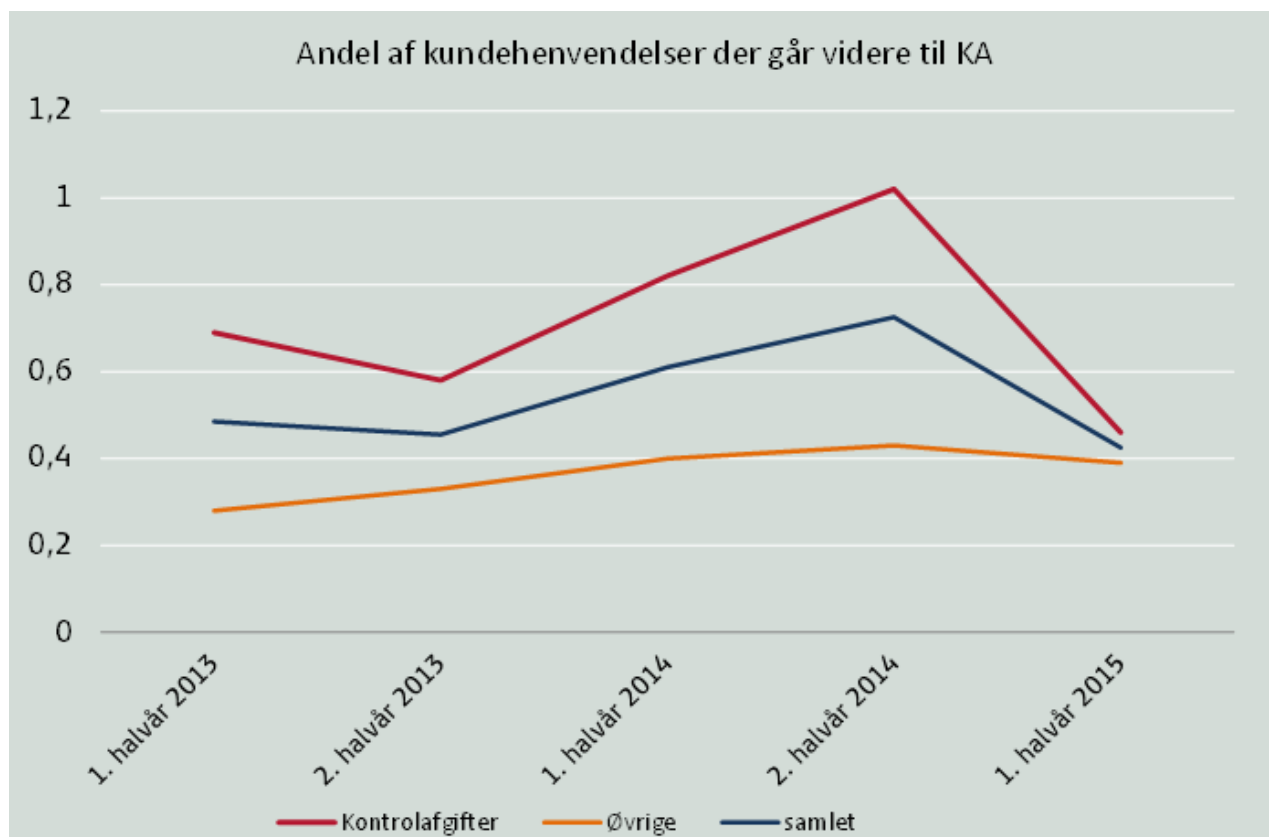
I første halvår 2015 har DSB's Kundeambassadør hver måned modtaget 40 klager fra kunder, som ikke var tilfredse med det svar, de havde fået fra DSB. Dette er et fald sammenlignet med det foregående halvår (2. halvår 2014). Dog er det en stigning på ca. 9 % sammenlignet med 1. halvår 2014. Vi ser generelt, at der er flere klager i 2. halvår både i Kundecentret og hos Kundeambassadøren – derfor forventes hele 2015 at blive på niveau med 2014.



Som noget nyt er statistikken denne gang delt op i antal sager om kontrolafgifter samt antal øvrige sager. Kundeambassadøren kan konstatere, at udviklingen i de to typer sager er forskellig og har fundet det nødvendig at synliggøre denne udvikling. Eksempelvis kan det ses, at for øvrige sager er antallet af klager det laveste niveau siden 2013.

Klager behandlet af Kundeambassadøren			
	1. halvår 2013	1. halvår 2014	1. halvår 2015
Klager behandlet hos Kundeambassadøren	161	221	241
Udvikling	-	+ 37 %	+ 9 %

Stigningen i klager hos Kundeambassadøren skyldes udviklingen i antal klager om kontrolafgifter. Dette modsvarer samme tendens som i DSB Kundeservice.



Der er mindre end 1 promille af de kunder, der rejser med DSB, der efterfølgende klager.

Det er fortsat en lille andel af kunder, der, efter at de har klaget til DSB Kundeservice, vælger at forfølge klagen yderligere ved at henvende sig til Kundeambassadøren. For første halvår 2015 har denne andel været 0,4 %. Niveaueet for øvrige klager er stabilt, hvorimod der er store udsving for kontrolafgifter – det bemærkes, at niveaueet for Kontrolafgifter i 1. halvår 2015 er det laveste Kundeambassadøren endnu har registreret. På nuværende tidspunkt vil Kundeambassadøren ikke drage konklusioner på udsvingene for kontrolafgifter, men afvente udviklingen for næste halvår, som vil blive kommenteret i næste rapport.

Der var i 1. halvår 2015 stor spredning i andelen af kunder, der klager til Kundeambassadøren afhængig af årsagen til klagen. For sager om kontrolafgifter var andelen 0,46 % – for Ungdomskort var niveaueet på 0,77%.

For sager om rejsekort er der kun 0,006 % af kunderne, der går videre til Kundeambassadøren – dette skyldes formentligt, at kunder, der klager til DSB om rejsekort, ikke bliver oplyst om muligheden for at klage til Kundeambassadøren. Kundeambassadøren afleverede den 15. juli 2014 en anbefaling til DSB om, at DSB's kunder, der betaler med rejsekort, også bør blive oplyst om klagemuligheden til Kundeambassadøren.

## Kategorier af henvendelser til Kundeambassadøren

	2013	2014	1. halvår 2015
Kontrolafgifter	53 %	63,5 %	63 %
Produkter	15 %	15 %	24 %
Undervejs på rejsen	11 %	8,25 %	8 %
Service	21 %	13,25 %	5 %

63 % af de henvendelser, Kundeambassadøren modtager, omhandlede i første halvår 2015 en **kontrolafgift**. Dette modsvarer niveauet for 2014. Årsagerne til kundeklagerne skyldes især:

- Kunden havde glemt sit periodekort
- Kunden havde været udsat for identitetstyveri
- Fejl i sagshåndteringen hos DSB Kundeservice.

Det er ikke muligt at konstatere, hvorvidt ovenstående tre årsager også er de primære grunde til kundeklager til DSB Kundeservice, idet DSB Kundeservice ikke registrerer årsagerne til, at kunden klager over en kontrolafgift.

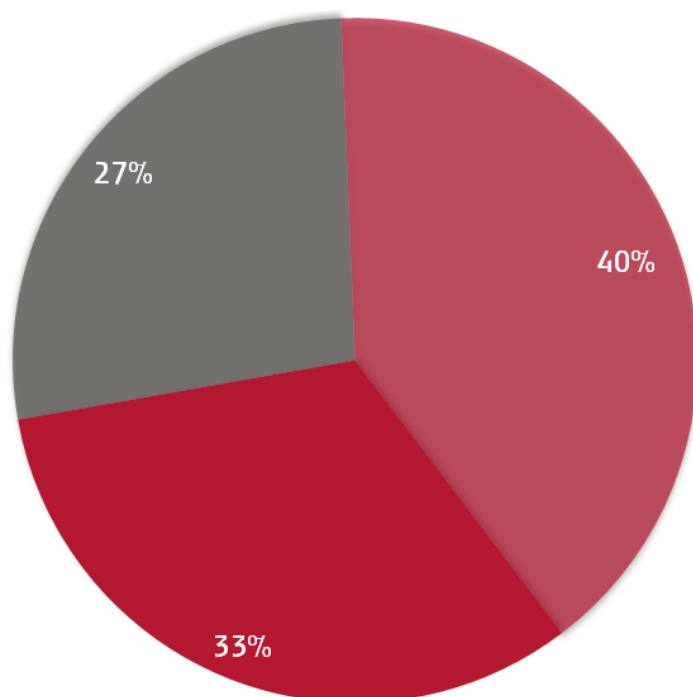
Herudover modtager Kundeambassadøren især henvendelser, der vedrører DSB's **produkter** – en stigning fra 15 % til 24 %, som primært skyldes en stigning i henvendelser omkring Ungdomskort. Kundeambassadøren har også tidligere modtaget mange klager om Ungdomskort. Selv om der foretages løbende forbedringer af dette produkt, vælger en stor andel af kunderne fortsat at gå videre til Kundeambassadøren. Årsagerne til dette kan være, at produktet og især ændringer til bestillingen er komplekse. Samtidig er der tale om en målgruppe, hvor en uoverensstemmelse om betaling af et Ungdomskort har stor betydning.

Andelen af henvendelser om rejseoplevelser **undervejs på rejsen** er status quo i forhold til tidligere, mens der er et fald i antallet af henvendelser, der handler om **service**. Det er Kundeambassadørens vurdering, at dette fald skyldes generelt færre klager til DSB over service, samt at DSB Kundeservice er blevet bedre til at håndtere denne type klager.

Som nævnt vil der i denne rapport blive afrapporteret i 2 hovedkategorier: Kontrolafgifter og øvrige sager. Opdelingen er valgt, da Kontrolafgifter adskiller sig væsentligt fra andre sager, bl.a. fordi kundens motivation for at klage hovedsagelig er af økonomisk karakter. Disse sager kræver, at DSB træffer en konkret afgørelse om grundlaget for kontrolafgiften. I øvrige sager skal der ikke altid træffes en afgørelse, men her er der oftere behov for forklaring og vejledning – og dermed større fokus på kommunikation frem for alene en afgørelse.

### Kundeambassadørens afgørelser i individuelle sager – Kontrolafgifter

1. halvår 2015



■ Kunden får ikke medhold   ■ Anbefaler uddybende svar   ■ Anbefaler ny afgørelse

Som det ses af ovenstående diagram, får kunderne i stor udstrækning nyt svar på deres klage, når de henvender sig til Kundeambassadøren. Ofte drejer det sig alene om behov for en tydeligere begrundelse, men næsten lige så ofte får kunden medhold i, at Kundeservice afgørelse bør ændres.

### Udvikling – Kontrolafgifter

	2013	2014	1 halvår 2015
Ny begrundelse + ny afgørelse	41 %	52 %	73 %
Kunden får ikke medhold	59 %	48 %	27 %



Sammenlignet med sidste år har der i 2015 været flere kunder, der får medhold, efter at de har henvendt sig til Kundeambassadøren.

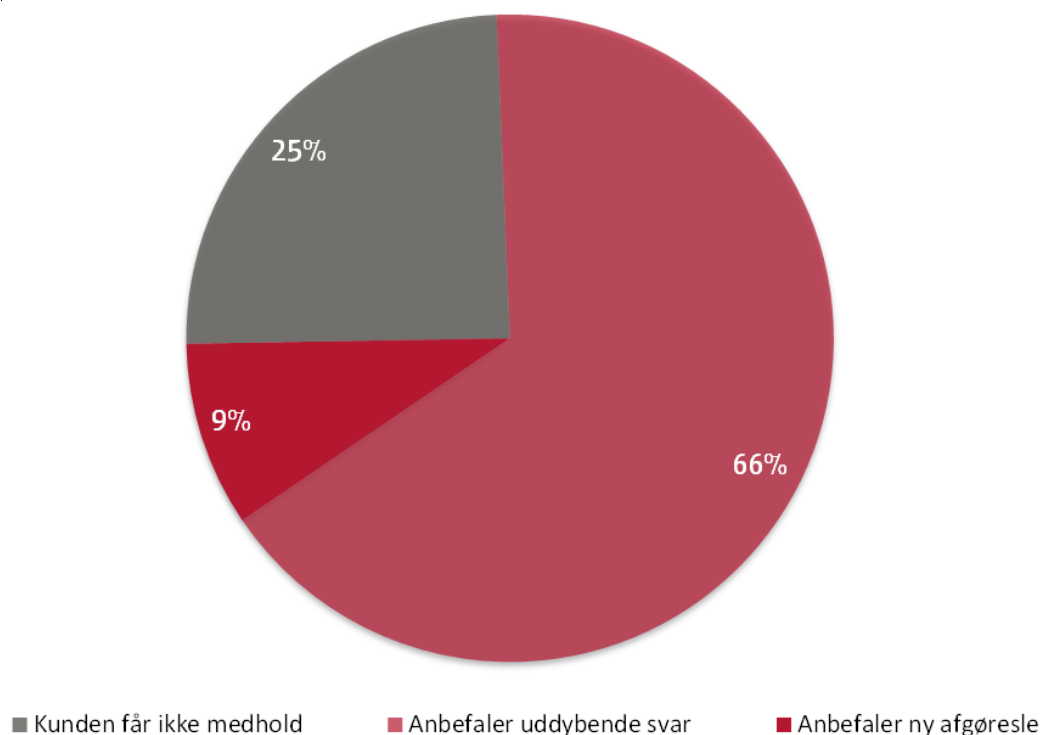
Kundeambassadøren vurderer, at denne udvikling hos DSB Kundeservice især skal findes i én af tre forhold:

- Afgørelsen savner en individuel vurdering af kundes situation
- Grundlaget for den trufne afgørelse er ikke tilstrækkeligt belyst
- Svaret til kunden savner begrundelse.

Det bør dog bemærkes, at andelen af kunder, der vælger at gå videre til Kundeambassadøren, er faldet og er på det laveste niveau siden 2013.

#### Kundeambassadørens afgørelser i individuelle sager – Øvrige sager

1. halvår 2015



Som ovenstående diagram viser, får kunden i disse henvendelser også i stor udstrækning nyt svar fra Kundeambassadøren. Dog fastholdes 91% af de afgørelser, der træffes i DSB Kundecenter, men behovet for yderligere begrundelser er stort.

Generelt set kan Kundeambassadøren konstatere, som opfølgning på projektet "Det Gode Svar", at medarbejderne i Kundeservice er konsekvente i deres brug af standardtekster, som generelt beskriver årsager til forskellige problemstillinger, men der kunne være større fokus på kundens individuelle situation. Kunden får dermed ikke et tilpasset og relevant svar. I en andel af sagerne er problemstillingen også, at sagernes begrundelser er meget komplekse, herunder juridisk udfordrende – især for Ungdomskort og erstatningssager.

Dog skal det bemærkes at Kundeambassadøren har fået færre henvendelser på dette område, hvilket indikerer et generelt kvalitetsløft.

Udvikling – Øvrige sager			
	2013	2014	1 halvår 2015
Ny begrundelse + ny afgørelse	67 %	67 %	75 %
Kunden får ikke medhold	33 %	33 %	25 %

## Tendenser

Kundeambassadøren har for første gang oplevet et fald i antal klager – dette skyldes dog nok især en uforholdsmæssig stor stigning i 2. halvår 2014. Ikke desto mindre kan det måske forventes, at udviklingen i klager hos Kundeambassadøren fremover i stor udstrækning vil følge udviklingen i antal henvendelser hos DSB's Kundeservice.

DSB udvikler dialogen med kunderne på de sociale medier. Det er interessant at følge tendensen i antal registrerede klager hos DSB i forbindelse med dette. Vil dette medføre færre tilsendte klager på sigt?

Kunderne er generelt blevet mere kritiske over for brug af standardformuleringer. Selv om kundens problemstilling ikke er unik, er der et udpræget ønske om, at svaret på en kundeklage skal være personligt og individuelt tilpasset.

Kundeambassadøren oplever en stigende tendens til, at kunder ofte kun accepterer et svar, såfremt der gives medhold. Uanset omfattende undersøgelser, juridiske vurderinger, beskrivelse af fakta og præcise begrundelser vender kunderne oftere tilbage, såfremt de ikke får ret.

Der er generelt tendens til mange klager, når der er store uregelmæssigheder i afvikling af trafikken. DSB og DSB's kunder er i stor udstrækning udfordret af sporarbejde i disse år. Kundeambassadøren kan dog konstatere, at antallet af henvendelser over sporarbejde ikke har været udpræget stort efter sporarbejdet i påsken – hverken hos Kundeambassadøren eller hos Kundeservice. Tendensen i henvendelserne viser, at omfattende, målrettet og korrekt information er ultimativ vigtig for kunderne, så de kan planlægge deres transport i perioder med sporarbejde. Uforudsete hændelser "på toppen" af kendte ændringer giver dog anledning til stor utilfredshed og usikkerhed og resulterer i mange henvendelse om blandt andet Rejsetidsgaranti.

# Kundeambassadørens anbefalinger

I 1. halvår 2015 har Kundeambassadøren primært fokuseret på færdiggørelse af anbefalingen om Rejsekort, som omfatter undersøgelse af 22 emner, herunder nærmere analyse af 11 problemstillinger.

Derudover har Kundeambassadøren udarbejdet 8 anbefalinger til justering af praksis eller retningslinjer i direkte forlængelse af konkrete kundeklager.

Desuden har Kundeambassadøren haft fokus på opfølgning af projekt Det Gode Svar i DSB Kundeservice med forankring af projektets fokusområder. Endelig er Kundeambassadøren blevet bedt om at bidrage med elementer fra Det Gode Svar til forbedring af besvarelse af henvendelser om rejsekort- besvarelser som følger ensartede retningslinjer på tværs af trafikelskaberne.

Kundeambassadøren har ikke iværksat nye initiativsager i 1. halvår 2015.

## Rejsekort

Kundeambassadørens åbningsbrev afleveret til DSB 11. juni 2014. Kundeambassadørens konklusioner og anbefalinger blev gennemgået med DSB d. 25. juni 2015. Anbefaling blev afleveret til DSB's administrerende direktør Flemming Jensen d. 7. juli 2015.

Formålet med Kundeambassadørens undersøgelse har været at belyse de problemstillinger, der vurderes at give kunderne udfordringer, når de benytter rejsekort til betaling af deres rejser.

Det er Kundeambassadørens vurdering, at DSB har ansvar for at hjælpe kunderne med på bedst mulig måde at blive fortrolig med at benytte rejsekort, som er en grundlæggende fornyelse af måden at betale for rejser på.

Fokus for Kundeambassadørens undersøgelse har været problemstillinger relateret til:

- Køb af rejsekort
- Brug af rejsekort
- Betaling af rejser
- Lukning/spærring af rejsekort.

Der har vist sig 2 generelle problemområder, hvor Kundeambassadøren finder det nødvendigt at rejse kritik, og hvor der bør sikres nye og bedre løsninger med fokus på kunden:

- Det er problematisk, at der er kunder, der rammes økonomisk grundet fejl, som kan tillægges DSB/Rejsekort
- Det er et problem, at der er situationer, hvor der ikke er proportionalitet i den sanktion, der rammer kunden, hvis kunden ikke lever op til den nye forventede adfærd.

Baseret på analysens konklusioner har Kundeambassadøren anbefalet følgende:

- At kunder ikke får udstedt en kontrolafgift på grundlag af, at kunden har checket ind på en "forkert" rejsekortstander
- At muligheden for at foretage efterfølgende check ud og efterbetaling for rejsen ved glemt check ud undersøges
- At der ved spærring af et rejsekort tages følgende hensyn:
  - Det skal være påregneligt for kunden, hvilke konsekvenser en given adfærd kan få for spærring af kundens rejsekort

- 
- Der bør gives mulighed for, at kunden kan generhverve et rejsekort
  - Spærring af et rejsekort kan kun ske efter forudgående konkret, konsekvent og entydig varsling
  - At kunden ikke betaler for meget for rejsen på grund af forkert geografisk indstilling af DSB's kontroludstyr/pda'en
  - At de muligheder, der drøftes om et fremtidigt pendler-rejsekort, tager højde for en løsning, der tilgodeser kundernes behov for tilkøb
  - At det vurderes, om der er en reel risiko for tab af billetindtægter ved manglende skifte check ind, samt vurderes om der er et sagligt grundlag for, at dette kan begrunde en genindførelse af sanktionen for manglende skifte check ind
  - At der findes en praksis, der forhindrer, at kunden kommer til at betale for meget for rejsen ved forsinkelser
  - At muligheden for at øge fleksibiliteten i forhold til tidsfrister/begrænsninger ved ad hoc optankning via selvbetjeningen undersøges
  - At der sker automatisk blokering for tank-op, når det tilknyttede betalingskort ikke længere kan benyttes til tank-op
  - At behov for ændringer til rejsekort, så vidt muligt kan ske online
  - At regler og vejledning omkring lukning af et rejsekort ses efter – specifikt med fokus på udbetaling af en evt. restsaldo.

Kundeambassadøren anerkender, at ni af ovenstående anbefalinger alene kan løses i samarbejde med de øvrige trafikselskaber bag Rejsekort. Kundeambassadøren forventer dermed, at DSB med baggrund i Kundeambassadørens anbefalinger bringer emnerne op i de relevante fora.

Kundeambassadøren vil i næste statusrapport rapportere på DSB's kommentarer og evt. tiltag i forlængelse af denne anbefaling. Kundeambassadøren er bekendt med, at DSB har fokus på nogle af ovenstående problemer og allerede er i gang med at iværksætte tiltag til forbedringer.

---

## Opfølgning på tidligere anbefalinger

I dette afsnit vil der blive rapporteret på et tiltag, der er afstedkommet af Kundeambassadørens tidligere anbefaling.

### **God forvaltningsskik ved håndtering af kundeklager**

Kundeambassadørens åbningsbrev afleveret til DSB d. 2. juli 2014. Kundeambassadørens konklusioner og anbefalinger blev afleveret til DSB d. 8. december 2014 og beskrevet i statusrapporten for 2. halvår 2014.

Kundeambassadøren valgte i juli 2014 i samarbejde med Kommerciel og Jura at igangsætte et projekt med det formål at sikre, at DSB i behandlingen af kundehenvendelser lever op til "god forvaltningsskik".

Undersøgelsen blev i december 2014 afsluttet med en anbefaling om de tiltag, der er nødvendige for at sikre, at processer, retningslinjer og kompetencer lever op til kravene i forvaltningsloven.

I 1. halvår 2015 har Kundeambassadøren udarbejdet uddannelsesmateriale, som skal løfte kompetencerne hos medarbejderne i Kundeservice. Materialet er godkendt af ledelsen i Kundeservice samt Jura. Uddannelsen gennemføres i 2. halvår 2015.

---

## Kundeambassadørens anbefalinger baseret på individuelle kundehenvendelser

Kundeambassadøren har i 8 tilfælde fundet anledning til at rejse en generel problemstilling baseret på behandling af individuelle kundeklager.

Herunder er et kort resume af anbefalingerne.

Kundeambassadørens anbefalinger baseret på individuelle kundehenvendelser		
Anbefaling	DSB's svar	Gennemføres
Kundeambassadøren anbefaler, at DSB genindfører reglen om, at kunder som har gyldigt periodekort, men har glemt at medbringe dette på rejsen, kan få eftergivet en evt. kontrolafgift mod betaling af et gebyr på 125 kroner.	DSB har accepteret anbefalingen. DSB's rejseregler er opdateret, og nye retningslinjer implementeret i DSB Kundeservice til håndtering af kundehenvendelser om dette.	K2 2015
Kundeambassadøren anbefaler desuden, at de kunder, som har meldt sig til "Glemmt kort-ordning", gives mulighed for at glemme sit periodekort oftere end blot 2 gange på et år, uden at de får en kontrolafgift.	DSB har accepteret anbefalingen. DSB har ændret reglen til, at kunder, som er meldt til "Glem-kort-ordning", gratis kan glemme sit periodekort op til 6 gange på et år.	K2 2015
Kundeambassadøren anbefaler, at der sker såvel systemmæssige som procesmæssige forbedringer til håndtering af de situationer, hvor en kundes automatiske tank-op-aftale til rejsekort har svigtet (oftest pga., at kunden har fået nyt betalingskort). Det er u hensigtsmæssigt, at der fortsat foretages tank-op på rejsekortet, selv om der ikke kan trækkes penge på betalingskortet, da kunden risikerer at blive bragt i en situation med stor gæld til DSB.	DSB har accepteret anbefalingen.  DSB har informeret om forventet nyt systemsupport samt om, at der sker en tilretning af administrative økonomiprocesser, som sikrer, at kunden bliver informeret om problemet med betalingskortet, og at automatisk optankning ikke kan ske, før nyt betalingskort er angivet.  Indtil ovenstående er etableret, vil kunder, som har oparbejdet en gæld, blive hjulpet til afvikling af denne.	K2/K3 2015
Kundeambassadøren anbefaler, at DSB sikrer bedre information i forbindelse med planlagt sporarbejde til de kunder, som har behov for at købe billetter til udlandet.	DSB er enig i anbefalingen. Der er taget initiativ til en midlertidig løsning, der tilgodeser information på dsb.dk. På længere sigt arbejdes der på at få rettidig information om køb af billetter til udlandet integreret i det almindelige flow omkring sporarbejde.	K2/K3 2015

## Kundeambassadørens anbefalinger baseret på individuelle kundehenvendelser

Anbefaling	DSB's svar	Gennemføres
Kundeambassadøren anbefaler, at de undtagelser, der findes til basis rejsetidsgaranti tydeliggøres på DSB's hjemmeside. At man konkret sikrer, at kunderne ved, at basis rejsetidsgaranti alene beregnes i forhold til forsinkelse med DSB's toge og ikke medregner en evt. yderligere forsinkelse eks. pga. mistet forbindelse til bus.	DSB er enig i anbefalingen og vil justere teksten på dsb.dk.	K3 2015
Kundeambassadøren anbefaler, at kunder, som har mistet adgang til et periodekort købt via mobil App grundet gendannelse af mobiltelefon til fabriksindstillinger, kan finde vejledning til, hvordan de kan få adgang til deres periodekortet.	DSB accepterer anbefalingen og har planer om at informere om dette i handelsbetingelserne og i en ny hjælpefunktion i App'en samt i rejsereglerne.	K3 2015
Kundeambassadøren anbefaler, at DSB Plus kunder, der køber deres periodekort på nettet, skal sikres bedre muligheder for at forlænge den købte periode – tilsvarende de muligheder, der findes for kunder, der køber periodekort i et betjent salg. Især er det problematisk, at disse kunder med de eksisterende regler får udlæg for dobbelt betaling af kortet ved forlængelser.	DSB er enige i anbefalingen og vil afsøge muligheder, der kan bidrage til, at det bliver mere enkelt for pendlere via selvbetjening at forlænge deres periodekort på dsb.dk.	NN

Anbefaling	DSB's svar	Gennemføres
Kundeambassadøren anbefaler, at det tydeliggøres over for kunderne, at der er krav om, at en Print-Selv-billet skal være i A4 format.	DSB accepterer anbefalingen og vil som følge af kritikken straks se nærmere på at opdatere retningslinjerne for kunderne, så det fremgår tydeligt hvad kravene er. Med hensyn til kravet om at printe på A4, vil DSB gennemgå produktet og foretage en nærmere vurdering af, hvorvidt dette krav fortsat skal opretholdes.	K2/K3 2015
Kundeambassadøren anbefaler, at kunder, der har klaget, gives klagevejledning til DSB's kundeambassadør - også når kunden benytter rejsekort til betaling af deres rejser med DSB.	DSB har drøftet muligheden for, at DSB's kunder får klagevejledning til Kundeambassadøren med de andre parter under rejsekortsarbejdet. DSB vil fortsætte denne drøftelse.	K2/K3 2015



# Kundeambassadørfunktionen

Der følges op på effekten af Kundeambassadørens arbejde på 3 parametre:

- Udvikling i sager behandlet i Ankenævnet for Bus, Tog og Metro
- Utilfredse gensvar på Kundeambassadørens afgørelser
- Effekt af anbefalinger afleveret til DSB.

## Udvikling i sager behandlet i Ankenævnet

Sager behandlet i Ankenævnet				
	2013	2014	1 halvår 2014	1. halvår 2015
Ankenævnsager, DSB	30	28	10	7
Kundeambassadør afgørelser	348	560	221	241
Kundeambassadør afgørelser indbragt for Ankenævnet	3	6	1	0

I første halvår af 2015 har ganske få kunder indklaget DSB for Ankenævnet for Bus, Tog og Metro. Det er usikkert om dette niveau vil fortsætte resten af året. Ankenævnets statistik viser, at der generelt i 2015 er indkommet færre klager vedrørende alle de tilknyttede Trafikselskaber.

Der er i 1. halvår 2015 truffet afgørelse i tre sager, hvor DSB var indklaget for nævnet. I to sager fik DSB medhold, og i én sag fik DSB delvist medhold.

## Kunder der ikke accepterer Kundeambassadørens første afgørelse

Godt 9 % af de kunder, der har klaget til Kundeambassadøren, har, efter modtagelse af Kundeambassadørens afgørelse i sagen, udtrykt utilfredshed med Kundeambassadørens svar. I ét enkelt tilfælde har en fornyet henvendelse afstedkommet en ny afgørelse, efter at kunden er fremkommet med nye oplysninger til belysning af situationen. For de øvrige har kundens utilfredshed med Kundeambassadørens afgørelse ikke udmøntet sig i konkrete ankepunkter, der har kunnet danne grundlag for en ændring af afgørelsen.

Kundeambassadøren oplever hermed flere klager over Kundeambassadørens afgørelse. Dette modsvarer den generelle tendens til, at kunder oftere tager til gæmmelse, når de ikke får medhold. Kundeambassadøren vil dog være opmærksom på denne udvikling.

## Effekt af anbefalinger afleveret til DSB

I sine to årlige statusrapporter følger Kundeambassadøren op på effekten af aktuelle anbefalinger afleveret til DSB. Formålet hermed er at sikre, at de afleverede anbefalinger har ført til forbedringer til gavn for kunderne samt at vurdere, om der er behov for at forfølge problemstillingen yderligere. I denne rapport vil der blive fulgt op på anbefaling om håndtering af identitetstyveri samt levering af Ungdomskort.

### *Ungdomskort*

DSB Kundeservice samt Kundeambassadøren modtager fortsat mange henvendelser om Ungdomskort. I 1. halvår 2015 er der hos DSB Kundeservice modtaget én kundehenvendelse for hvert 3. solgte Ungdomskort. Dette er på niveau med mængden af henvendelser om dette produkt i 2014.

Kundeambassadøren har hvert halvår fulgt op på effekten af de anbefalinger, Kundeambassadøren afleverede til DSB i april 2012. DSB har på mange punkter indført ændringer i forhold til de afleverede anbefalinger - dog undtaget anbefalingen om levering af Ungdomskort med en bestillingsfrist, der er kortere end 14 dage.

DSB har meddelt Kundeambassadøren, at der er planer om at iværksætte flere forbedringstiltag til gavn for kunderne. Der er derfor igangsat et optimeringsprojekt, som pågår i 2015. Tiltagene vil muligvis også kunne bidrage til en kortere bestillingsfrist.

Kundeambassadøren vil fremover ikke følge yderligere op på effekten af de anbefalinger, der tilbage i 2012 blev afleveret til DSB.

### *Misbrug af identitet ved kontrol i toget*

DSB Kundeservice har, ud fra Kundeambassadørens anbefaling om identitetstyveri ved udstedelse af kontrolafgifter, tilrettet processer og retningslinjer således, at der sikres en korrekt og ensartet sagsbehandling af disse sager. Det sker blandt andet ved, at opgaven varetages af få udvalgte medarbejdere, der vil sikre, at den nye proces bliver fulgt.

Det er på nuværende tidspunkt ikke muligt at vurdere effekten af de nye processer, og der udstår fortsat en opdatering af vejledningen til kunderne på dsb.dk.

# Der er ingen vej uden om!

Som beskrevet tidligere i rapporten har Kundeambassadøren ikke modtaget ret mange klager over det omfattende sporarbejde, som har fundet sted siden påske. Sporarbejde og særkøreplaner kan ellers være svært foreneligt med tilfredshed hos kunderne, da netop rejsetiden, punktlighed og bekvem rejse er afgørende for de fleste.

## **Nødvendigt onde!**

Der er nok ingen, der har set frem til det sporarbejde, der er planlagt for de næste mange år – men som DSB har valgt at beskrive det, så er "der ingen vej uden om".

Såvel kunderne som DSB er afhængig af en køreplan, der holder. Det er både i kundernes og DSB's interesse at der sikres løbende forbedringer og vedligehold af skinner og signalsystemer – da det modsatte vil medføre daglige udfordringer med forsinkede og aflyste tog. Så er det trods alt bedre at acceptere en periode med planlagt længere rejsetid og reduceret komfort i stedet for en konstant uvished om mulige akut opståede problemer.

Det er desværre heller ikke muligt at planlægge sporarbejdet til et tidspunkt, som ikke generer nogen – men selvfølgelig bør der tages hensyn til, hvornår det generer færrest. Det er for nogle svært at forstå, hvorfor sporarbejde typisk planlægges til fridagene, hvor familien har planlagt at tage "på tur" – men endnu flere ville have svært ved at forstå, at sporarbejde rammer hverdagen, som i forvejen er presset på tid og udfordringer med at nå det, som er planlagt.

For de kunder, der er påvirket af sporarbejdet, og som derfor i kortere eller længere perioder skal leve med ændringer til "deres" køreplan, kan de langsigtede fordele dog være svære at opfatte som et gode, der retfærdiggør de forringelser, som de oplever nu og her. En togtur som varer 1 time længere end "normalt", hvor der skal ske hyppige skift, og hvor en del af strækningen evt. tilbagelægges med bus, vil udfordre tålmodigheden hos de fleste. I en travl hverdag vil det uundgåeligt blive opfattet som en forringelse, når den tid, der før var fritid, nu er blevet til transporttid.

Også for DSB er sporarbejde et nødvendigt onde, der har negative økonomiske konsekvenser i form af færre indtægter og øgede udgifter. Der stilles desuden store krav til DSB's ressourcer til planlægning, information og hjælp.

Målt i mængden af kundeklager, er DSB på mange punkter lykkedes med at give kunderne tålelige forhold og rejseoplevelser under sporarbejdet. Dog er det også tydeligt, at når der opstår akutte hændelser, der betyder, at heller ikke særkøreplanerne kan overholdes, er kundernes tålmodighedstærskel spændt hårdt for. Et er at skulle indstille sig på at leve med en særkøreplan, noget andet er at skulle tolerere yderligere forsinkelser og dermed tilpasse egne planer endnu en gang – ikke mindst hvis de akutte ændringer ikke når at fremgå af Rejseplanen m.v.

## **Nødvendig information**

I situationer med store og hyppige ændringer er det især vigtigt, at kunderne får det niveau af information om deres rejse, der passer til netop den enkeltes behov, og at informationen tilvejebringes på det "rigtige" tidspunkt. Behovet vil oftest variere i forhold til de forskellige kundesegmenter – opgaven er derfor ikke nem.

Samtidig skal informationen være enslydende og opdateret, alle de steder kunderne møder den – på Rejseplanen, skilte på stationerne, udkald i toget osv. Når der gives modstridende informationer, eller når informationerne ikke er opdaterede, skaber det utryghed og utilfredshed.

Herudover er det af stor betydning for kunderne, at de kan have tillid til og kan regne med de rejsetider, DSB annoncerer – det er vigtigt for kunderne, at det som DSB melder ud om rejsetider, er

hvad de kan forvente og vil svare til det, de oplever undervejs. Det gælder både de offentliggjorte særkøreplaner, og når der opstår akutte uforudsete hændelser på dagen. Hvis der laves ændring til en ændring til en ændring, og ændringen derefter laves tilbage til det oprindelige – så er det ganske vist, at de fleste kunder vil befinde sig det forkerte sted på det forkerte tidspunkt. Kunderne skal sikres klar og troværdig besked!

### **Nødvendig hjælp**

Det er utilfredsstillende at modtage en vare, som ikke svarer til forventningerne. DSB's kunder har nogle forventninger til rejsetid, køreplan, skift undervejs m.m., som i en periode ikke opfyldes og ikke vil være som det plejer. Der opstår naturligt en forventning om at blive kompenseret for det ekstra besvær.

DSB må nødvendigvis forholde sig til ansvaret om at bringe kunderne fra A til B iht. til køreplanerne, men derimod er DSB ikke forpligtet til at kompensere, fordi køreplanerne ændres til noget andet. Der opstår dog en ny situation, såfremt den ændrede plan ikke holder – så kan der blive tale om udbetaling af en rejsetidsgaranti – præcis denne situation opstod i påsken, da sporarbejdet blev forsinket, så den lagte plan ikke kunne overholdes.

DSB's hjælp til kunderne skal altså findes i god information, ekstra vejledning på rejsen, imødekommende personale, som kan hjælpe, tilbyde vand og chokolade mm. Det kan synes som begrænset compensation, men ikke desto mindre viser kundeanalyser, at disse små tiltag har stor betydning for kunder, som er kommet på en uvant rejse.

### **Nødvendig fokus**

DSB har mange års erfaring med sporarbejde. Nedenstående indsatsområder bør dog være i fokus også til de fremtidige sporarbejder, så DSB og DSB' kunder kommer godt i vej på de nye skinner:

- Kundeinformationen skal være:
  - Generel, tilgængelig og rettidig samt
  - Individualiseret og aktuel
  - Konsistent på tværs af kanaler
- Kunden bør sikres viden og planlægningsmuligheder ved at:
  - Der sker få tilpasninger til særkøreplanen
  - Der på dagen kun sker få ad hoc ændringer i eks. togets standsningsmønster
- Synligt personale, der kan hjælpe og vejlede på stationerne – også i ydertidspunkterne, og især i tilfælde af akut opståede uregelmæssigheder.

### **Fakta om sporarbejde 2015 – 2017**

- Der investeres ca. 4,4 mia. kroner i fornyelse af jernbanen – skinner, signaler, broer, IT m.m.
- Der er planlagt over 300 baneprojekter
- Ca. 315 km jernbanen er omfattet af sporarbejdet
- Ca. 13 strækninger vil være helt eller delvist spærret
- I 2015 forventes 2,3 mio. rejser at være påvirket af sporarbejdet

