

Skyss AS  
[skyss@skyss.no](mailto:skyss@skyss.no)

Saksbehandler: Janne Pedersen  
Mail: [janne.pedersen@forbrukerradet.no](mailto:janne.pedersen@forbrukerradet.no)

Vår dato: 24.02.14 Vår ref:

Deres dato:

Deres ref:

### Nasjonal Reisegaranti på buss

Nasjonal reisegaranti ble innført 2009 i et samarbeid mellom NHO Transport og Kollektivtrafikkforeningen. Reisegarantien skulle gjøre det enklere for folk å vite hva de har krav på hvis bussen var forsinket eller innstilt, og gjøre det enklere å få penger tilbake.

Her er link til informasjon om reisegarantien på NHO Transport sine sider:

<http://www.transport.no/nyheter/ny-bransjestandard-for-reisegaranti-article2586-555.html>

Forbrukerrådet har undersøkt hvilke fylker som har innført reisegarantien og tabellen nedenfor viser en oversikt over dette på landsbasis. Vi er glad for at Skyss har tatt i bruk reisegarantien og vil benytte anledningen til å rose selskapet for dette.

Implementert nasjonal reisegaranti	Ikke implementert nasjonal reisegaranti	Delvis implementert nasjonal reisegaranti
<b>Ruter (Oslo og Akershus)</b>	Agder kollektivtrafikk, (Aust	Agder kollektivtrafikk
<b>Brakar (Buskerud)</b>	Agder)	(Vest Agder-
<b>Hedmark trafikk</b>	Nord Trøndelag	Kristiansandsområdet),
<b>Skyss (Hordaland)</b>	Finnmark	Opplandstrafikk
<b>Kolumbus (Rogaland)</b>	Møre og Romsdal	(Lillehammerregionen)
<b>Vestviken Kollektivtrafikk</b>		
<b>(Telemark og Vestfold)</b>		
<b>Troms Fylkestrafikk</b>		
<b>Østfold kollektivtrafikk Nordland</b>		
<b>Sogn og Fjordane</b>		
<b>AtB (Sør Trøndelag)</b>		



## Markedsføring av reisegarantien

I en test av kollektivtilbudet i Oslo, Bergen Stavanger og Trondheim så vi på hvordan reisegarantien blir markedsført på holdeplasser og om bord på buss/bane. Vi så gode eksempler hos AtB i Trondheim og Ruter i Oslo på aktiv markedsføring gjennom oppslag på buss/bane og holdeplass. Nedenfor er et eksempel på hvordan AtB markedsfører reisegarantien på holdeplass. Vi kunne dessverre ikke se tilsvarende markedsføring av reisegarantien på holdeplass, buss og bane hos Skysst i Bergen.



Nedenfor er et eksempel på hvordan Ruter bruker Twitter til å fortelle passasjerene om forsinkelse og samtidig minner om reisegarantien.



Forbrukerrådet har i tillegg sett på hvordan reisegarantien markedsføres på de ulike kollektivselskaperens nettsider. Vi fant flere eksempler på god markedsføring av reisegarantien. Brakar i Buskerud har valgt å legge informasjon om reisegarantien lett synlig på selskapets forside med en egen logo: [www.brakar.no](http://www.brakar.no)

Vi fant forholdsvis lett frem til reisegarantien på Skysst sine nettsider, men vi ville svært gjerne se at den ble markedsført like tydelig på nettsidene som hos Brakar.

Mangel på informasjon vil alltid være en barriere for å benytte seg av rettigheter. Fra et forbrukerperspektiv er det derfor essensielt at riktig informasjon når passasjerene på det tidspunktet de har bruk for den. Vi vil også tro at dette skaper mer fornøyde kunder og demper noe av den frustrasjonen som folk opplever ved forsinkelser og kanselleringer. Vi håper derfor at eksemplene ovenfor kan inspirere Skysst til å gi enda bedre informasjon om reisegarantien.



## Elektroniske klagesystem

For at kundene skal benytte seg av reisegarantien er det også viktig at det lages enkle og gode nettbaserte systemer for klage til selskapet. Vi har undersøkt klagesystemet hos de 15 fylkeskommunale selskapene som har innført reisegarantien for å se om de tilrettelegger for å kreve refusjon elektronisk. Her er resultatet av undersøkelsen:

Mulig å kreve refusjon elektronisk	Ikke mulig å kreve refusjon elektronisk
Ruter (Oslo og Akershus)	Agder kollektivtrafikk
Skyss (Hordaland)	(Vest-Agder - Kristiansandsregionen)
Nordland	Brakar* (Buskerud)
Kolumbus (Rogaland)	Hedmark trafikk*
Sogn og Fjordane	Opplandstrafikk
Østfold kollektivtrafikk	Vestviken kollektivtrafikk*
	(Vestfold og Telemark)
	Troms Fylkestrafikk*
	AtB*

**\*Mulig å laste ned skjema på nettsiden, men skjemaet må sendes i posten.**

Vi er glad for å se at Skyss har etablert fullelektroniske klagesystem for refusjon og vil rose selskapet for dette.

Ved å legge til rette for en enkel klage- og refusjonsadgang får selskapet ikke bare fornøyde kunder, men vil også kunne samle opp viktig informasjon om hvordan kundene opplever tilbudet. Dette vil etter vårt syn også kunne være et viktig incitament for selskapet til forbedring.

**Med vennlig hilsen  
for Forbrukerrådet**

Anne Haabeth Rygg  
Fagdirektør samferdsel og offentlige tjenester

Janne Pedersen  
Seniorrådgiver