



MINISTEREN

Dato 21. april 2006
J nr. 004-000460

Frederiksholms Kanal 27 F
1220 København K

Telefon 33 92 33 55

Folketingets Trafikudvalg
Christiansborg
1240 København K

Trafikudvalget har i brev af 11. april 2006 stillet mig følgende spørgsmål 365 (TRU alm. del), som jeg hermed skal besvare.

./. Svaret vedlægges i 5 eksemplarer.

Spørgsmål nr. 365 :

"Med henvisning til, at det af Ekstra Bladet den 10. april 2006 fremgår, at DSB i flere tilfælde ikke af sig selv har solgt den billigste billettype til sine kunder (der nævnes eksempler på, at kunder er gået glip af den såkaldte orange billet og i stedet har betalt fuld pris) bedes ministeren oplyse, om ministeren har overblik over omfanget af dette problem og hvilke initiativer ministeren vil tage i denne sammenhæng?"

Svar:

Indledningsvis skal jeg bemærke, at jeg helt generelt er af den opfattelse, at man kun kan drive forretning ved at behandle sine kunder ordentligt, og at både sælger og køber skal føle sig tilfreds med en handel. Når det er sagt, så gælder det hos DSB, som i enhver anden forretning, at kunden også har et ansvar for at orientere sig om, hvilke tilbud – herunder muligheden for Orangebilletter - der findes.

Det fremgår af kontrakten mellem DSB og Transport- og Energiministeriet, at DSB har til opgave at agere på forretningsmæssige vilkår inden for de rammer, der er aftalt. Dette indebærer bl.a., at det er DSB's opgave at markedsføre og sælge togrejser.

Jeg mener i øvrigt, at togpassagererne i høj grad oplyses om muligheden for at købe Orangebilletter, idet DSB anvender alle former for markedsføring spændende fra brochurer over plakater og avisannoncer til TV reklamer for at skabe opmærksomhed om og efterspørgsel efter Orangebilletterne. DSB følger løbende effekten heraf gennem forskellige målinger. Disse målinger viser et højt kendskab til DSB Orange.

Endeligt kan jeg oplyse, at der i 2005 blev solgt ca. 4,8 mio. billetter i trafikken over Storebælt. Mindre end 20 % af disse billetter blev solgt mellem 7 og 28 dage før afrejse, som er den periode, hvor DSB udbyder Orange billetter. Af disse ca. 1 mio. rejsende benyttede ca. halvdelen tilbuddet om Orange. Den



anden halvdel drejer sig primært om kunder, der ønsker at sikre sig plads i weekenden, hvor udbuddet af Orange er beskedent. Det er derfor i praksis kun få kunder, der ikke får Orange tilbud, hvor det er muligt. På den baggrund mener jeg at have overblik over problematikken, og at problemet synes at være af begrænset omfang.

Side 2/2

På denne baggrund mener jeg, at DSB gør en stor indsats for at informere passagererne om muligheden for at købe Orangebilletter i de tilfælde, hvor det er muligt, og jeg agter derfor ikke at foretage mig yderligere i denne sag på nuværende tidspunkt.

Med venlig hilsen

Flemming Hansen