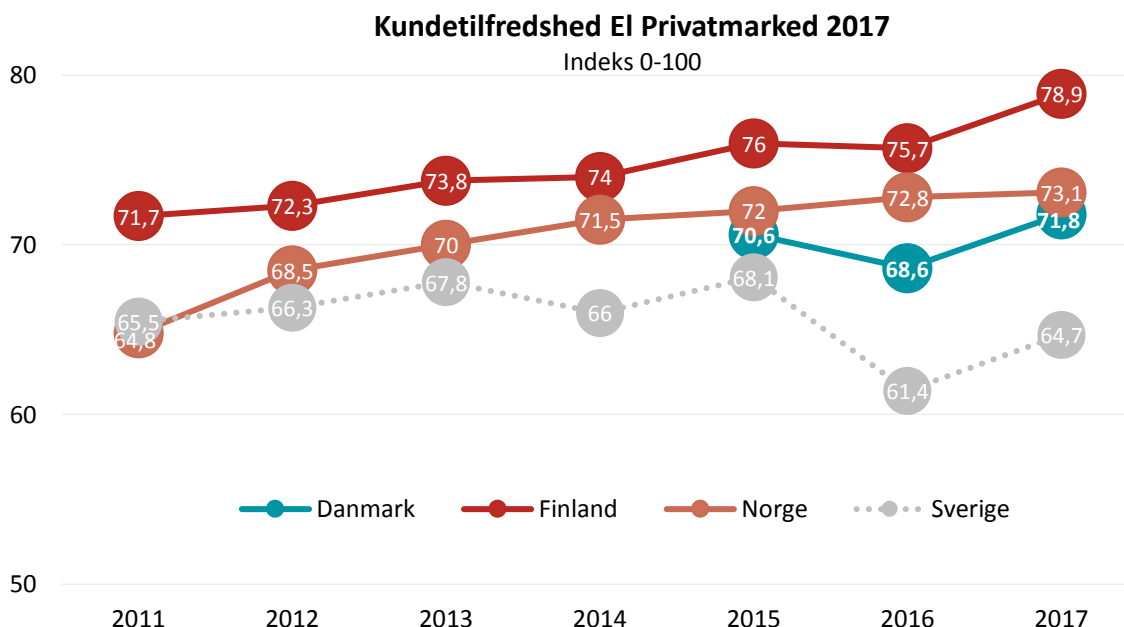


Danskerne er i år mere tilfredse med deres el-leverandør, men stadig stor afstand mellem top og bund



Årets EPSI undersøgelse af el-branchen viser, at de danske el-kunder i år er mere tilfredse med deres el-leverandør end de var sidste år. Kundetilfredsheden er steget i alle de nordiske lande, hvor EPSI foretager målinger. Finland og Norge har igen i år mere tilfredse kunder end Danmark, mens Sverige ligger på et markant lavere niveau.

En branche med lavt kundeengagement og trofaste kunder

Den danske el-branchen er præget af langvarige kunderelationer og lav mobilitet, hvor der er stor sandsynlighed for, at kunden forbliver kunde hos sit el-selskab. Mere end hver anden kunde har været kunde hos det samme selskab i over 10 år. Kun omkring 5% af de danske el-kunder forventer at skifte selskab det næste år. Branchen kendetegnes af lavt kundeengagement, hvor under halvdelen af kunderne har taget et aktivt valg om at blive kunde hos netop deres el-selskab. Kun omkring 15% af de danske el-kunder forholder sig aktivt til deres el-aftale ved enten at forhandle priser eller skifte leverandør.

Dog ses en mindre tendens til, at mobiliteten stiger i branchen, hvor de danske el-kunder bliver mere engagerede end det er set tidligere år, hvilket påvirker kundetilfredsheden positivt. Størstedelen af de danske el-kunder er blevet kunder i forbindelse med en flytning (56%), men der ses nu en lille stigning i andelen af kunder, som er blevet kunder på eget initiativ. Kunder, som har taget et aktivt valg omkring deres el-leverandør, er mest tilfredse. Der er en stigende andel af kunder med kort anciennitet (1-4 år), mens kunderne i år oplever, at det nu er nemmere at skifte el-selskab, end tidligere.

Branchens udvikling – og udfordringer

Opgangen i kundetilfredsheden kan blandt andet spores til forbedringer af branchens image, hvor kunderne oplever et højere samfundsansvar fra el-selskaberne. Kunderne oplever i dag elregningen som mere overskuelig og lettere at forstå. De oplever i højere grad, at de har en el-aftale som passer dem. Det giver i år kunderne en højere oplevelse af værdi for pengene.

Branchen har udviklet sig på flere parametre, men servicekvaliteten står stille. Sammenlignet med EPSI Ratings tidligere undersøgelser af bank- og forsikringsbranchen, præsterer disse to brancher markant bedre på service end el-branchen – specielt hvad angår information og proaktivitet. Branchen er i år dårligere til at initiere kontakt med sine kunder. Kun 1 ud af 10 kunder er det seneste år blevet kontaktet af sit el-selskab for at sikre, at kunden har den korrekte el-aftale. Det er et signifikant fald fra sidste år, hvor hver 5. kunde var blevet kontaktet. Omvendt er konkurrenterne meget aktive i forhold til at kontakte kunderne. 4 ud af 10 kunder er blevet kontaktet af et konkurrerende

elselskab inden for de seneste 6 måneder og tilbudt at tegne en aftale hos dem. Proaktivitet er et område som kunderne efterspørger og som branchen er nødt til at forbedre. El-branchen skal være opmærksom på, at når andre brancher er gode på disse områder, vil el-kunderne forvente det samme af deres el-leverandør.

Kundetilfredshed Danmark 2017

Privatkunder	2017 (Indeks 0-100)	Sammenlignet med 2016
Energi Fyn	76,0	2,3
SE	74,7	4,7
Øvrige	73,7	3,9
Nrgi	73,1	3,5
Seas-Nve	72,1	2,2
Branchen	71,8	3,2
Eniig	71,7	1,3
Ørsted	68,7	4,7
Ewii	65,0	-0,8

NB: Ørsted er Dong Energy



- Energi Fyn har igen i år Danmarks mest tilfredse kunder på privatmarkedet. De er tæt fulgt af SE.
- De selskaber, som får høje ratings af deres kunder, har et stærkt brand blandt deres kunder, en højere service og de tilfører mere værdi for pengene.
- Der er et tæt løb mellem flertallet af selskaber, men der er også en stor afstand mellem top og bund.
- De selskaber der har forbedret sig mest siden sidste års undersøgelse er SE og Ørsted. Fælles for de to virksomheder er, at kunderne i højere grad synes de har en el-aftale som passer dem, hvor regningen er forståelig. Ørsted har specielt forbedret sit image omkring samfundsansvar.
- Ewii får stadigvæk en lav score og afstanden til de andre selskaber er blevet større. De udmærker sig specielt med en lav score på service i forhold til de andre aktører.

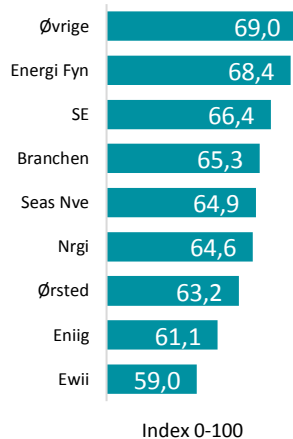
Samfundsansvar skaber tilfredse kunder

Aktører med den højeste kundetilfredshed får også de højeste scores på samfundsansvar. Virksomhedens image er et parameter, som er blevet endnu vigtigere i forhold til sidste år. Virksomhedernes samfundsansvar er af stor betydning for kundetilfredsheden. Scoren på samfundsansvar er generelt blevet højere end sidste år, men scoren er stadig på et lavt niveau og der er store forskelle mellem aktørerne. Kundernes opfattelse af samfundsansvaret i el-branchen er på samme niveau som forsikringsbranchen, men på et højere niveau end i bankbranchen.

Et andet parameter, der har stor betydning for kundernes tilfredshed, er en stærk miljøprofil. Det er i år blevet endnu vigtigere for kundetilfredsheden. Ørsted er den aktør som opleves at have den stærkeste miljøprofil. De kunder som har en klimavenlig el-aftale er mere tilfredse end kunder med andre el-aftaler.

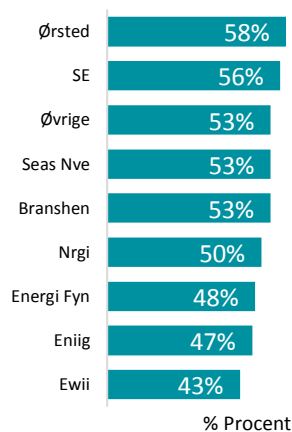
Samfundsansvar - "Din el-leverandør tager et samfundsansvar?"

EPSI El 2017 - Privatkunder



Miljøprofil - Andelen af kunder der opfatter sin el-leverandør, som en virksomhed med en stærk miljøprofil

EPSI El 2017 - Privatkunder



El-produkt skal være gennemskueligt, forståeligt og tilpasset

Kundernes oplevelse af produktet spiller en vigtig rolle for graden af tilfredshed. Det er vigtigt, at kunden har en el-aftale som passer til deres behov og at udbuddet af produkter og tjenester ændrer sig i forhold til deres behov. Studiet viser, at danskerne savner viden om, hvordan el-markedet fungerer for at kunne afgøre, hvilken el-aftale, som passer bedst til deres behov. Kun 20% af danskerne oplever, at det er let at sammenligne aftaler og priser imellem el-leverandørerne. En større andel af kunderne er i år interesserede i løbende at følge med i deres eget el-forbrug. De kunder er mindre tilfredse end dem der allerede følger sit forbrug. Det vil være en fordel for branchen, at skabe større forståelse for el-produktet, ved at gøre aftalen mere gennemskuelig, forståelig og give individuelle tilpasninger til kundernes forskellige behov.

El-Danmark i procent

- 21% af kunderne har været i direkte kontakt med sin el-leverandør i løbet af de sidste 12 måneder. De kunder er mere tilfredse med deres el-leverandør end dem som ikke har været i kontakt.
- 10% er blevet kontaktet uopfordret af sin el-leverandør i løbet af de sidste 12 måneder, for at sikre at kunden har den korrekte el-aftale.
- 34% procent af kunderne følger sit elforbrug og 41% af kunderne er interesseret i at følge sit elforbrug. De kunder, som følger deres elforbrug, er markant mere tilfredse.
- 40% af kunderne oplever, at deres el-leverandør er på forkant med digitaliseringen. I forsikringsbranchen er det tal 36% og 60% i bankbranchen.

Kundetilfredshed 2015-2017

KUNDETILFREDSHED			
Aktør	2015	2016	2017
Ørsted	62,8	64,0	68,7
Energi Fyn	-	73,7	76,0
Energi Midt	71,5	-	-
Energi Nord	69,9	-	-
Eniig	-	70,4	71,7
Ewii	-	65,8	65,0
Nrgi	69,8	69,6	73,1
SE	72,5	70,0	74,7
Seas-Nve	71,5	69,8	72,1
Øvrige	73,6	69,8	73,7
Branchen	70,6	68,6	71,8

NB: Ørsted er Dong Energy

Om el-undersøgelsen 2017

Interviewene bag undersøgelsen er gennemført som telefoninterviews i perioden d. 8. november - d. 27. november 2017 af Norstat Danmark. Respondenterne for undersøgelsen vedrørende privatmarkedet udgøres af personer mellem 18 og 79 år, der er bosat i Danmark og som har en relation til en el-leverandør. Med el-leverandør, menes en leverandør, der sælger el til husstande. Valget af el leverandør er frit, og danskerne kan således selv bestemme hvem de ønsker at være kunde hos. I alt er der gennemført 1.000 telefoninterviews på privatkundemarkedet.

Ud over de udvalgte elselskaber på markedet rapporteres der også på gruppen Øvrige elselskaber, som består af de andre elselskaber, der er aktive på elmarkedet. Disse er blandt andre: Blue Energy, Aura Energi, Gul Strøm, Modstrøm, Natur-Energi, OK, Thy-Mors Energi, Vardo, Elektron, etc. Resultaterne præsenteres i form af en score på en skala fra 0 til 100. Når indeks eller scores er diskuteret, er det således ikke en procentdel, men enheder, der viser sig. Jo højere indekssværdi, des bedre oplever kunderne, at produkter og leverandører lever op til deres krav og forventninger.

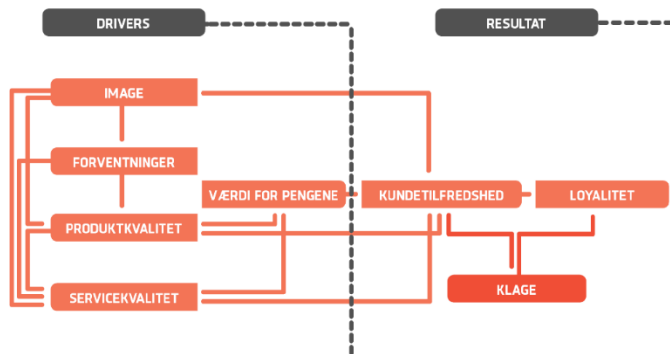
I gennemsnit er fejlmarginen for privatkunder 3 enheder. Fejlmarginen viser sammen med middelværdien et konfidensinterval som med en vis sandsynlighed dækker det resultat man ville få, hvis hele populationen blev spurgt. EPSI anvender som standard 95% sandsynlighed.

Tilsvarende undersøgelser er ligeledes gennemført i Finland, Norge og Sverige.

For mere information om studiet kontakt: Helene Söderberg, Direktør, telefon: 31 75 40 38, e-mail: helene.soderberg@epsi-rating.com.

Kundetilfredshed – Hvordan beregner EPSI Rating det?

EPSI Ratings forskningsbaserede metode skaber grundlaget for en uafhængig og troværdig undersøgelse. Ved at stille spørgsmål om, hvordan kunder, eller andre interessenter, oplever kvaliteten af en vare eller serviceydelse, skabes en erfaringsbaseret undersøgelse, der giver værdifuld indsigt i egen og andres kundebaser. Kundetilfredshed og loyalitet er to nøgletal for virksomheder og organisationer. EPSI modellen undersøger desuden fem andre områder (aspekter), der bidrager til at forklare, hvad der gør kunderne tilfredse og loyale. Hvert aspekt består af en række underliggende spørgsmål. Figuren viser de aspekter, EPSI Rating-modellen er baseret på. Samtlige indeks opgøres på en skala fra 0 til 100. Jo højere indekssværdi, des bedre oplever kunderne deres leverandører. Gennemsnittet for virksomhederne findes normalt i området fra indeks 60 til 75. Virksomheder, som har et indeks på over 75, har en stærk position blandt deres kunder, mens virksomheder, som har et indeks under 60, har en risiko for at miste sit kundeunderlag.



Om EPSI Rating

I EPSI måles og analyseres en række aspekter af kunderelationer til aktører i samfundet. Undersøgelsen er udført ved hjælp af en statistisk model, der muliggør analysen af årsagerne til kundernes vurdering, samt den tillid kunderne føler til deres leverandør. Som baggrund måles image, forventninger, produktkvalitet, service og værdi for pengene. EPSI Rating Danmark er en del af EPSI Rating-Group, der udfører uafhængige og regelmæssige målinger af kundetilfredshed i forskellige brancher i de nordiske lande og i flere andre europæiske lande (i Sverige findes vi under navnet Svenskt Kvalitetsindex - SKI).