

A photograph of several birds perched on two horizontal power lines against a light green sky. The lines and birds are dark against the lighter background.

ENERGI B2C 2023

Særligt tillæg:
ESG og Bæredygtighed: Kundernes syn på
de danske el-leverandørers samfundsansvar
og ESG-arbejde

Bæredygtighedsindeks for el-selskaberne i 2023

EPSI Rating Group præsenterer Bæredygtighedsindeks Energi 2023. Et indeks, der stiller skarpt på kundernes oplevelse af el-selskabernes bæredygtighedsindsats. Spørgsmål om bæredygtighed, miljø og social ansvarlighed bliver stadig vigtigere for forbrugere, organisationer og virksomheder, hvorfor EPSI i år leverer et separat bæredygtighedsindeks som supplement til branchestudierne om kundetilfredshed.

Bæredygtighedsindekset er baseret på ny forskning af EPSI Rating Group og Svenskt Kvalitetsindeks. Forskningen har fokuseret på, hvad der har betydning for bæredygtighedsindsatser i forbrugernes øjne. Særligt tre temaer har stor betydning: Om virksomhederne investerer med fremtidige generationer for øje, om virksomhederne stræber efter økonomisk succes uden at give afkald på sociale og miljømæssige faktorer, og om virksomheden tager et samfundsansvar (etisk, miljømæssigt, økonomisk og socialt).

EPSI's Bæredygtighedsindeks rangerer de største danske el-selskaber efter hvordan kunderne oplever deres bæredygtighedsindsats. Den generelle tendens er, at indekset igen i år er faldende, men fire selskaber har en positiv udvikling fra 2022 til 2023: OK, NRGi, Verdo og Modstrøm. Største stigning findes hos Verdo (5,5 indekspoint).

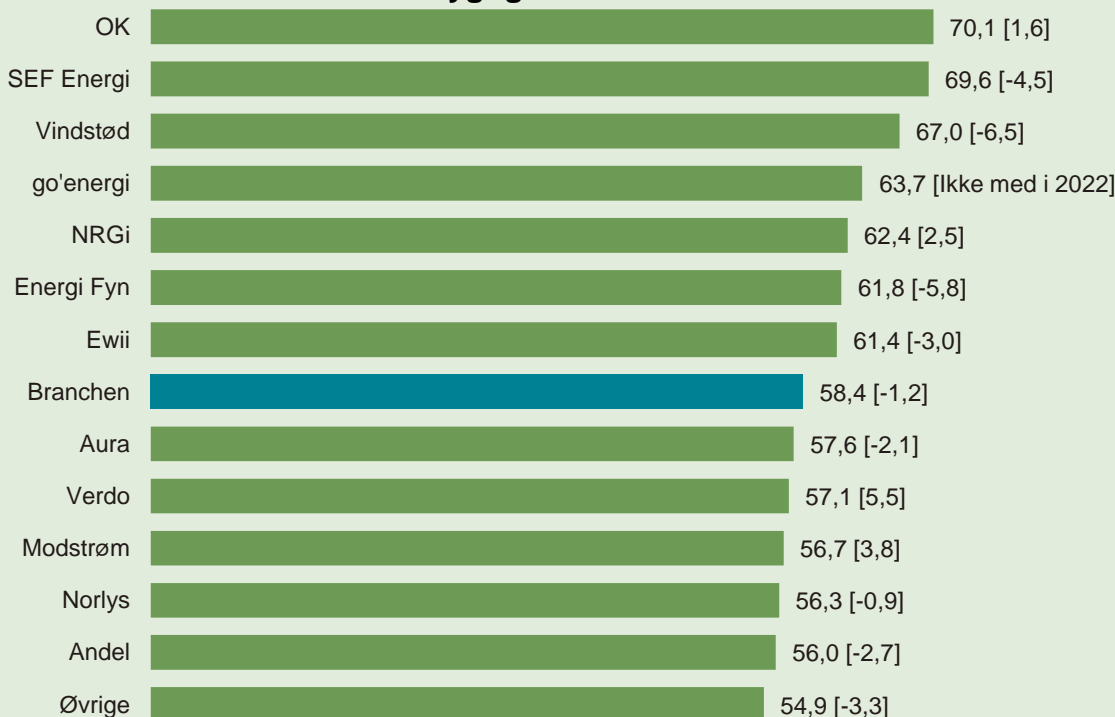
"Det er interessant, at OK vinder Bæredygtighedsindekset på trods af, at "benzin" er top-of-mind det mest frekvente ord for kunderne, når vi taler om OK. Men kunderne oplever, at OK gør meget for bl.a. klima og miljø via deres investeringer i e-mobilitet. Og samtidig er OK gode til at kommunikere i øjenhøjde om grøn omstilling og ansvarlig vækst med deres kunder. Så falder Danoil og benzin lidt i baggrunden," siger Sofie Breum.

"Andel og Norlys ligger i bunden af Bæredygtighedsindekset på trods af at begge selskaber gør meget i regi af den grønne omstilling. Men det er mere henvendt til samfundet som helhed – hvor de søger at skubbe på en samfundsomstilling. Det rammer ikke de eksisterende kunder så godt – de er som oftest mere interesserede i, hvad der er i det for den enkelte husstand. Desuden trækkes de to største selskaber ned pga. trading-bonusser. Bæredygtighedsindekset dækker også over ansvarlig vækst – og kunderne finder det ikke ansvarligt, at udbetale så store bonusser," siger Sofie Breum.

FIGUR 1 EPSI Bæredygtighedsindeks 2023



EPSI Bæredygtighedsindeks 2023



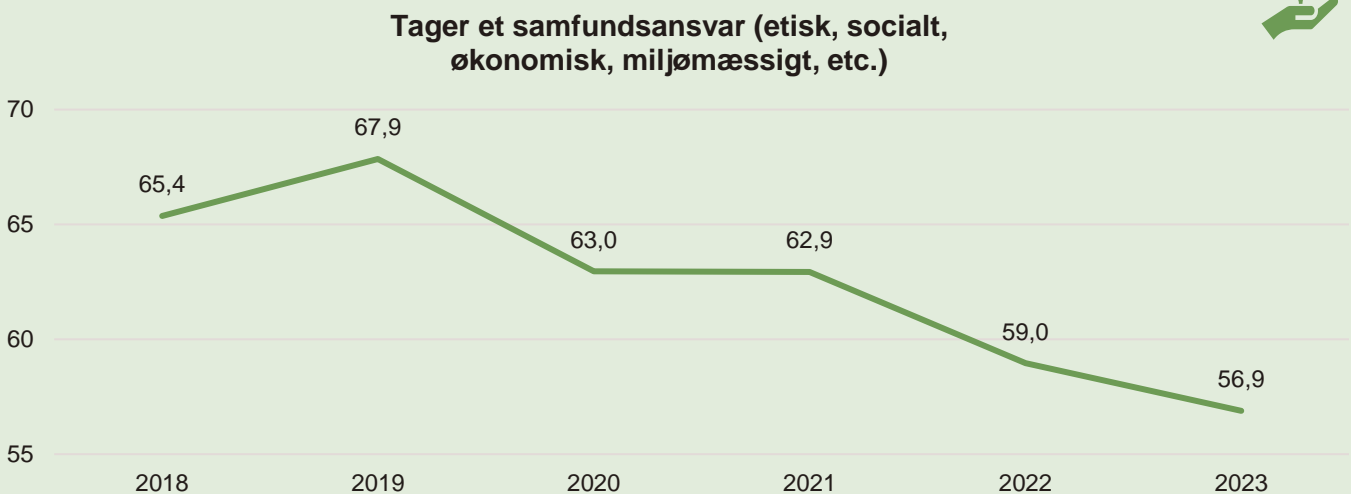
Kundernes oplevelse af selskabernes samfundsansvar falder – igen

Et af spørgsmålene i Bæredygtighedsindekset omhandler, hvorvidt el-selskaber tager et etisk, socialt, økonomisk og/eller miljømæssigt samfundsansvar.

Figur 2 viser udviklingen i kundernes opfattelse af hvorvidt elselskaberne påtager sig et samfundsansvar. Siden 2019 har branchen oplevet en negativ udvikling.

”Den negative udvikling i samfundsansvar viser, at selskaberne ikke matcher kundernes forventning. De forventer i høj grad en ansvarstagen for den grønne omstilling, men uden at gå på kompromis med ansvarlig vækst og økonomi,” siger Sofie Breum.

FIGUR 2 Udvikling i samfundsansvar hos danske elselskaber 2018-2023

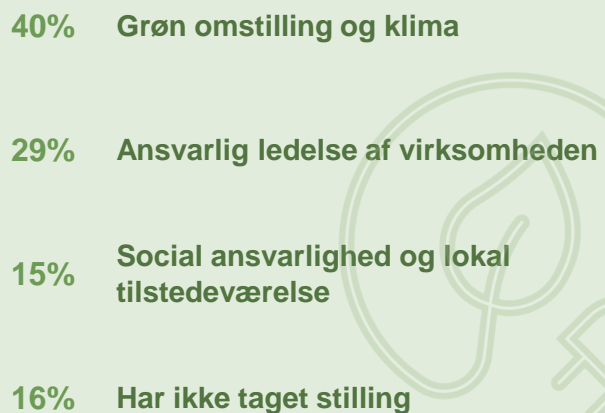


Kunderne ønsker bæredygtighed

I årets branchestudie beder EPSI kunderne om at vælge mellem E, S og G for at hjælpe energiselskaberne med, hvad kunderne finder mest relevant at fokusere på. Og fire af ti kunder vælger grøn omstilling og miljø, når de skal vælge mellem E, S og G.

”Det er interessant (men forventeligt), at det er E’et, der primært vælges her – vi ser et helt andet mønster, når vi måler i den finansielle sektor, hvor G’et findes mest relevant,” siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

FIGUR 3 Det vigtigste ESG-tema er energi/miljø



Kommunikation af bæredygtighed vurderes bedst af de yngste kunder

I takt med det øgede fokus på bæredygtighed i samfundet gennem årene, er kommunikationen herom også blevet mere synlig. Spørgsmålet om hvorvidt selskabet kommunikerer sit arbejde med bæredygtighed på en god måde stilles i forlængelse af EPSI's samfundsansvarsspørgsmål og har til formål at klarlægge hvorvidt kunderne oplever, at deres selskab formidler og kommunikerer bæredygtighed.

SEF ENERGI VINDER PÅ BÆREDYGTIG KOMMUNIKATION TIL DE UNGE KUNDER

Selskabernes kommunikation af bæredygtighed varierer afhængig af bl.a. aldersgrupperne. SEF Energi er bedst til bæredygtig kommunikation, når vi spørger de 18-29 årige (der vurderer dem til 67,6, hvilket er en del mere end branchegennemsnittet for aldersgruppen på 59,7).

OK er imidlertid stærkest på bæredygtig kommunikation til de ældre kunder i alderen 60+ år (der vurderer dem til 68,9, hvilket også er en del mere end branchegennemsnittet på 55,3).

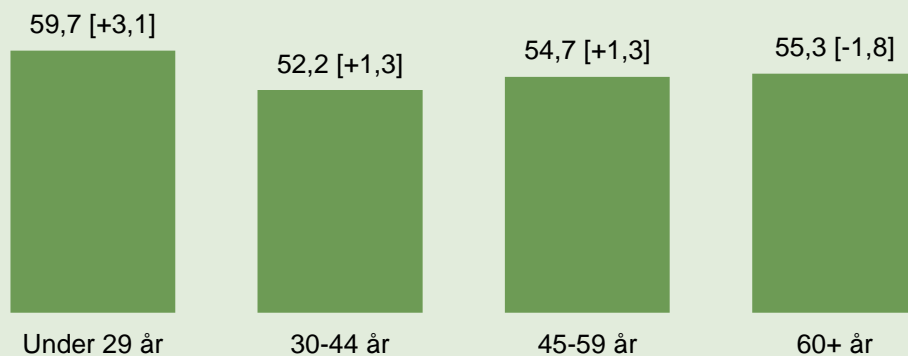
"Det er dejligt at se, at SEF Energi fortsætter sin stærke position ift. kommunikation af deres arbejde med bæredygtighed. Vi ved fra andre brancher, at rigtig mange danske selskaber er udfordrede på at ramme de unge kunders forventninger – og her gør SEF Energi det flot," siger Sofie Breum, EPSI Rating.

KOMMUNIKATION AF BÆREDYGTIGHED FORDELT PÅ ALDER

Det er tydeligt, at der på brancheniveau er plads til forbedring i forhold til kommunikation af bæredygtighed. Niveautet er generelt ikke tilfredsstillende, men der er alligevel forskel på hvordan de forskellige aldersgrupper anser selskabernes kommunikation. Mange selskaber har sat ind over for de unge kunder, og det er således på brancheniveau lykkedes at hæve de unges vurdering til 59,7 – afrundet på de 60, der er grænsen mellem utilfreds og tilfreds. Kun den ældre aldersgruppe (60+) falder i vurdering af kommunikation om arbejdet med bæredygtighed – de øvrige aldersgrupper stiger.

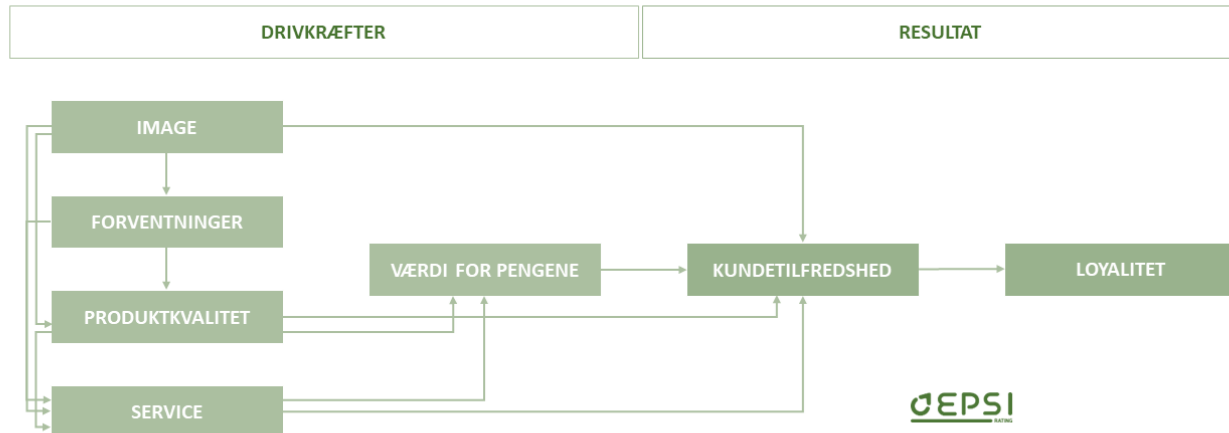
FIGUR 4 Kommunikation af bæredygtighed fordelt på alder (0-100)

Kommunikerer sit arbejde med bæredygtighed på en god måde



OM STUDIET

EPSI-modellen



Publiceringsdato

Branchestudiet for kundetilfredshed blev publiceret den 20. november 2023 og inkluderer resultater på en lang række temaer direkte relateret til EPSI-modellen, samt relevante temaer som digitalisering, kontakt, klager, tillid, relation mv. **Torsdag den 30. november** publiceres dette særlige bæredygtighedstillæg.

Om EPSI Rating

EPSI Rating har målt kundetilfredsheden i Danmark siden 1999 på tværs af en række brancher, herunder bl.a. finans-, telekom- og forsyningssektoren.

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 hedder vi Svenskt Kvalitetsindex - SKI).

Handlingsorienterede indsigter til forbedring af kundetilfredshed.

Om studiet

Undersøgelsen af kundetilfredsheden i energibranchen er baseret på i alt **3.108 interviews** med danske privatkunder. Interviewene er foretaget som både telefoninterviews og webinterviews i perioden 6. september til og med 16. oktober af EPSI Data Collection Services for EPSI Rating Danmark. Respondenterne i undersøgelsen er danske privatkunder med et kundeforhold til en el-leverandør (som er fyldt 18 år).

Tilsvarende undersøgelser er gennemført i Sverige, Finland og Norge.

Resultater opgøres på en skala fra 0 til 100. Jo højere indekssværdi, desto 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 kundegrundlag. EPSI Rating anvender som standard 95% konfidensinterval for sandsynlighed.

EPSI UDGIVER LØBENDE SPECIAL-RAPPORTER

EPSI SPECIAL: Proaktivitet og passive kunder 2023

For mere information om studiet
Sofie Breum, sofie.breum@epsi-denmark.org, +45 28 49 74 28

- Hvor er de største forskelle mellem aktive og passive kunder?
- ...og hvad husker kunderne fra den seneste kontakt?
- Hvor mange kunder vil gerne oftere høre fra deres selskab?
- ...og i hvor høj grad afhænger det af seneste kontaktforsøg?
- Hvilke former for kommunikation ønsker kunderne at modtage?
- ...og hvordan adskiller aldersgruppernes præferencer sig?
- Hvor ofte ønsker kunderne at blive proaktivt kontaktet?
- ... og hvilke forskelle er der på tværs af segmenter?
- Hvilken kanal er danskernes foretrukne til proaktivitet?
- ...og er der tydelige forskelle for den aktive og passive kunde?
- Er en invitation til et webinar god kontakt til de passive kunder?
- ...og hvilke andre ønsker til kommunikation er vigtige?

EPSI SPECIAL: ESG OG BÆREDYGTIGHED 2023

For mere information om studiet
Sofie Breum, sofie.breum@epsi-denmark.org, +45 28 49 74 28

- Hvor vigtigt er det for kunderne, at deres bank/forsikringselskab arbejder med bæredygtighed?
- ...og hvilke bæredygtige mål er vigtigere end andre?
- ESG dækker over tre områder. Hvad er vigtigst for kunderne?
- ...og hvordan adskiller aldersgruppernes præferencer sig?
- Hvor vigtigt anser kunderne bæredygtighed for at være?
- ...og i hvor høj grad tager de selv højde for bæredygtighed?
- Er bæredygtighedsforventningerne større til bank end forsikring?
- ...og hvad med el-leverandører og dagligvarebutikker?
- Ønsker kunderne at følge med i jeres bæredygtighedsarbejde?
- ... og hvilken form for bæredygtighedskommunikation ønsker de?
- Hvilke initiativer vurderer kunderne er bæredygtige?
- ...og hvilke af dem har en betydning for købsbeslutningen?

Interesseret i at høre mere om EPSI Rating?
 Kontakt Anders Schriver (anders.schriver@epsi-denmark.org)
 eller se mere på vores hjemmeside