



FORSIKRING B2B

2023

ESG OG BÆREDYGTIGHED
I FORSIKRINGSBRANCHEN

Bæredygtighedsindeks for danske erhvervskunder Forsikringsselskaber 2023

EPSI Rating præsenterer Bæredygtighedsindeks 2023. Et indeks, der stiller skarpt på kundernes oplevede bæredygtighedsindsats fra forsikringsselskaberne.

Spørgsmål om bæredygtighed, miljø og social ansvarlighed bliver stadig vigtigere for forbrugere, organisationer og virksomheder. Siden 2005 har vi set en stadig stærkere sammenhæng mellem kundernes opfattelse af samfundsansvar og kundetilfredshed, hvorfor EPSI leverer et separat bæredygtighedsindeks som supplement til branchestudierne om kundetilfredshed.

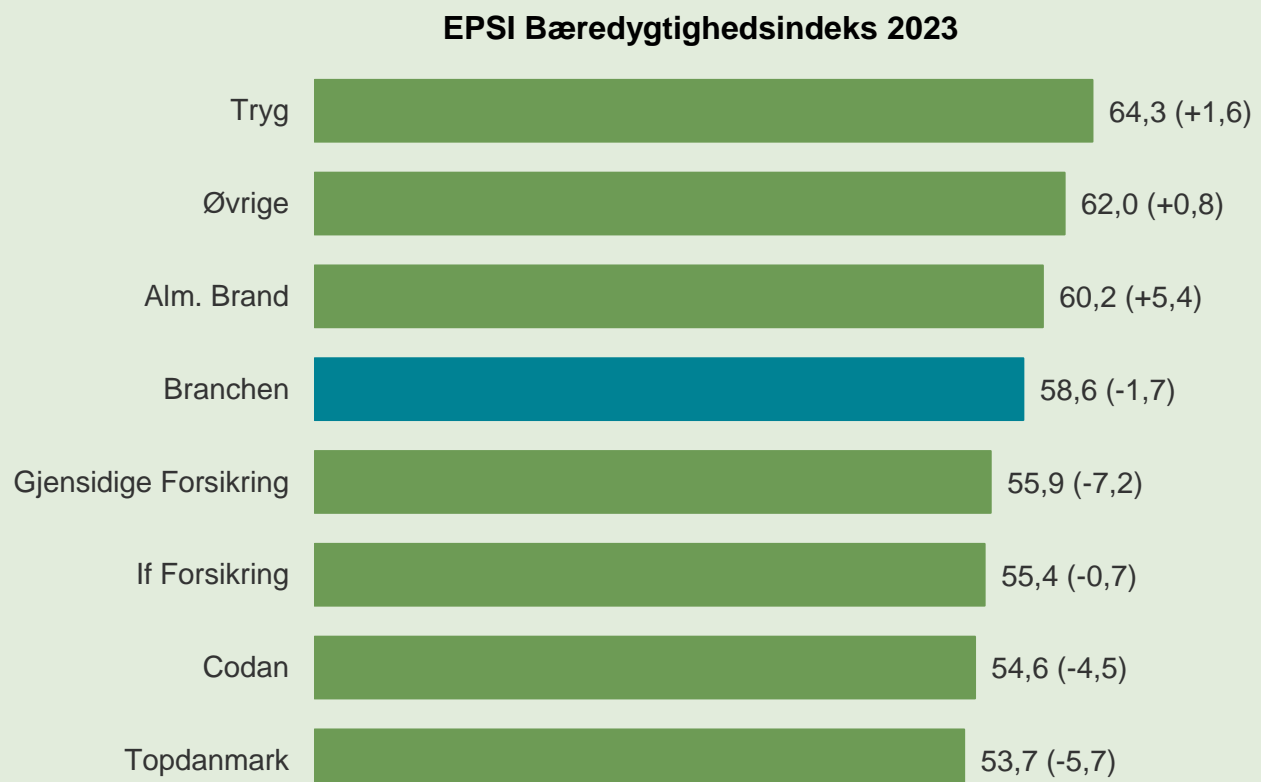
Bæredygtighedsindekset er baseret på ny forskning af EPSI Rating Group og Svenskt Kvalitetsindeks. Forskningen har fokuseret på, hvad der har betydning for bæredygtighedsindsatser i forbrugernes øjne. Særligt tre temaer har stor betydning: Om virksomhederne investerer med fremtidige generationer for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

TRYG OG ALM. BRAND I FRONT

På bæredygtighedsindekset scorer Tryg højest efterfulgt af Alm. Brand, som i år stiger med 5,4 indekspoint og dermed indtager titlen som årets højdespringer.

EPSI's Bæredygtighedsindeks rangerer de største danske forsikringsselskaber efter hvordan erhvervskunderne oplever deres bæredygtighedsindsats.

FIGUR 1 EPSI Bæredygtighedsindeks Erhverv 2023



Der er plads til forbedring af forsikrings- selskabernes bæredygtighedskommunikation

KUNDERNES OPFATTELSE AF FORSIKRINGSSLELSKABERNES SAMFUNDSANSVAR FALDER

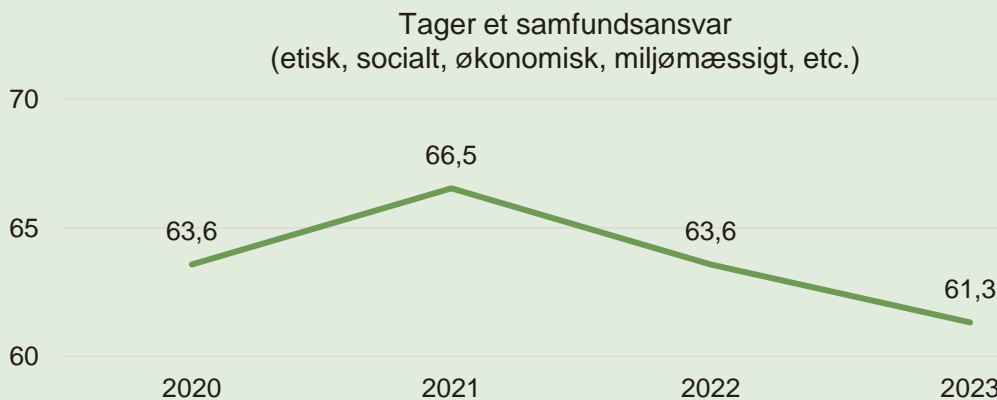
Et af spørgsmålene i Bæredygtighedsindekset stiller skarpt på, hvorvidt forsikringsselskaber tager et etisk, socialt, økonomisk og/eller miljømæssigt samfundsansvar.

Tendensen i kundernes opfattelse af samfundsansvar hos forsikringsselskaberne er nedadgående. Et forsikringsselskab har et ansvar både etisk, socialt, økonomisk og miljømæssigt, og det skal erhvervskunderne kunne mærke. Kunderne har høje forventninger til forsikringsselskabernes bæredygtige indsatser, og det kan være en af årsagerne til den faldende tendens.

Tryg ligger i front på samfundsansvaret og det drives i høj grad af deres målrettede indsats med sociale initiativer gennem TrygFonden.

"Kunder har højere forventninger til at forsikringsselskaberne tager et samfundsansvar, og det har hidtil været ift. det sociale og ledelsesmæssige ansvar. Men med Scope 3-fokus stiger erhvervskundernes bevidsthed om bæredygtighed," siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Danmark.

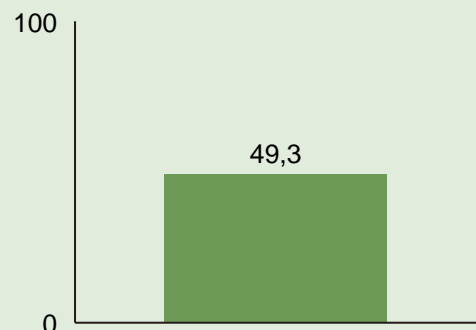
FIGUR 2 Udvikling i samfundsansvar hos danske forsikringsselskaber 2020-2023



BÆREDYGTIGHEDSKOMMUNIKATIONEN DUMPER

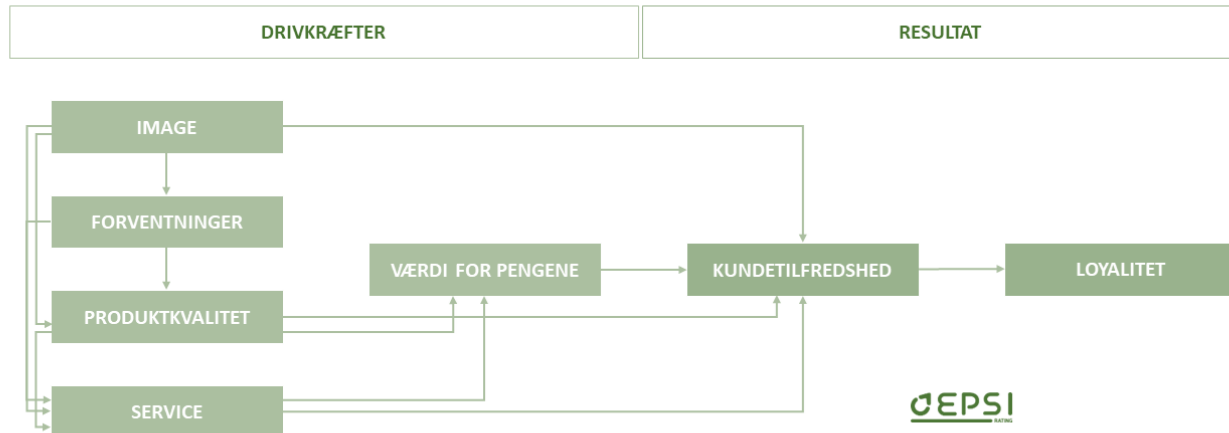
Kommunikationen af bæredygtighed vurderes til 49,3, hvilket er et lavt niveau relativt til privatkundernes vurdering på 56,5. Detaljerne og budskaberne om forsikringsselskabernes bæredygtighed (og mangel heraf) vurderes af erhvervskunderne som utilfredsstillende. Der er et stort forbedringspotentiale for selskaberne, hvor der fra regnskabsåret 2024 vil være højere regulatoriske krav til bæredygtighedsrapportering i takt med at CSRD-direktivet træder i kraft.

FIGUR 3 Bæredygtighedskommunikation



OM STUDIET

EPSI-modellen



Publiceringsdato

Branchestudiet på Forsikring B2B blev publiceret 14. november 2023. Det inkluderer resultater på en lang række temaer direkte relateret til EPSI-modellen, men også relevante temaer som digitalisering, kontakt, klager, tillid, relation mv.

Dette bæredygtighedstillæg publiceres 5. december 2023

Om EPSI Rating

EPSI Rating har målt kundetilfredsheden i Danmark siden 1999 på tværs af en række brancher, herunder forsikringssektoren.

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 forsikringsbranchen er baseret på i alt 1.527 interviews med danske erhvervskunder. Interviewene er foretaget som både telefoninterviews og web interviews i perioden 23. august til og med 13. oktober af Norstat Danmark for EPSI Rating Danmark. Respondenterne i undersøgelsen er danske virksomheder med et kundeforhold til et skadesforsikringselskab.

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 OM RELEVANTE TEMAER FOR DEN FINANSIELLE SEKTOR

EPSI SPECIAL:

ESG og bæredygtighed 2023 – forventninger til finanssektoren

- 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?

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

EPSI SPECIAL:

Proaktivitet og passive kunder 2023

- 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?

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

Vejen til bæredygtig succes går gennem kunden



Kendskab

Her kortlægges jeres kunders generelle interesse for bæredygtighed. Det gør vi for at indsamle viden om, hvor interesserede kunderne er i bæredygtighed, og hvordan interessen varierer i de forskellige kundesegmenter.



Præferencer

I denne del undersøger vi, hvilke bæredygtighedsspørgsmål jeres kunder anser som særligt vigtige, og hvad de ønsker, at I skal arbejde mere med i fremtiden.



Kommunikation

Når jeres bæredygtighedsarbejde ud til jeres kunder? Hvor meget bæredygtighedsinformation ønsker jeres kunder at modtage – og hvordan ønsker de at modtage informationen?



Vurdering

Vurdering af, hvordan jeres bæredygtighedsinitiativer påvirker jeres kunders opfattelse af virksomheden. Inkl. fokus på, om der er noget, de savner og hvad der kendetegner dem, der er meget tilfredse



Er du i tvivl om, hvad der er vigtigst for dine kunder?

– *EPSI's interessentanalyse viser vejen*

CSRD Standards

Environment	Social
ESRS E1 Climate Change	ESRS S1 Own workforce
ESRS E2 Pollution	ESRS S2 Workers in the value chain
ESRS E3 Water & marine resources	ESRS S3 Affected communities
ESRS E4 Biodiversity & ecosystems	ESRS S4 Consumers and end-users
ESRS E5 Resource use and circular economy	Governance
	ESRS G1 Business Conduct

Om EPSI og bæredygtighed

Vores vision:

Stakeholder insights for a sustainable future

Vi ønsker at skabe forbindelse mellem kundernes præferencer og forsikringsselskabernes bæredygtighedsindsatser. Vi tror på, at øget forståelse mellem interessenter kan være med til at løfte en langsigtet bæredygtig udvikling.

Vi har lige nu erhvervs-ph.d.-studerende og professorer i EPSI, der arbejder med lige netop sammenhængen mellem kundetilfredshed og bæredygtighed.



Hvor vigtigt vurderer du, biodiversitet er for dit kundeforhold med selskabet?

...med biodiversitet mener vi ...

...og hvad så hvis vi sætter det op mod forurening – hvad er så, i din optik, vigtigst at rapportere på?



Vi hjælper med at definere, hvad de enkelte standarder kan oversættes til i jeres forsikringselskab. Spørgsmålene skal hjælpe kunderne godt på vej, så vi får resultater, vi kan træffe beslutninger på. Vi kalder det Actionable Insights.