



**FORSIKRING B2C**

**2023**

ESG OG BÆREDYGTIGHED  
I FORSIKRINGSBRANCHEN

## Bæredygtighedsindeks for danske skadeforsikringselskaber i 2023

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

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.

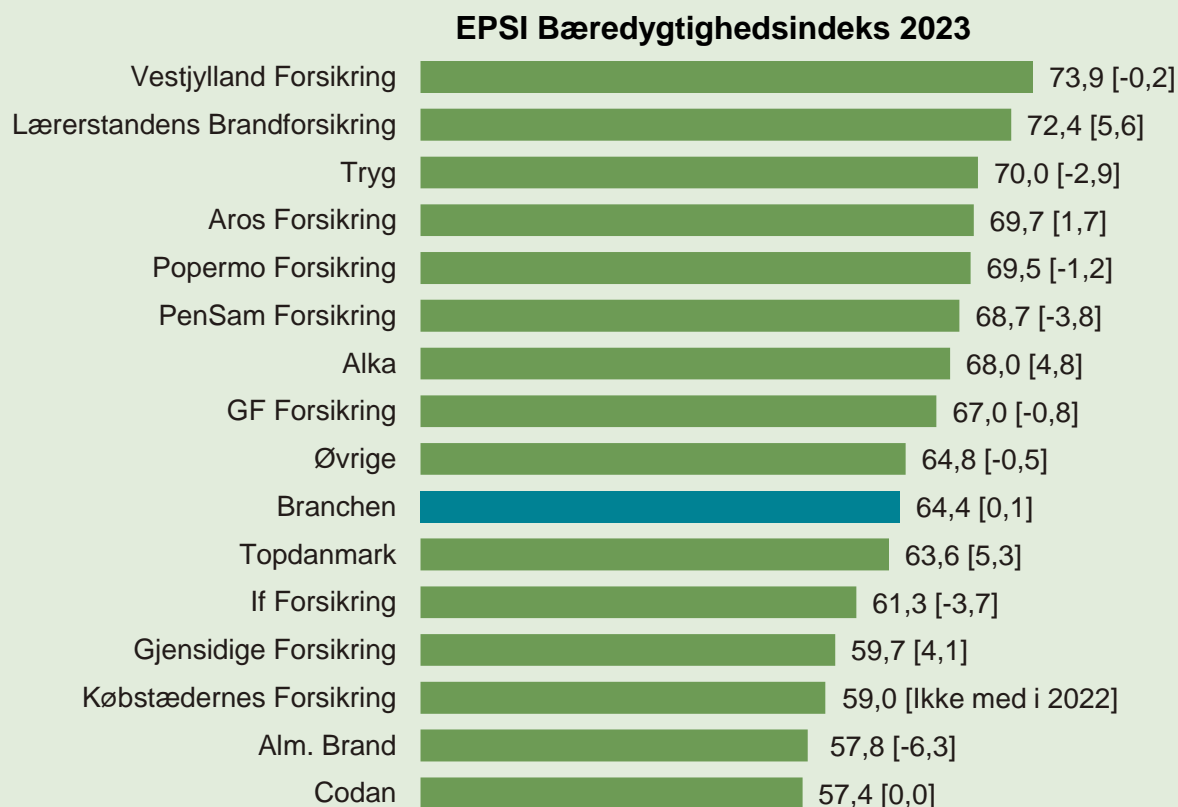
Bæredygtighedsindekset er baseret på ny forskning af EPSI Rating Group og Svenskt Kvalitetsindeks. Forskningen har fokuseret på, hvad der har betydning for bæredygtighedsindsatser i forbrugernes øjne. Særligt tre temaer har stor betydning: Om virksomhederne investerer med fremtidige generationer for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

### VESTJYLLAND FORSIKRING OG LÆRERSTANDENS BRANDFORSIKRING I FRONT

På bæredygtighedsindekset scorer Vestjylland Forsikring højest, stærkt efterfulgt af Lærerstandens Brandforsikring, der i år står for en af de største stigninger.

EPSI's Bæredygtighedsindeks rangerer de største danske forsikringselskaber efter hvordan kunderne oplever deres bæredygtighedsindsats.

**FIGUR 1 EPSI Bæredygtighedsindeks Privat 2023**



## Bæredygtig kommunikation: Der er plads til forbedring på tværs af branchen

I takt med det øgede fokus på bæredygtighed i samfundet gennem årene, er forsikringselskaberne gradvist blevet mere fokuseret på kommunikationen af bæredygtighed. Forsikringselskaberne spiller en stor rolle i forhold til formidling af bæredygtige initiativer, bæredygtig vækst, investeringer og udvikling af bæredygtige forsikringsprodukter i den finansielle sektor, hvilket også kommer til udtryk i selskabernes kommunikation herom.

### VESTJYLLAND FORSIKRING VINDER PÅ BÆREDYGTIG KOMMUNIKATION

Der er stor forskel på kundernes opfattelse af deres selskabs kommunikation af bæredygtighed. Med en forskel på 22 indekspoint på den højeste og laveste score, formår især Vestjylland Forsikring, GF Forsikring og Pensam Forsikring at kommunikere deres arbejde med bæredygtighed på en overbevisende måde.

*”Det er spændende at se, at Vestjylland Forsikring ikke bare vinder på bæredygtighedsindekset i år, men samtidig også formår at kommunikere deres bæredygtige initiativer ud på en hensigtsmæssig måde. Samtidig ser vi, at GF Forsikring og Pensam Forsikring er lige i hælene på Vestjylland i vurderingen af, om kommunikationen af bæredygtighed er tilfredsstillende”* siger Sofie Breum, EPSI Rating.

### KOMMUNIKATION AF BÆREDYGTIGHED

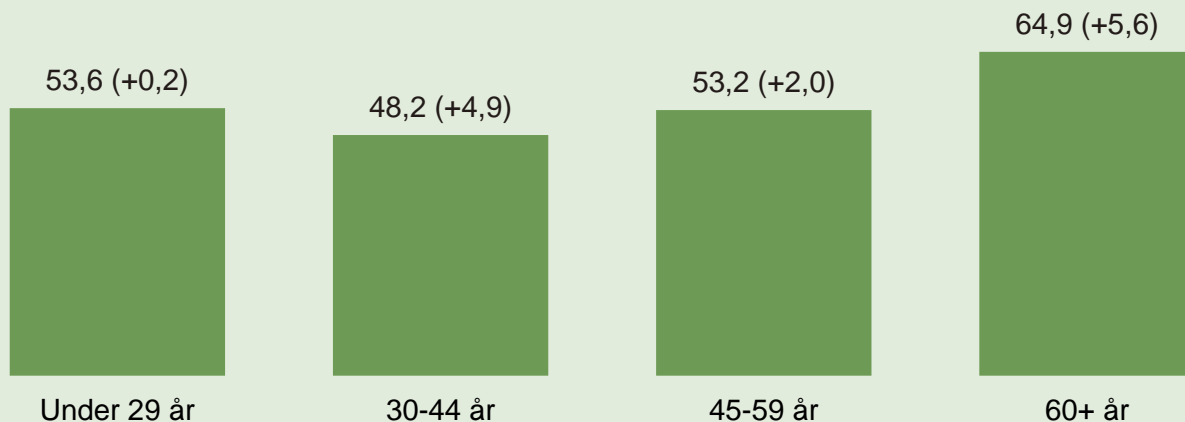
Igen i år er der forskel på, hvordan de enkelte aldersgrupper vurderer deres forsikringselskabs kommunikation om bæredygtighed. Kun aldersgruppen 60+ år er over indeks 60, hvilket normalt betegnes som grænsen for ”tilfredsstillende”.

Selskaberne har formået at nå bedre ud til de 30-44 årige sammenlignet med sidste år, men aldersgruppen er dog stadig meget negativ ift. bæredygtighedskommunikationen som de vurderer til 48,2 – en meget lav gennemsnitlig vurdering.

**FIGUR 5 Kommunikation af bæredygtighed fordelt på alder**



#### Kommunikation af bæredygtighed fordelt på alder (0-100)



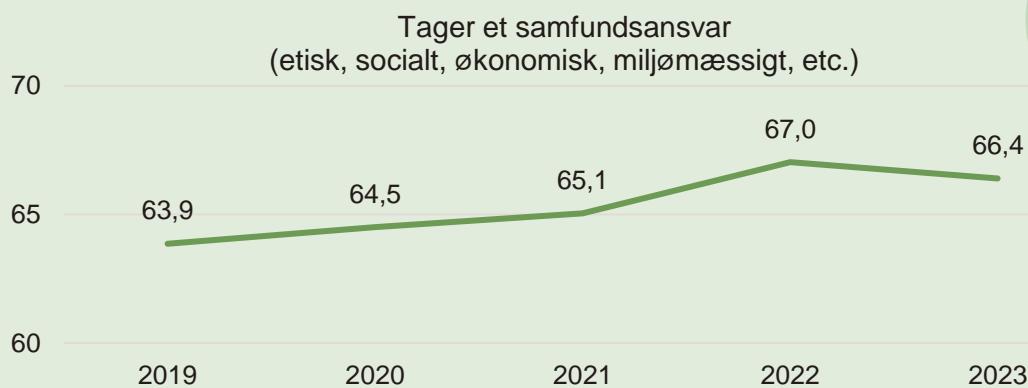
## ESG: Kunderne ønsker, at forsikringselskaberne fokuserer på Governance frem for Social og Miljø

Hvis forsikringskunderne skal prioritere mellem E, S og G, vælger den største andel af danskerne *Governance* (ansvarlig ledelse, ordentlighed og overholdelse af regler og love). Dette efterfølges af Social ansvarlighed (og lokal tilstedeværelse), og til sidst Environment (klima og grøn omstilling).

*"Det er et interessant mønster, der gennem vores seneste branchestudier og specialanalyser er blevet bekræftet gang på gang: Hvis danskerne skal vælge ét fokus, peger de på ansvarlig ledelse. Men denne finding dækker over flere relevante indsigter: De unge ønsker i højere grad et fokus på miljø og danskere uden for storbyerne ønsker i højere grad et fokus på social ansvarlighed,"* siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

Et af spørgsmålene i Bæredygtighedsindekset stiller skarpt på, hvorvidt forsikringselskaber tager et etisk, socialt, økonomisk og/eller miljømæssigt samfundsansvar. Udviklingen i kundernes opfattelse af samfundsansvar vises i figur 3.

**FIGUR 3** Udvikling i samfundsansvar hos danske forsikringselskaber 2019-2023



### Åbne kommentarer bekræfter hypotese

Som supplement har EPSI i år dykket ned i åbne kommentarer relateret til ESG. Vi har undersøgt hvad kunderne forbinder med det sociale, og hvorfor det er vigtigt.

Lokal tilstedeværelse spiller en stor rolle, når kunderne selv skal italesætte de vigtigste elementer i S'et af ESG. Et lokal forankret selskab føles mere personligt. Det er vigtigt for kunderne, at forsikringselskaberne giver noget tilbage til de samfund, de er en del af. Og den lokale tilstedeværelse er et område, selskaberne nemmere kan være tydelige.

**FIGUR 4** Åbne kommentarer: Socialt samfundsansvar

Det **socialle aspekt** af samfundsansvaret spiller en rolle



*"Det er vigtigt at man er noget for sine medmennesker og man hjælper"*



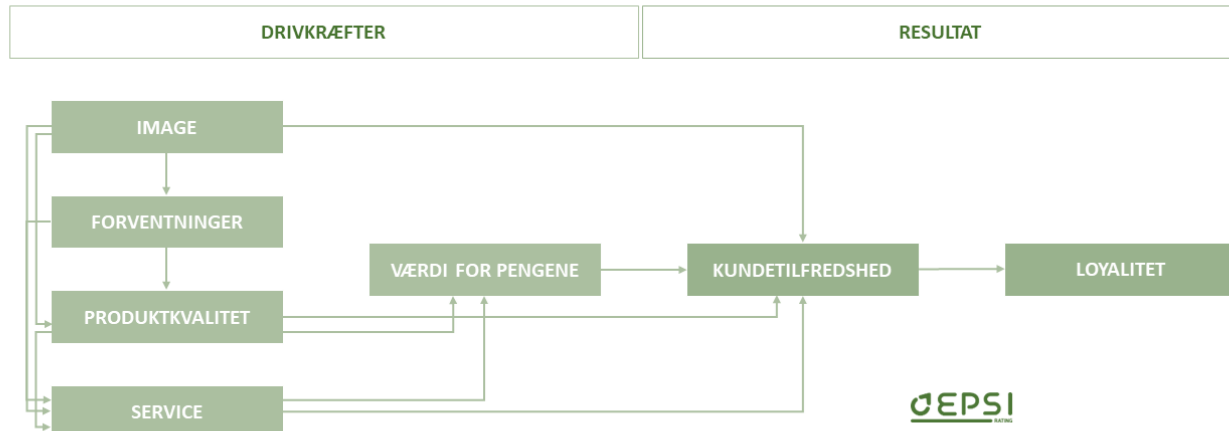
*"De burde give noget tilbage til de samfund de er en del af"*



*"Det føles mere personligt at der er lokal tilstedeværelse"*

# OM STUDIET

## EPSI-modellen



### Publiceringsdato

Branchestudiet blev publiceret 6. november 2023. Det inkluderer resultater på en lang række temaer direkte relateret til EPSI-modellen, men også relevante temaer som digitalisering, bæredygtighed, kontakt, klager, tillid, relation mv.

**EPSI Forsikring B2C: ESG publiceres d. 10. november.**

EPSI Forsikring B2B publiceres d. 14. november.

### 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 3.473 interviews med danske privatkunder. Interviewene er foretaget som både telefoninterviews og web interviews i perioden 21. august til og med d. 6. oktober af Norstat for EPSI Rating Danmark. Respondenterne i undersøgelsen er danske privatkunder med et (primært) kundeforhold til et skadesforsikringssselskab (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.

# 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	<b>Governance</b>
	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**.

# 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/forsikrings selskab 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](mailto: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](mailto:sofie.breum@epsi-denmark.org), +45 28 49 74 28