

FORSIKRING B2C & B2B

2026

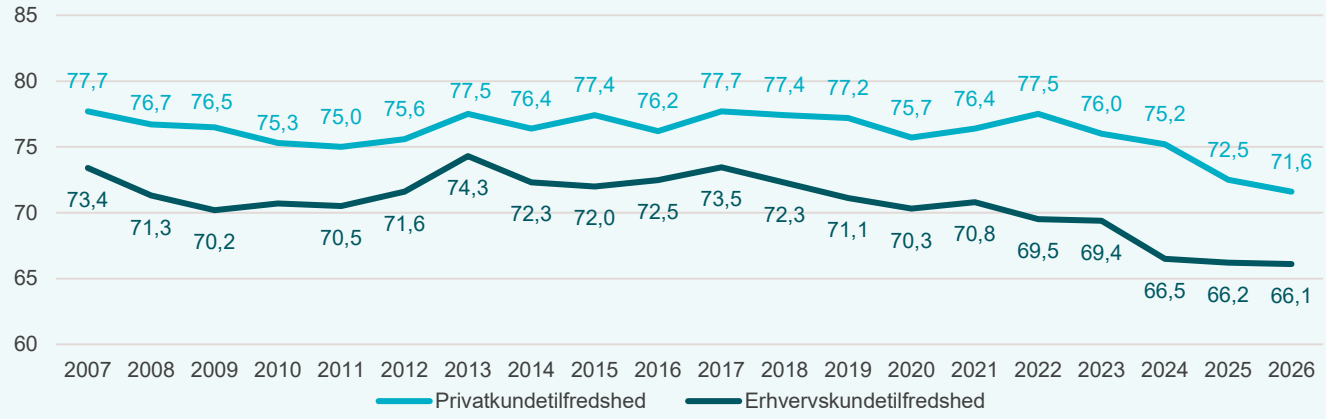
Privatkundernes tilfredshed falder, mens erhvervskundernes forbliver stabil. Kunderelationen og serviceopfattelsen er under pres, men enkelte selskaber leverer sublim service og belønnes med Danmarks højeste kundetilfredshedsscores.

Privatkundetilfredsheden falder for fjerde år i træk. Relevant, personlig service kan vende udviklingen.

Tilbagegangen fortsætter i årets branchemåling for de danske skadeforsikringsselskaber. Privatkundernes tilfredshed falder til 71,6 fra 72,5 sidste år. Efter sidste års markante fald i kølvandet på store prisstigninger er relationen og servicekvaliteten i år i fokus. Kunderne savner, at selskaberne i højere grad tager hånd om deres behov og følger op med relevant hjælp og information. Det sætter samtidig oplevelsen af værdi for pengene under pres, når servicen ikke opleves at følge med prisstigningerne.

«Når prisen stiger, skal kunderne kunne se værdien af deres forsikring. Det handler ikke kun om dækningen, men også om den hjælp og information, de får undervejs. Selskaberne skal vise deres kundefokus i praksis - med forståelige prisforklaringer, relevante forsikringstjek og konkrete forslag, der tager udgangspunkt i kundens situation. Mere kontakt er ikke nok, hvis kunden ikke oplever, at den gør en forskel,« siger Anders Schriver, EPSI Rating Danmark.

FIGUR 1 Kundetilfredshed i de danske skadeforsikringsselskaber 2007-2026



Fem centrale temaer i EPSI-branchestudiet 2026

Relation Kunderne oplever i mindre grad, at selskaberne tager hånd om deres behov og følger op med relevant hjælp og information. Det udfordrer relationen, når kunden selv skal efterspørge den interesse, der bør kendetegne et kundefokuseret selskab.

Rådgivning og forsikringstjek Rådgivningskvaliteten holder overordnet niveau. Et behovsbaseret forsikringstjek giver mulighed for at omsætte rådgivningen til konkret hjælp og skabe overblik over, om dækningerne stadig passer til kunden. Gennemgangen bør afklare både manglende og overflødig dækning og give kunden et tydeligt grundlag for at vælge.

Prisstigninger og information De seneste års prisstigninger gør forståelige forklaringer særligt vigtige. Kunder, der har fået en god forklaring på en markant prisstigning, vurderer værdi for pengene højere end kunder uden en forståelig forklaring. Kommunikationen bør tydeliggøre baggrunden og mulighederne for at tilpasse forsikringen.

Relevant proaktivitet Selskaberne skal give kunderne en konkret anledning til at opleve deres initiativ som relevant. Kunder, der har modtaget konkrete forslag eller tilbud, vurderer selskabet som mere relevant proaktivt. Det peger på, at den proaktive kontakt bør rumme tydelige muligheder, som kunden kan forstå og tage stilling til.

Skade Skadehåndteringen er fortsat en afgørende prøve på kunderelationen. Her skal kunderne mærke, at selskabet tager hånd om deres situation og hjælper dem videre. Vurderingen af skadeforløbene falder i år for flere selskaber, hvilket understreger behovet for nærværende hjælp og løbende information, der skaber overblik og tryghed gennem skadeforløbet.

De fem ovenstående temaer pakkes ud i EPSIs branchestudie med mere end 70 forskellige spørgsmål, der stiller skarpt på kundernes oplevelse af forsikringsselskaberne.

Vestjylland Forsikring er igen nummer 1 blandt privatkunderne, mens Aros Forsikring er tilbage i top 3. Branchen fortsætter som helhed tilbagegangen, mens tre selskaber går frem.

Højeste kundetilfredshed hos Vestjylland Forsikring

Vestjylland Forsikring har for femte år i træk branchens højeste kundetilfredshed. Trods et mindre fald fastholder selskabet et meget højt niveau på 83,9 indekspoint.
»*Vestjylland Forsikring lykkes igen i år med at gøre det nemt at være kunde, og det belønner kunderne med en høj tilfredshed. Selskabet står stærkt på kundefokus, pålidelighed og rådgivernes kompetencer. Servicekvaliteten er samtidig en klar styrke, hvor både skadeshåndteringen og den generelle kontakt er helt i top*,« siger Anders Schriver, EPSI Rating Danmark.

Popermo Forsikring stadig nummer 2

Popermo Forsikring indtager igen i år en flot andenplads og fastholder dermed sin solide position blandt selskaberne med de mest tilfredse kunder. På trods af en tilbagegang i kundetilfredshed, går Popermo Forsikring blandt andet frem på at ville kunden det bedste, mens de igen i år ligger i spidsen, når det kommer til oplevet konkurrencedygtighed og at holde kunderne opdaterede med relevant information.

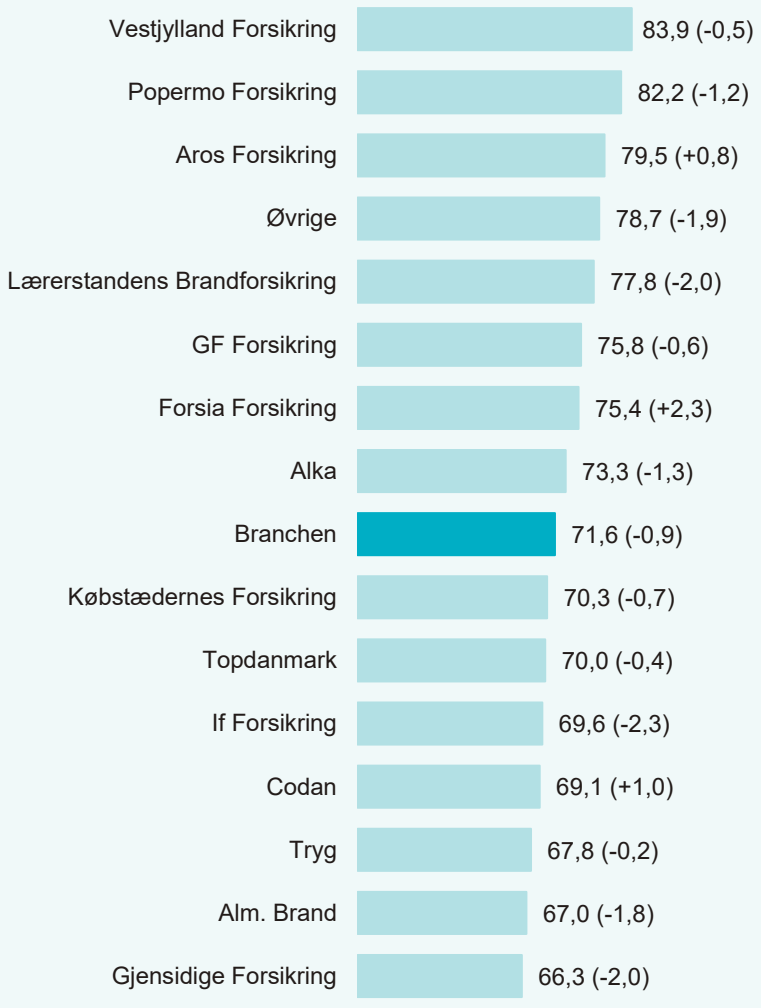
Aros Forsikring rykker ind i top 3

Aros Forsikring går som et af få selskaber frem i kundetilfredshed og rykker ind på årets tredjeplads. Aros Forsikring har den højeste andel af kunder, som har været i kontant med deres selskab. Kunderne vurderer, at rådgivningen er blevet bedre og de oplever en mere relevant proaktiv kontakt.

Forsia Forsikring er årets højdespringer

Forsia Forsikring står for årets største fremgang på 2,3 indekspoint og rykker dermed op som nummer seks blandt de navngivne selskaber.
Kunderne oplever i højere grad forsikringstjek i forbindelse med den seneste kontakt, og samtidig har Forsia Forsikring mere end genvundet sidste års fald i oplevelsen af pålidelighed og af, hvor nemt det er at være kunde.

FIGUR 2 Privatkundetilfredshed 2026



Læs mere om EPSI på:
https://www.epsi-denmark.org/

Eller følg os på LinkedIn

Kunderne savner hjælp, der tager udgangspunkt i deres behov.

Kontakten skal give mening for kunderne

Den løbende kontakt med kunderne har været et vigtigt fokus for mange forsikringsselskaber de seneste år. Årets undersøgelse peger dog på, at kunderne savner at selskaberne tager hånd om *deres* behov og følger op med *relevant* hjælp og information. Kunder, der har modtaget konkrete forslag eller tilbud, oplever selskabet som mere relevant proaktivt. Det peger på et potentiale i henvendelser, der tager afsæt i kundens situation.

»*Selskaberne skal vise, at de forstår kundernes behov. Det kan være ved at gøre opmærksom på en dækning, der bør tilpasses, følge op på en aftale eller forklare en ændring. Når hjælpen er relevant, bliver selskabets interesse konkret for kunden,*« siger Anders Schriver, EPSI Rating Danmark.

Gennemsigtighed gør prisstigninger lettere at acceptere

De seneste års prisstigninger sætter tilliden og tilfredsheden under pres. Men når kunderne får en god forklaring på en prisstigning, oplever de næsten lige så høj værdi for pengene, som kunder der ikke har oplevet markante prisstigninger. Oplevelsen af værdi er betydeligt lavere, når forklaringen mangler eller er utilstrækkelig.

«Når prisen stiger, skal kunden kunne forstå, hvad der ligger bag, og hvad ændringen betyder. En god kommunikation om dækning og selvrisiko kan samtidig give overblik over mulighederne. Her har selskaberne en konkret anledning til at vise, at de tager kundens spørgsmål og økonomi alvorligt,« siger Anders Schriver.

Forsikringstjek kan gøre rådgivningen nærværende

Rådgivningskvaliteten holder overordnet niveau, og et forsikringstjek er en oplagt anledning til at skabe overblik over kundens behov. Når familien, boligen eller arbejdslivet ændrer sig, kan en gennemgang afklare, om forsikringerne stadig passer. De kunder, som fik et forsikringstjek ved seneste kontakt, er generelt 10 indekspoint mere tilfredse, end de kunder, der ikke fik det.

»*Et godt forsikringstjek tager udgangspunkt i kundens liv og giver konkrete anbefalinger, som er til at forstå. Det kræver, at rådgiveren sætter sig ind i situationen og også gør opmærksom på dækninger, kunden kan undvære. Her kan selskabet vise, at det har kundens interesser for øje*,« siger Anders Schriver.

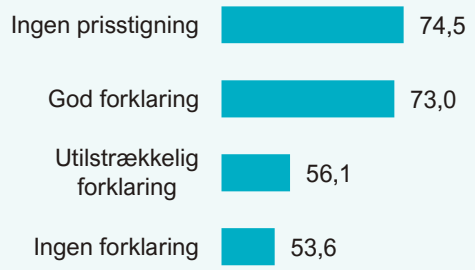
FIGUR 3 Relevant proaktivitet

Top 5 vurdering

1. Vestjylland Forsikring
2. Aros Forsikring
3. Alka
4. Popermo Forsikring
5. GF Forsikring

FIGUR 4 Forklaring på prisstigning

Værdi for pengene – efter forklaring



FIGUR 5 Forsikringstjek

Top 5 ja-andele ved seneste kontakt

1. Codan
2. Topdanmark
3. Tryg
4. Alka
5. Købstædernes Forsikring

EPSI tildeler medaljer til selskaber med meget tilfredse kunder.

Mest tilfredse kunder

Hvert år kårer EPSI Rating de aktører, som klarer sig bedst i vores målinger af kundetilfredshed. Vinderne i de enkelte brancher tildeles en medalje som et synligt bevis på, at de skaber ekstraordinær værdi for deres kunder. Igen i år går medaljen for 'Mest tilfredse privatkunder' i forsikringsbranchen til Vestjylland Forsikring, som med høje scores på både loyalitet, tillid og oplevet service ligger helt i top blandt de danske forsikringsselskaber.

Medaljer til selskaber med 'Meget tilfredse kunder'

Det er ikke kun selskaber med de mest tilfredse kunder, der bør hyldes: I EPSI Rating ved vi, at det kræver en dedikeret indsats at skabe og have meget tilfredse kunder.

Derfor indførte vi sidste år nye medaljer for at anerkende aktører, som opnår en særlig høj kundetilfredshedsscore på 75 eller derover. Med denne medalje kan endnu flere aktører blive anerkendt for deres arbejde med at skabe ekstraordinære kundeoplevelser.

I 2026 branchestudiet af private forsikringskunder er der seks selskaber, som har gjort sig fortjent til en medalje.

FIGUR 6 Vestjylland Forsikring vinder 'Mest tilfredse privatkunder' i forsikringsbranchen



FIGUR 7 Private forsikringsselskaber med 'Meget tilfredse kunder' 2026



Vores formål: At bidrage med indsigt, der kan lede til bedre kundeoplevelser

EPSI Ratings mission er at fremme bedre kundeoplevelser i Danmark og resten af Norden. Ved at måle og synliggøre kundetilfredshed på tværs af brancher hjælper vi både virksomheder og kunder med at forstå, hvad der skaber værdi i kunderejsen. Med medaljeordningen ønsker vi at inspirere hele branchen til at løfte kundeoplevelsen – ikke kun for at opnå bedre resultater i målingerne, men for at skabe mere tillid, kvalitet og nærvær i mødet mellem kunde og virksomhed.

Erhvervskundetilfredsheden står stille på brancheniveau.
Tryg går frem, mens Alm. Brand og Codan falder.

Erhvervskundetilfredshed er overordnet stabil

Erhvervskundernes tilfredshed med de danske forsikringsselskaber ligger samlet set på niveau med sidste år. Bag stabiliteten har udviklingen hos flere selskaber dog skiftet retning. Tryg går frem efter sidste års større tilbagegang, mens sidste års højdespringere, Alm. Brand og Codan, er på tilbagetog. Den løbende kunderelation er central for årets bevægelser. Alle navngivne selskaber ligger i år meget tæt i kundetilfredshed.

»*Erhvervskunderne skal kunne mærke, at selskabet forstår deres virksomhed og tager hånd om deres behov. Klar information og relevant rådgivning skal give overblik og gøre det lettere at træffe de rigtige valg om forsikringerne. Årets resultater understreger betydningen af at følge op og tage initiativ med brugbar hjælp, så kunderne oplever værdien af den løbende relation*,« siger Anders Schriver, EPSI Rating Danmark.

Fremgang hos Tryg og status quo hos Topdanmark

Hos Tryg følges den overordnede fremgang af et løft i netop den løbende service. Kunderne oplever mere relevant hjælp, føler sig bedre informeret og har fået en stærkere oplevelse af at være værdsat.

«*Trygs fremgang hænger sammen med et større kundefokus, som kunderne også mærker i den løbende service. De bliver i højere grad holdt opdateret med klar og relevant information, mens selskabet er blevet bedre til at tage initiativ med forslag og tilbud, der passer til kundernes behov,*« siger Anders Schriver, EPSI Rating Danmark.

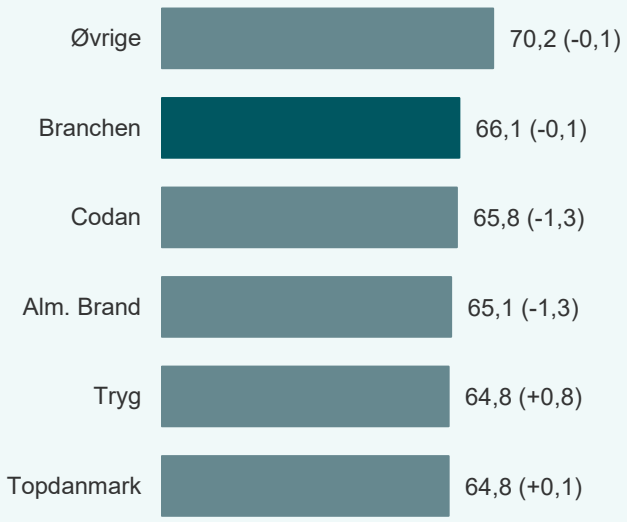
Kundetilfredsheden blandt Topdanmarks erhvervskunder er stabil ift. til sidste år. Kunderne føler sig i år bedre dækket og vurderer både rådgivningen og de digitale løsninger mere positivt.

Alm. Brand og Codan taber terræn

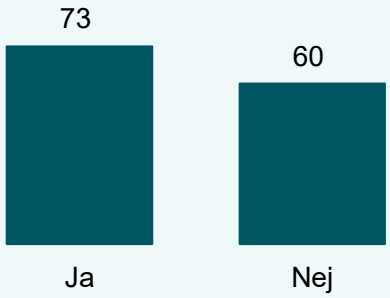
Hos Alm. Brand og Codan afløses sidste års to skridt frem af et enkelt skridt tilbage i år.

«*Hos Codan og Alm. Brand er den løbende kunderelation under pres. Kunderne oplever mindre kundefokus og relevant proaktivitet – udfordringer, der typisk følger med integrationen efter et opkøb. Særligt hos Codans kunder ser vi også et fald i tilfredsheden med de digitale løsninger,*« siger Anders Schriver.

FIGUR 8 Erhvervskundetilfredshed 2026



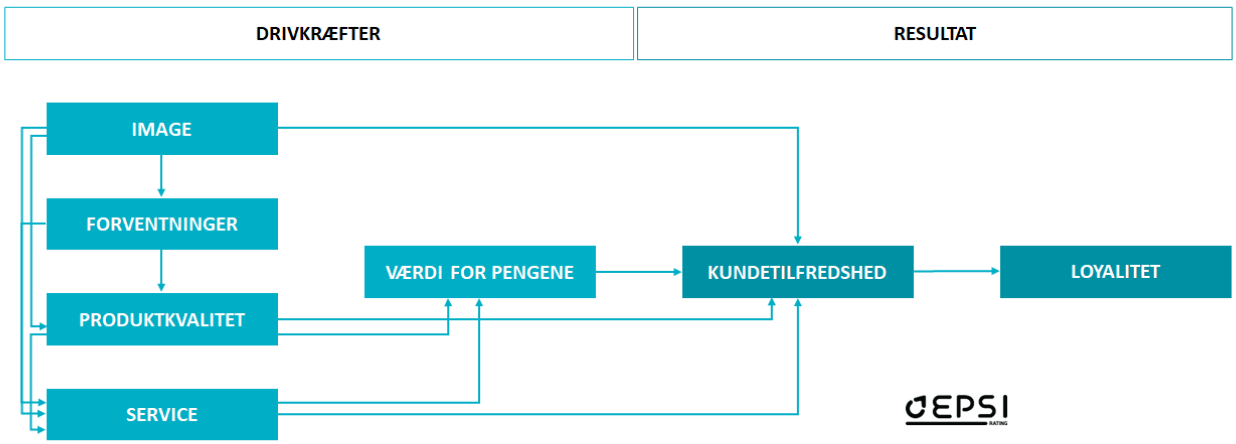
FIGUR 9 Kundetilfredshed splittet på 'Fik I et forsikringstjek ved jeres seneste kontakt?'



Forsikringstjek
Erhvervskundernes kundetilfredshed er i gennemsnit 13 indekspoint højere, hvis de har oplevet et forsikringstjek ved seneste kontakt. **Tryg** er det selskab, der har den højeste andel af forsikringstjek.

OM STUDIET

EPSI-modellen



Publiceringsdato

Branchestudiet publiceres den 2 november 2026 og inkluderer resultater på en lang række temaer direkte relateret til EPSI-modellen, men også bl.a. digitalisering, priser, bæredygtighed, kontakt, klager, tillid, relation mv.

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

EPSI's forsikringsstudie er i 2026 baseret på i alt 5.978 interviews blandt danske privat- og erhvervskunder med (primært) kundeforhold til et skadesforsikringsselskab.

Undersøgelsen af kundetilfredsheden blandt danske privatkunder er baseret på 4.783 interviews, mens den er baseret på 1.195 interviews blandt erhvervskunder. Interviewene er gennemført i perioden 20. august til 5. oktober af Norstat Danmark og Bilendi for EPSI Rating Danmark. Respondenterne i undersøgelsen af privatkunder er danskere i alderen 18-75 år, mens det for erhvervskunder er repræsentanter fra en virksomhed med kontor i Danmark.

Tilsvarende undersøgelser er gennemført i Sverige, Finland og Norge.

Resultater opgøres på en skala fra 0 til 100. Jo højere indeksværdi, 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.

Seneste EPSI SPECIAL:
Skadebehandling i forsikringsbranchen

Tidligere i år udkom vores EPSI Special om Skader i forsikringsbranchen. Vil I gerne høre mere, så kontakt Oscar Thykier, oscar.thykier@epsi.denmark.org.

- **Hvordan** oplever kunderne skadeforløbet hos deres forsikringsselskab?
- …og hvor stor forskel er der mellem selskaberne?
- **Hvornår** føler kunderne sig bedst hjulpet i skadeprocessen?
- …og hvordan vurderes de digitale løsninger i processen?
- Er kunderne tilfredse med **kommunikationen** undervejs i skadeforløbet?
- …og hvilke kontaktformer skaber tryghed?
- Hvordan påvirker skadeoplevelsen kundernes **samlede tilfredshed og loyalitet**?
- …og hvor stor er risikoen for, at en dårlig skadeoplevelse fører til opsigelse?
- Hvordan vurderes skadeprocessen, når den håndteres via **partnere** (fx værksteder, håndværkere eller taksatorer)?
- …og hvem "ejer" egentlig kundeoplevelsen i disse situationer?
- Hvad karakteriserer de **selskaber**, der klarer skadehåndteringen bedst?
- …og hvilke konkrete handlinger skaber de bedste kundeoplevelser?

