EPSI RATING

Klausuleret til mandag den 18. november kl. 08:00

ENERGI B2C

2024

Højere kundetilfredshed og tillid – den negative udvikling fra de seneste år er brudt. Selskaberne imødekommer kundernes forventninger og leverer på både digitale løsninger, servicekvalitet og samfundsansvar

Klausuleret til mandag den 18. november kl. 08:00

Positivt resultat: Tilliden til energiselskaberne stiger – og det samme gør kundetilfredsheden

Tilliden stiger – og det samme gør kundetilfredsheden. De seneste års deroute og negative udvikling er brudt, og de danske el-leverandører har i 2024 formået at løfte sig fra skyggen af meget høje priser og meget høje bonuslønninger.

I 2022 og 2023 var der i medierne mange historier om kunder, der havde svært ved at få råd til strøm – og selskaber der efterfølgende tjente mange penge på at levere strøm til danskerne. I 2024 har mediebilledet været mere positivt. Flere selskaber er blevet fremhævet for deres bæredygtighedsarbejde, og generelt er den øgede transparens kvitteret for af mange kunder. I EPSI Rating Danmarks seneste branchestudie for kundetilfredshed med de danske el-leverandører er der positive takter at spore for de fleste selskaber.

"Udviklingen er positiv og giver håb for fremtiden for branchen, der pludselig for et par år siden fik serveret den interesse, de ellers havde sukket efter, i en vaskeægte ketchup-effekt," siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

Fire udviklinger i studiet

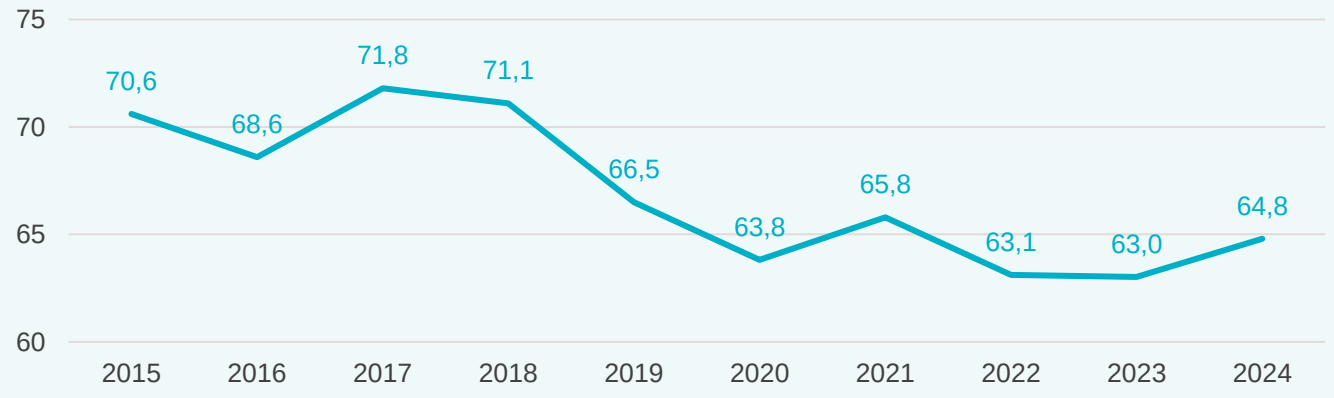
Øget konkurrence, gennemsigtighed og prisfald – De seneste år har vi set en intensiveret konkurrence blandt el-selskaberne, hvilket har medført en større grad af gennemsigtighed og også lavere priser for forbrugerne. På spørgsmålet 'regningen er overskuelig og let at forstå' stiger vurderingen på brancheniveau. Selskaberne er blevet bedre til at tydeliggøre, hvad kunderne får (strøm og selvbetjeningsløsninger) – og hvad de skal betale for det.

Fokus på grøn energi – El-selskaberne tilbyder i udstrakt grad grønne energiprodukter. Bæredygtig strøm via bl.a. vindmøller og solceller betyder noget for flere kunder – og vi ser en stigning i andelen, der har taget aktivt valg ift. deres el-aftale. Bevidstheden om miljøet fylder i stigende grad for særligt nogle kundesegmenter, og 53% ytrer ønske om selv at kunne vælge produktionskile. Og kunder, der har en el-bil, er særligt opmærksomme på, om de lades med grøn strøm – for dem bliver forbruget tydeliggjort for hver opladning.

Fokus på effektiv kundeservice og AI – El-leverandørerne har arbejdet på at forbedre deres kundeservice – både den service-mindede del, men naturligt også effektivisering heraf. Generelt er de kunder, der har benyttet selvbetjening (via app eller hjemmeside) signifikant mere tilfredse end dem, der ikke har. Og de er meget positive ift. brugervenligheden af de digitale løsninger. Men chatbots er endnu ikke blevet til en tilfredshedsskabende faktor for branchen som helhed (kunderne er mindre tilfredse, hvis de har brugt chatbot).

Øget tillid til sektoren – kundernes tillid til deres el-selskab og til branchen som helhed stiger signifikant i årets måling. Efter at have været for nedadgående siden 2020, er tendensen nu vendt. Kunderne kvitterer for den øgede transparens og det mere tydeligere samfundsansvar – to elementer, der begge medvirker til at drive tilliden op. Men for de kunder, der savner opfølgning på seneste kontakt, er tilliden i bund. Skuffede kunder er naturligt ikke de mest tillidsfulde.

FIGUR 1 Kundetilfredshed med danske el-selskaber 2015-2024



Klausuleret til mandag den 18. november kl. 08:00

OK har de mest tilfredse kunder, mens Aura og Andel Energi står for de største stigninger

Højeste kundetilfredshed hos OK

OK fastholder sin førsteplads med en flot kundetilfredshed på 73,9 – efter en stigning på 1,4 indekspoint.

*"**OK** holder fast i førstepladsen – og endda med en yderligere stigning i kundetilfredshed. Størstedelen af OK-kunderne angiver, at de har truffet et aktivt valg ift. deres el-aftale – og det virker i sig selv tilfredshedsskabende, at kunderne har sat sig ind i, hvad de har behov for. Samtidig kvitterer de for, at OK er bedst til 'både service- og produktkvalitet – her er både god service ved kontakt, men også den stærkeste relevante proaktivitet"* siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

Stærk Top 3

Top-3 er kendetegnet ved scores på over 72. Det er selskaber, der har fint tag i kunderne, og som leverer på både service og produktkvalitet. Top-3 består af OK, go'energi og SEF Energi – med Energi Fyn som nærmeste forfølger.

*"**go'energi** vinder på pålidelighed – deres fokus på service og relationen til kunderne ræsonnerer rigtig godt med deres kunders forventninger til dem. De er helt i top, når det kommer til vurdering af imødekommenhed og kompetence ifm. kontakt med selskabet."*

*"**SEF Energi** vurderes stærkt på bl.a. samfundsansvar – deres kunder har virkelig bemærket de tiltag, SEF-koncernen har foretaget vedr. fokus på bæredygtige løsninger. Og så vurderes de højest på spørgsmålet om, om de lever op til deres kunders forventninger. Det er stærkt – man kan ikke være god til alt, men man skal gerne levere på det, man lover…"* siger Sofie Breum.

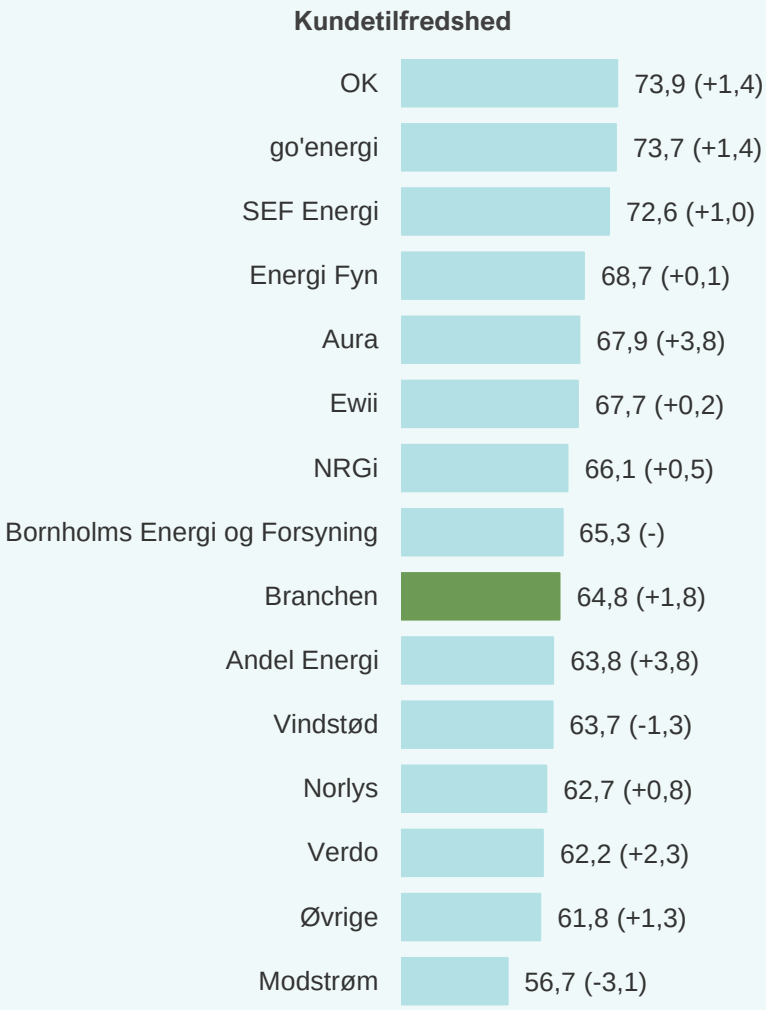
Størst fremgang hos Andel Energi og Aura

Andel Energi og Aura står begge for de største fremgange fra sidste studie til i år.

Andel Energi har fået rystet de negative historier om bonusser af sig, og kunderne er nu mere positive – med gode takter på bl.a. oplevet samfundsansvar, digitale løsninger og værdi for pengene.

Aura stiger særligt på servicekvaliteten i årets måling – de er bl.a. blevet bedre til at holde kunderne informeret om relevante ting vedr. deres kundeforhold.

FIGUR 2 Privatkundetilfredshed: El-leverandører 2024



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

Eller følg os på LinkedIn

Klausuleret til mandag den 18. november kl. 08:00

Selskaberne er lykkedes med at gøre regningerne nemmere at forstå

Relevant proaktivitet – en udfordring for branchen

Proaktivitet uden relevans er ligegyldig. Men relevant proaktivitet kan åbne op for en stærk loyalitet over for et selskab. For branchen som helhed er 'relevant proaktivitet' imidlertid fortsat en udfordring. Med en score på 46,1 (+0,3 ift. sidste år), er det ikke imponerende højder, el-selskaberne leverer relevant proaktivitet på.

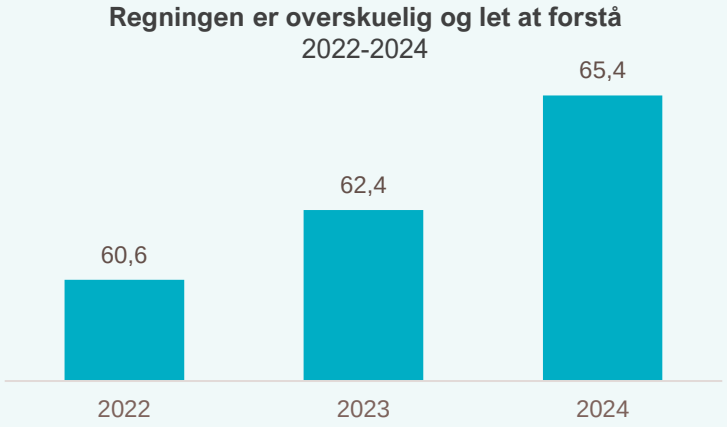
«OK er bedst i branchen, mens mange selskaber kæmper med at blive opfattet som relevant proaktive. Og det er interessant, at selskaberne er markant bedre til at tage fat i deres konkurrenters kunder end i deres egne kunder,» siger Sofie Breum.

Det seneste år er…
* 16% af kunderne er blevet kontaktet proaktivt af deres eget selskab.
* 42% er blevet kontaktet proaktivt af en anden el-leverandør.

FIGUR 3 Relevant proaktivitet

1. OK
2. Aura
3. SEF Energi
4. Energi Fyn
5. Ewii

FIGUR 4 Regningen er overskuelig og let at forstå



Regningen er blevet nemmere at forstå

Siden 2022 har mange selskaber arbejdet med regningen – dels for at leve op til de lovkrav, der er, og dels for at sikre, at kunderne kan forstå den.

Mange selskaber leverer efterhånden fint på denne parameter – OK, Ewii og Energi Fyn er i top-3.

«Hvis ikke kunderne kan gennemskue regningen, er der en stor risiko for, at de frygter at blive snydt. Og den følelse kan være starten på en ond spiral – hvor det bliver svært for selskaberne at få rettet op. Det er meget stærkere at kunne sende en letforståelig regning, så kunderne kan gennemskue prisen og derved få mulighed for at fokusere på andre ting, end om de mon bliver snydt,» siger Sofie Breum.

NØGLETAL Selvbetjening, Opfølgning og Loyalitet

77% Forventer at være kunde om et år
Spændet mellem laveste og højeste andel går fra 62% til 92%
– Bornholms Energi og Forsyning har højeste andel.

12% Savner opfølgning på kontakt
Andelene svinger fra 1% til 19%.
– SEF Energi har den laveste andel kunder, der savner opfølgning.

53% Interesse i at vælge produktionskilde
Andelene svinger fra 42% til 63%
– Vindstød har største andel.

64% Har brugt selvbetjening
Andelene svinger fra 45% til 77%.
– OK har den højeste andel.

Klausuleret til mandag den 18. november kl. 08:00

Kunderne oplever, at selskaberne tager et større samfundsansvar – tilliden til branchen stiger

Samfundsansvar

Energiselskabernes indsats i relation til ESG er tilbage på sporet. Siden 2020 har tendensen været nedadgående – men 2024 blev altså året, hvor vi nu ser et knæk på kurven – og forhåbentlig en fremgang fremadrettet. Mange selskaber er tilbage på sporet og leverer pæne stigninger og scores på ESG- og samfundsansvarsrelaterede spørgsmål.

«Samfundsansvar er centralt for mange danskere, når de vurderer deres selskaber – og ikke mindst når det vurderes FOR lavt, kan det koste kunder,« siger Sofie Breum, EPSI Rating Danmark.

Bæredygtighedsindeks

EPSI's bæredygtighedsindeks stiller skarpt på "bæredygtig vækst" i en kortsigtet verden og udspringer af et stort forskningsarbejde mellem en række professorer og ph.d.-studerende (ligesom EPSI-modellen for kundetilfredshed).

Samfundsansvar er et af de vigtigste parametre for bæredygtighedsindekset og stigningen her er blandt forklaringerne på, hvorfor branchen som helhed stiger – på trods af, at spørgsmålet er lavest vurderet inden for Bærdygtighedsindekset.

Opdelt på hhv. E, S og G, er der forskellige topplaceringer:

E: Vindstød, OK, go'energi

S: SEF Energi, OK, go'energi

G: go'energi, OK, Aura

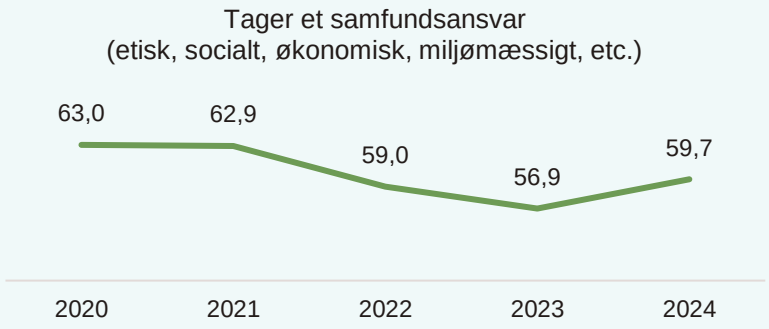
Tillid

Tilliden til eget selskab – og i endnu højere grad til el-branchen i Danmark – stiger i årets måling.

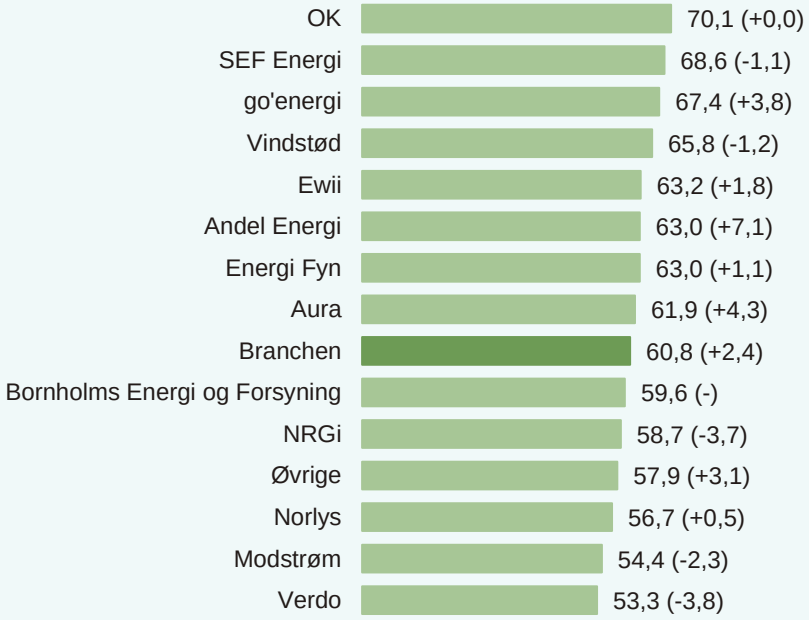
Det meget unormale år 2022 og det efterfølgende år 2023 med historier om overnormale bonusser kostede på tilliden til selskaberne. Men i takt med, at de får lukket ned for de dårlige historier og til gengæld leverer på kerneopgaven på en stabil og transparent måde, stiger tilliden igen.

«Der er positive takter – og tillid er fundamentet for, at man rigtig kan skabe gode relationer til kunderne,« siger Sofie Breum.

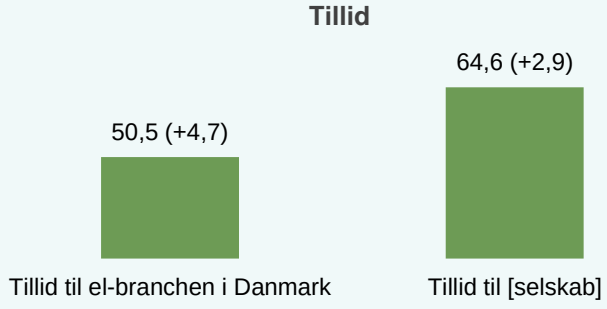
FIGUR 5 Samfundsansvar



FIGUR 6 Bæredygtighedsindeks 2024



FIGUR 7 Tillid til eget selskab og tillid til branchen



Klausuleret til mandag den 18. november kl. 08:00

Citater om selskaberne – til pressen

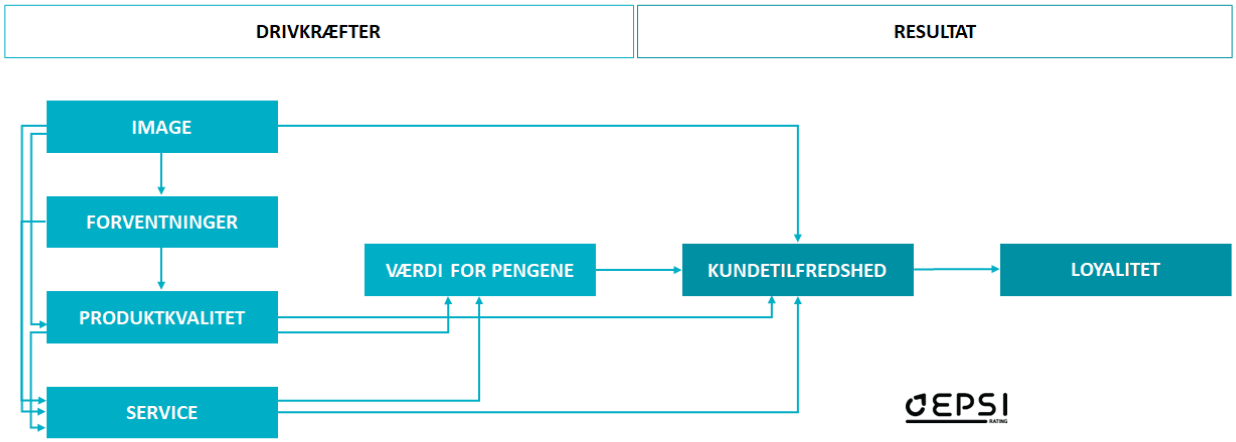
Privatkunder (B2C)	
Andel Energi	*»**Andel Energi** har fået rystet de negative historier om bonusser af sig, og kunderne er nu mere positive – med gode takter på bl.a. oplevet samfundsansvar, digitale løsninger og værdi for pengene. De kunder, der aktivt har tilvalgt Andel Energi, er signifikant mere tilfredse end dem, der ikke har (som fx har overtaget en el-aftale ifm. køb af bolig). Her er der potentiale i at gå efter dem, som endnu ikke har tilvalgt Andel Energi aktivt med mere proaktiv information og kommunikation,«*
Aura	*»58% af kunderne hos **Aura** har besøgt deres hjemmeside. De er signifikant mere tilfredse – det er det selskab, hvor der er størst forskel i tilfredshed afhængigt af, om kunderne har været online og forholde sig til deres univers. Muligvis i sammenhæng hermed ser vi, at Aura har den næsthøjeste tilfredshed blandt selskaberne, når vi zoomer ind på nye kunder (som har været kunde hos deres selskab det seneste år),« [nye kunder har mere sandsynligt været på hjemmesiden end kunder med flere års anciennitet, red.]*
Bornholms Energi og Forsyning	*»**Bornholms Energi og Forsynings** kunder er meget positive ift. vurdering af svartid og imødekommenhed i kundeservice. Til gengæld er regningen og de digitale løsninger to potentielle fokusområde for dem fremadrettet – her vurderes de lavere end mange af konkurrenterne,«*
Energi Fyn	*»**Energi Fyn** er helt i top på deres informationsflow til kunderne (fx nyhedsbreve) – kunderne føler sig holdt godt informeret. Energi Fyn stiger meget på den oplevede gennemskuelighed af regningen – et område, der var en udfordring sidste år, men som de tydeligvis har fået håndteret,«*
Ewii	*»**Ewii** er meget stabile i forhold til sidste år. Men de stiger flot på samfundsansvar, mens gennemskuelighed af regningen og konkurrencedygtighed falder i vurdering,«*
go'energi	*»**go'energi** vinder på pålidelighed – deres fokus på service og relationen til kunderne ræsonnerer rigtig godt med deres kunders forventninger til dem. De er helt i top, når det kommer til vurdering af imødekommenhed og kompetence ifm. kontakt med selskabet. Samtidig er de det selskab, der stiger mest på oplevet konkurrencedygtighed sammenlignet med sidste år,«*
Modstrøm	*»**Modstrøm** er blandt de bedste til proaktiv kontakt – og det virker godt på kunderne. Desværre ser vi i år store fald i bl.a. kundernes opfattelse af, om det er nemt at gennemskue regningen og om de oplever, at deres el-aftale passer til dem – det koster på kundetilfredsheden i sidste ende,«*
Norlys	*»**Norlys** går lidt frem på kundetilfredshed, og særligt på vurderingen af om deres regning er overskuelig og let at forstå. Der er et potentiale i opfølgning på kontakt for Norlys – det savner en større andel af deres kunder… De kunder, der har en el-bil, er mest tilfredse – og særligt kunder, der har en ladestander/ladeboks derhjemme, er tilfredse.,«*
NRGi	*»**NRGi-kunder**, der har forholdt sig til deres regning, er signifikant mere tilfredse end dem, der ikke har. Generelt betyder det meget for kunderne hos NRGi, at der er et stort kundefokus – og her stiger NRGi i vurderingen, hvor mange i branchen ellers er faldet det seneste år. I forlængelse heraf, er NRGi stærke til opfølgning på kontakt (kun 2% savner den – til sammenligning er det 19% hos "Øvrige", der savner opfølgning. ,«*
OK	*»**OK** holder fast i førstepladsen – og endda med en yderligere stigning i kundetilfredshed. Størstedelen af OK-kunderne angiver, at de har truffet et aktivt valg ift. deres el-aftale – og det virker i sig selv tilfredshedsskabende, at kunderne har sat sig ind i, hvad de har behov for. Samtidig kvitterer de for, at OK er bedst til både service- og produktkvalitet – her er der både god service ved kontakt, men også den stærkeste relevante proaktivitet,«*
SEF Energi	*»**SEF Energi** vurderes stærkt på bl.a. samfundsansvar – deres kunder har virkelig bemærket de tiltag, SEF-koncernen har foretaget vedr. fokus på bæredygtige løsninger. Og så vurderes de højest på spørgsmålet om, om de lever op til deres kunders forventninger. Det er stærkt – man kan ikke være god til alt, men man skal gerne levere på det, man lover. Det kan også ses i relation til, at SEF Energi er det selskab, der har færrest skuffede kunder efter endt kontakt (kun 1% angiver, at SEF Energi burde have fulgt op efter seneste kontakt, men ikke gjort det). Det er super stærkt – den andel er helt oppe på 19% for "Øvrige" til sammenligning,«*
Verdo	*»**Verdo** stiger flot på kundetilfredshed. Mere end seks ud af ti kunder har brugt Verdos selvbetjeningsløsninger. De er signifikant mere tilfredse end de kunder, der ikke har. Verdo er ved at have lagt varme-sagen bag sig. Det er super godt, for de har gang i mange gode ting, som kunderne kvitterer for,«*
Vindstød	*»**Vindstød** vurderes i top på E (Environment i ESG). Kunderne oplever altså, at der er et stort fokus på grøn energi,«*

…siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark

Klausuleret til mandag den 18. november kl. 08:00

OM STUDIET

EPSI-modellen



Publiceringsdato

Branchestudiet publiceres 18. november 2024 og inkluderer resultater på en lang række temaer direkte relateret til EPSI-modellen, men også relevante temaer som digitalisering, 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 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 3.525 interviews med danske privatkunder. Interviewene er foretaget som både telefoninterviews og webinterviews i perioden 4. september til og med 20. 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 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.