



PENSJONSSKAPENE

2023

HVOR FORNØYDE ER PENSJONSKUNDENE I
NORGE?

BEDRING FOR PENSJONSLEVERANDØRENE, MEN USIKKERHET OG LITE KUNNSKAP GJØR AT BEGEISTRINGEN UTEBLIR

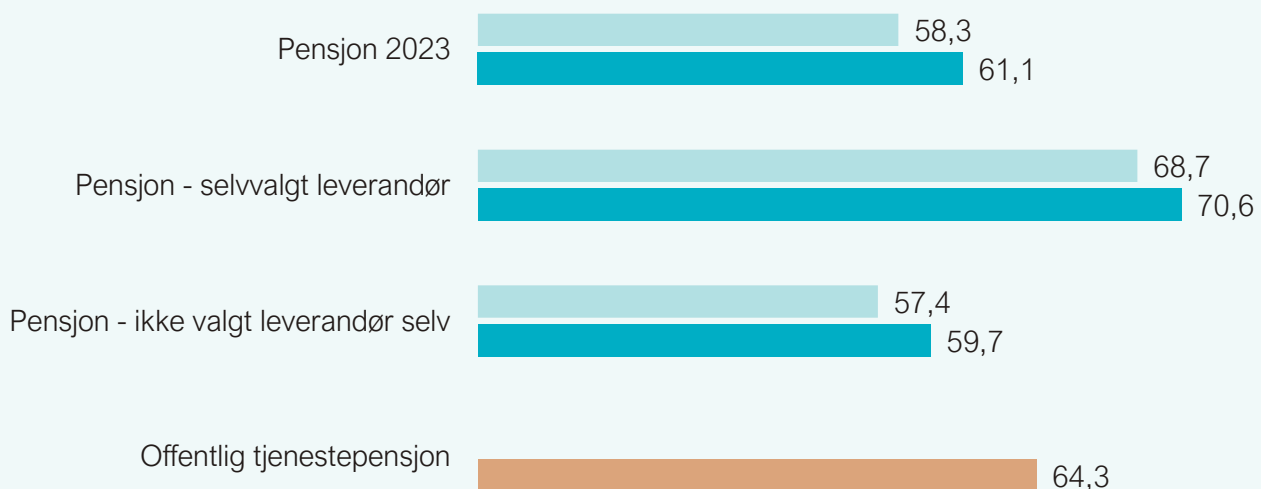
Det har de siste årene skjedd betydelige endringer i det norske pensjonssystemet. I privat sektor har det vært en massiv overgang fra ytelsesordninger til innskuddsordninger. Videre har arbeidstakere i privat sektor fått en egen pensjonskonto der pensjonsopptjening fra innskuddspensjonsordninger er samlet. Hovedpoenget med dette var å gjøre pensjonen mer oversiktlig, men også gjøre det mulig for arbeidstakerne å velge sin egen pensjonsleverandør. I tillegg er det innført regler om pensjon fra første krone.

For mange virker pensjonstilværelsen fjern, noe som fører til at arbeidstakere ofte velger å nedprioritere dette i en ellers hektisk hverdag. Men pensjonssparing er viktig for den enkelte arbeidstaker, for de valgene pensjonskundene tar gjennom arbeidslivet har mye å si for hvordan hverdagen blir som pensjonist. Det er derfor avgjørende at arbeidstakerne blir mer bevisste omkring sin pensjonssparing, for ansvaret for tjenstepensjonen i større grad enn tidligere er lagt over på den enkelte arbeidstaker. For å få bedre innsikt i hva arbeidstakerne tenker og mener om pensjon og sine pensjonsselskaper har EPSI Norge gjennomført en ny kundetilfredshetsundersøkelse blant personer som jobber i privat sektor. På toppen av dette har vi dessuten gjennomført en tilleggsmåling blant arbeidstakere med offentlig tjenstepensjon.

FIGUR 1 Kundetilfredshet pensjon privat sektor

Nytt av året er at tilsvarende kundetilfredshetsskår også er innhentet for offentlig tjenstepensjon.

■ 2022
■ 2023



NØKKELTALL Pensjonsstudien 2023

46%

Opplever det som enkelt å komme i kontakt med sin leverandør med tanke på pensjon

68%

Av arbeidstakerne føler seg mer eller mindre usikre på om det er «penger nok» når de går av med pensjon.

50%

Oppgir at de får tilsendt nyhetsbrev fra sitt pensjonsselskap (opp fra 46% i fjor)

48%

Opplever at leverandørene gir god valgfrihet av fond og pensjonsalternativer. Opp 6 prosentpoeng fra i fjor

Oppgang i tilfredsheten

Totalt sett viser EPSI målingen en positiv utvikling i kundetilfredsheten blant leverandørene av privat tjenestepensjon. Den samlede tilfredshetsscoren for bransjen stiger med 2,8 poeng til 61,1 poeng, noe som er et signal om en noe sterkere bevissthet og fokus på pensjon. Likevel er kundetilfredsheten fortsatt på et relativt lavt nivå sett opp mot en rekke andre bransjer EPSI måler. Vi tolker allikevel den relativt svake tilbakemeldingen mer som et tegn på manglende engasjement, og i mindre grad et signal på at mange er misfornøyde. Når det er sagt, bør pensjonsselskapene ha ambisjoner om å styrke kundeopplevelsen omkring pensjon videre i årene som kommer. Det vil være gunstig for oss alle.

Økt interesse for pensjon

Sammen med at tilfredsheten stiger viser studien at pensjonskundene er blitt noe mer aktive i forhold til deres pensjonssparing enn for ett år siden. Resultatene tyder på at flere har sjekket sin pensjonssparing, flere har brukt pensjonskalkulator, flere følger med på utviklingen i sin sparing, og flere virker til å snakke om pensjon enn hva tilfellet var for ett år siden. I sum opplever arbeidstakerne i privat sektor at de har fått en noe bedre forståelse av pensjonssparingen over det siste året.

Til tross for en viss positiv utvikling er det samtidig viktig å nevne at snittkunden ikke har satt seg spesielt godt inn i sin pensjon. Mange svarer «vet ikke» på en god del sentrale spørsmål i denne undersøkelsen, noe som vitner om at pensjonssparing er noe mange har et passivt forhold til. Tilbakemeldingene tyder dessuten på at mange fortsatt er ganske lite opptatte av pensjon, og velger nok i altfor stor grad å skyve viktige avgjørelser angående pensjon foran seg. Det er med andre ord store forbedringsmuligheter, noe pensjonsselskapene må jobbe aktivt med i årene som kommer.

Egen pensjonskonto

Fra 1.januar 2021 fikk de som har innskuddspensjon en egen pensjonskonto hvor all pensjon samles. Det betyr at «egen pensjonskonto» enten kan være hos arbeidsgivers pensjonsleverandør eller hos en selvvalgt leverandør. I år som i fjor oppgir omtrent halvparten av respondentene at de er kjent med muligheten for å flytte "egen pensjonskonto". Dette tyder på at det fortsatt er et potensial for økt informasjonsformidling rundt dette. Målingen viser videre at kun et mindretall av pensjonskundene faktisk har valgt å flytte kontoen.

Om vi ser nærmere på de som svarer at de har valgt en annen pensjonsleverandør enn den arbeidsgiver har avtale med, viser analysen at disse kundene jevnt over har en bedre forståelse av pensjonen, de følger verdiutviklingen tettere, og er i sum klart mer tilfredse med pensjonsleverandøren enn de som ikke har tatt et aktivt valg om å flytte pensjonen.

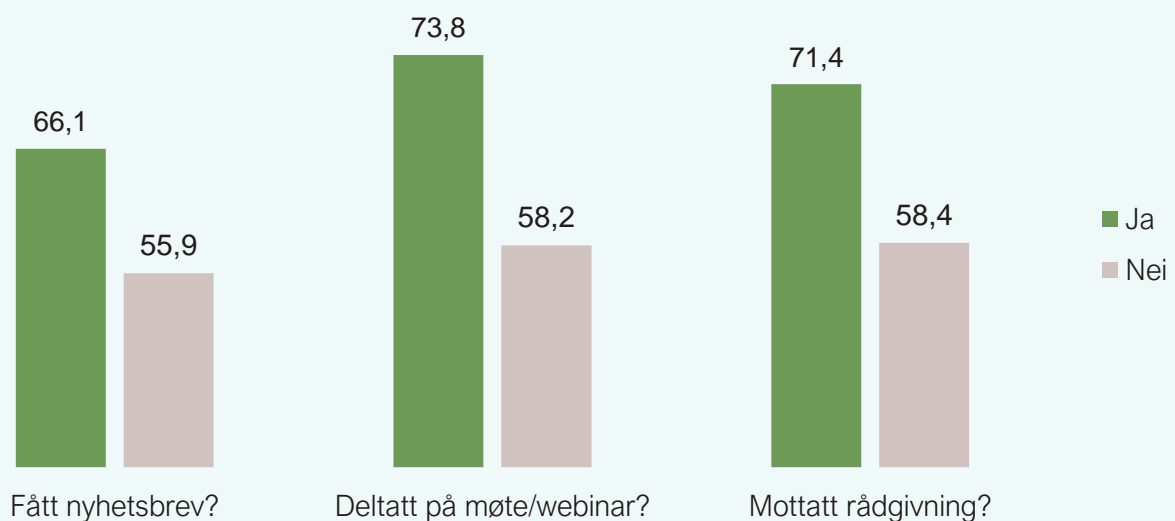
God kommunikasjon er avgjørende

Mange av oss opplever pensjon som komplisert og vanskelig å forstå, og i og med at kunnskapsnivået om pensjon jevnt over er langt fra godt nok vil kundekommunikasjon stå sentralt i arbeidet med å styrke kundeopplevelsen. Det at det i årets måling er flere som svarer at de har mottatt informasjon enn hva som var tilfellet i fjor er positivt. Studien viser tydelig at de av kundene som svarer at de har mottatt informasjon fra sine leverandører er vesentlig mer tilfredse enn de som ikke har fått informasjon. Analysen avslører dessuten at de av kundene som mottar informasjon, enten gjennom nyhetsbrev, direkte kontakt eller webinarer, også oppgir at de kan mer om pensjon. Dette tyder på at pensjonsleverandørene lykkes med kunnskapsformidlingen, og at det er et stort potensial om aktørene når ut til enda flere av deres kunder.

Kundekontakt

Studien viser at omtrent hver femte pensjonskunde har vært i kontakt med deres pensjonsselskap i løpet av det siste året. Dette nivået er omtrent det samme som i fjor. Imidlertid viser målingen at det opplevde servicenivået har bedret seg over det siste året. Mens vi i fjor avdekket et tydelig svakere servicenivå blant pensjonsselskapene enn blant banker og forsikringselskap, viser årets måling at denne forskjellen har blitt betydelig mindre. Denne serviceopplevelsen er naturligvis med på å prege helhetsinntrykket, og som i fjor viser også denne studien at de som har hatt kontakt med pensjonsleverandørene er mer fornøyde enn de som ikke har vært i kontakt.

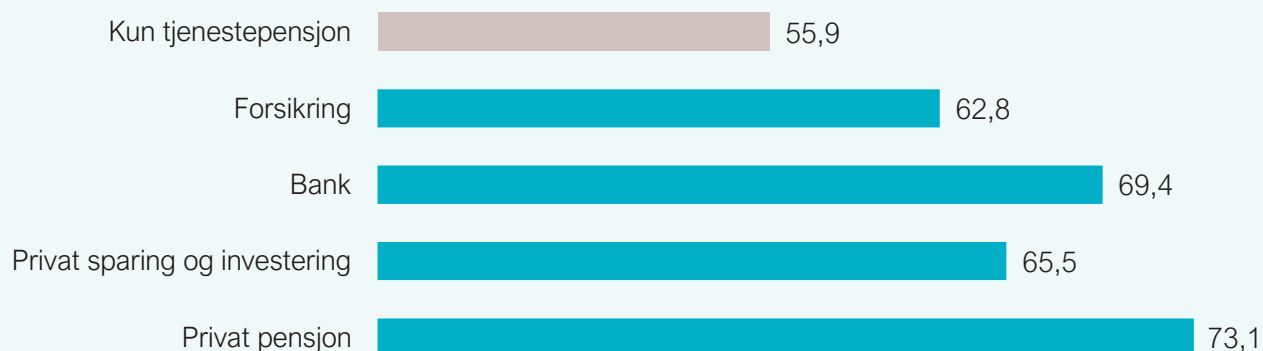
FIGUR 2 Kundetilfredshet avhengig av kontakt og informasjon



Kunder på flere områder

Undersøkelsen avdekker videre at pensjonskunder som også har et kundeforhold på andre områder innen samme konsern (for eksempel bank, forsikring eller annen sparing), uttrykker en betydelig høyere kundetilfredshet enn de som ene og alene er pensjonskunde. Denne effekten av totalkundeforhold ses også i andre bransjer EPSI måler, men fremstår viktigere i en bransje hvor mange kunder har et relativt passivt forhold til deres leverandører. Dette viser viktigheten av å tenke helhetlig i kundearbeidet, for en positiv kundeopplevelse med andre produkter og tjenester bidrar til et godt helhetsinntrykk. Dette stiller også krav til at leverandørene kan tilby tjenester, produkter og service som er godt integrerte med hverandre slik kundenes hverdag blir så enkel som mulig.

FIGUR 3 Har du et kundeforhold til {XX} også på andre områder? Kundetilfredshet



Demografi

Gjennom undersøkelsen samles det også inn en del informasjon om respondentene i forhold til alder, kjønn, bosted og så videre. I denne målingen ser vi ingen større forskjell i kundetilfredsheten i forhold til hvor man bor (SSBs sentralitetsindeks), ei heller når det gjelder alder på kundene. Dog viser analysen et interessant funn i forhold til kjønn. Studien viser nemlig at menn og kvinner omtrent er like tilfredse med sine pensjonsselskaper. Dette er et litt uvanlig resultat, da kvinner ofte uttrykker en høyere kundetilfredshet i EPSI sine målinger enn menn. Ser man nærmere på tallene ses det at det trolig er en god grunn til dette. Analysen viser at menn virker å ha et noe mer aktivt forhold til sin pensjon enn kvinner, både i form av å faktisk logge seg inn i pensjonsportalene, men også i det å delta på rådgivningsmøter rundt temaet. I sum ses det også at andelen kvinner som føler seg trygg på at det er «penger nok» til pensjon er tydelig lavere enn blant menn.

I tillegg til dette kommer det frem at utdanningsnivået til respondentene bidrar til interessant innsikt. Arbeidstakere med høyere utdanning oppgir at de har en høyere kunnskap om pensjon og er generelt sett mer fornøyd med sin pensjonsleverandør enn de uten høyere utdanning. Vi ser også at de som har høyere utdanning i større grad har valgt å flytte pensjonskontoen til en annen leverandør enn den arbeidsgiver har valgt. Dette funnet understreker betydningen av kunnskapsformidling til alle kundesegmenter, spesielt de uten høyere utdanning i og med at de oppgir å ha et lavere kunnskapsnivå om pensjon.

SpareBank 1 på topp

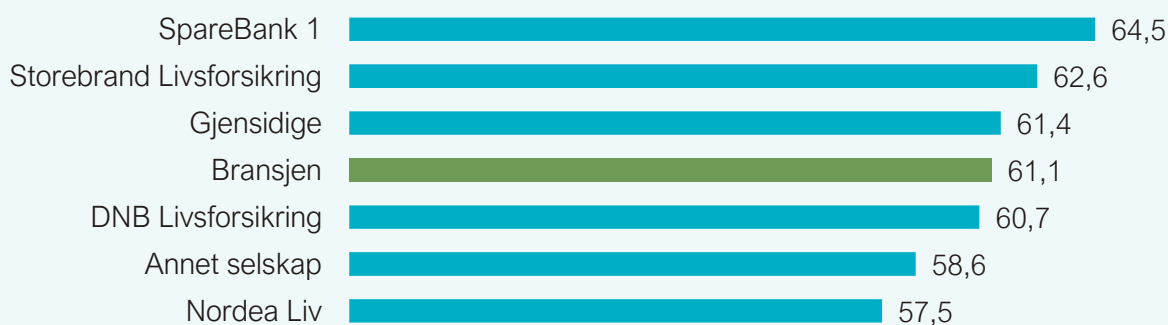
Samlet sett vitner årets bransjeanalyse om en positiv utvikling for pensjonsselskapene i privat sektor. Kundene har en bedre forståelse av pensjon, og de er noe mer engasjerte og tilfredse. Kundene opplever dessuten at pensjonsleverandørene har blitt bedre på å skape meravkastning på deres pensjon. Likevel er en bransjeskår på 61,1 fortsatt et signal om at det er store forbedringsmuligheter. Om vi sammenligner de norske resultatene med tilsvarende studie i Sverige, så er det tydelig at «Medel Svensson» er vesentlig mer fornøyd med sin pensjonssparing enn Ola og Kari Nordmann.

Som i fjor avdekker også årets måling relativt homogene resultater mellom de målte aktørene. Av de pensjonsselskapene som er målt i denne undersøkelsen er det SpareBank 1 som får de beste tilbakemeldingene, mens Nordea Liv kommer på bunn.

I følge kundene fremstår SpareBank 1 som et pålitelig selskap som forvalter deres pensjon på en ansvarlig måte. SpareBank 1 har gode digitale løsninger, og er jevnt over et pensjonsselskap det er enkelt å ha med å gjøre. Nordea Liv sin tilbakemelding er omtrent på nivå med i fjor, men faller relativt sett i og med at bransjen for øvrig går noe fram. Nordea Liv oppleves som et pålitelig og trygt valg, men kundene etterlyser mer proaktivitet. Dessuten henger Nordea noe etter både i digitaliseringsarbeidet og det å informere kundene om deres bærekraftsarbeid.

Alt i alt har pensjonsselskapenes arbeid både igjennom sine bedriftskunder og direkte med pensjonssparerne båret frukter. Arbeidstakerne opplever at pensjonsselskapene har blitt bedre til å synliggjøre pensjonsordningen de har, og flere mener nå at pensjonsordningen er med på å gjøre arbeidsplassen mer attraktiv. Analysen viser dessuten at en god pensjonsordning er blitt et viktigere kriterium for et eventuelt jobbskifte. Bransjen har allikevel en stor jobb å gjøre når det gjelder å sette pensjon høyere opp på dagsorden, men ved å fortsette å investere i kommunikasjon, kunnskapsformidling, kundeservice og gode digitale løsninger bør pensjonsleverandørene kunne nå langt høyere kundetilfredshet og lojalitet.

FIGUR 1 Samlet rangering Kundetilfredshet



Offentlig tjenestepensjon

I forbindelse med årets måling av pensjonsleverandørene i privat sektor, har EPSI i år gjennomført en tilleggsmåling for å undersøke den generelle tilfredsheten med offentlig tjenestepensjon. Denne studien viser at tilfredsheten med de offentlige tjenestepensjonsleverandørene (Statens Pensjonskasse, KLP, Oslo Pensjonskasse m.fl) i snitt ligger noe høyere enn hva som er tilfellet er for tjenestepensjon i det private. Kunnskapen om pensjon blant arbeidstakere i offentlig sektor er også på et relativt lavt nivå, men det kommer fram at en høyere andel av de som jobber i offentlig sektor oppgir at pensjonssparingen deres er tilstrekkelig til at det er «penger nok» den dagen de går av med pensjon. Uansett, god informasjon og kunnskapsformidling vil også være viktig innen offentlig tjenestepensjon.

OM EPSI RATING OG PENSJONSSTUDIEN 2023

EPSI Rating er en leverandør av uavhengige kundetilfredshetsanalyser, og er en ekstern revisor av kundemassen. EPSI samler inn, analyserer og formidler informasjon om kunders forventninger, opplevd kvalitet og verdivurdering av produkter og tjenester. Det norske selskapet er en del av EPSI Rating Group som gjennomfører kundetilfredshetsstudier i hele Norden og i flere andre europeiske land. I Sverige jobber vi under navnet Svenskt Kvalitetsindex – SKI.

Hvordan beregnes kundetilfredsheten?

EPSI studiene er erfaringsbaserte målinger der de faktiske kundene intervjues angående deres kundeopplevelse. EPSIs modellanalyse, som er utviklet ved Handelshøgskolen i Stockholm, ligger til grunn for målingen. Modellanalysen henter frem informasjon og innsikt i forhold til hvem som er tilfredse eller utilfredse, og hva som skal til for å opprettholde og styrke kundetilfredsheten.

Den helhetlige analysen av brukeropplevelsen presenteres i en bransjerapport og i tilhørende presentasjoner for bedrifter som ønsker det. I tillegg til kundetilfredshet og kundelojalitet måler EPSI også fem andre områder (aspekter) som bidrar til å forklare hva som gjør kunder tilfredse og lojale. Hvert aspekt består av et antall underliggende spørsmål. Figuren nedenfor viser de aspekter som EPSI-modellen bygger på.

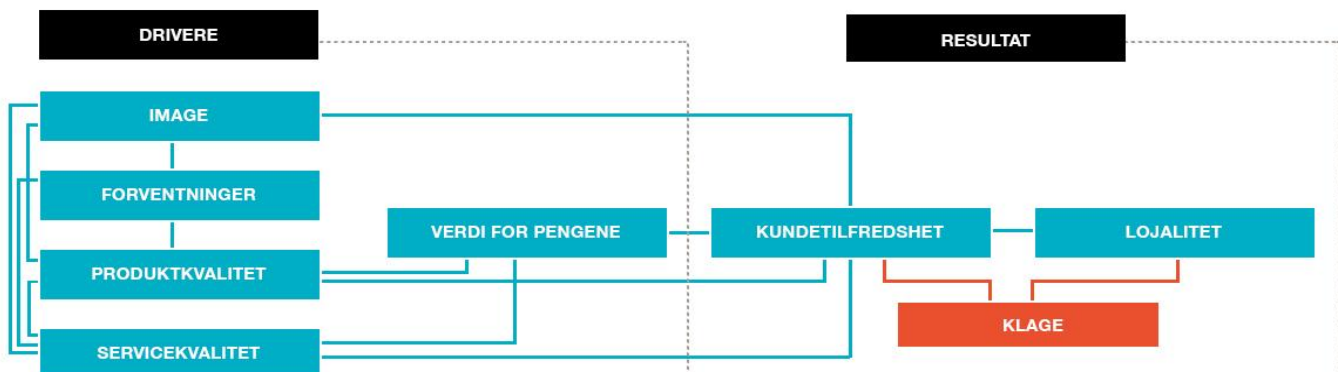
Om pensjonsstudien 2023

Feltarbeidet er gjort av EPSI/Norstat i perioden fra 11/05 til 10/06. Totalt er det gjennomført nesten 1000 intervjuer med personer som jobber i privat sektor og drøyt 400 intervjuer med personer som jobber i offentlig sektor. Spørreskjemaet inneholder ca. 60 spørsmål, og flertallet av spørsmålene besvares på en skala fra 1-10 der 1 er dårligst og 10 er best. Generelt sett så har bransjer og bedrifter med en kundetilfredshetsskår under 60 store vanskeligheter med å motivere kundene til å bli, mens resultater over 75 peker på en sterk relasjon mellom leverandør og kunde. Videre kan man si at forskjeller på 2,5 indekspoeng eller mer er signifikante.

For mer informasjon, ta kontakt med:

Fredrik Høst Daglig leder EPSI Rating Norge

- fredrik.host@epsi-norway.org
- +47 48 86 76 01



 EPSI

 RATING