



STRØMSELSKAPENE 2022

HVOR FORNØYDE ER STRØMKUNDENE I
NORGE?

HVA SVARER KUNDENE NÅR DE FÅR SETTE KARAKTER PÅ SINE STRØMSELSKAPER? HER ER KUNDENES DOM

Strømprisene har i løpet av 2022 nådd historisk høye nivåer i nesten hele Norge, og skapt store utfordringer for både privatpersoner og næringslivet. Dette har gjort strøm, krafteksport og energikrise til et hett politisk tema som har preget nyhetsbildet det siste året. Strømkrisen har vist hvor avhengige vi er av stabil tilgang på strøm til overkommelige og forutsigbare priser.

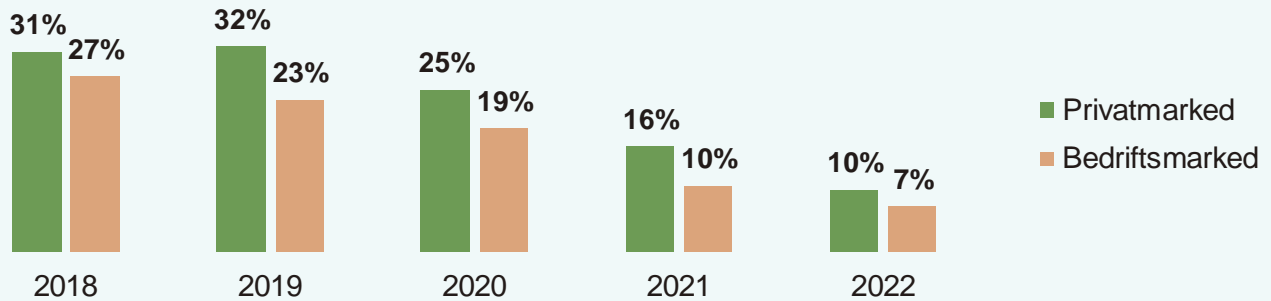
Energikrisen har gjort strøm til et høyaktuelt tema ute i husholdningene og i bedriftene. Strømpriser og strømvtales diskuteres i langt større grad enn før, og det å snakke om strøm har blitt like vanlig som å snakke om været. Dette har ført til at både kompetansen om og engasjementet rundt strømmarkedet og strømvtales har styrket seg betraktelig. De aller fleste kundene vet nå hvilken strømvtale de har og hvor mye strøm de forbruker, noe som ikke var tilfellet bare for 2 – 3 år siden. De rekordhøye strømprisene har dessuten ført til en helt ny bevissthet rundt strømsparing, energieffektivisering, strømeksport, fyllingsgrad og til og med dusjkalkulatorer. Kort fortalt har strøm over de siste par årene gått fra å være et lavinteresse produkt til nå å være høyinteresse. Men hvilken effekt har denne utviklingen hatt på kundenes tilfredshet med kraftleverandørene? Er kundene fornøyd med strømselskapet deres? Vi har intervjuet nesten 2700 privat- og bedriftskunder rundt om i Norge og funnet ut at svaret er både og.

FIGUR 1 Kundetilfredshet kraftleverandørene 2010-2022

■ Privatmarked ■ Bedriftsmarked



FIGUR 2 Andel kunder som oppgir at de ikke vet hvilken strømvtaale de har



Husholdningene mer fornøyde, bedriftene mindre fornøyde

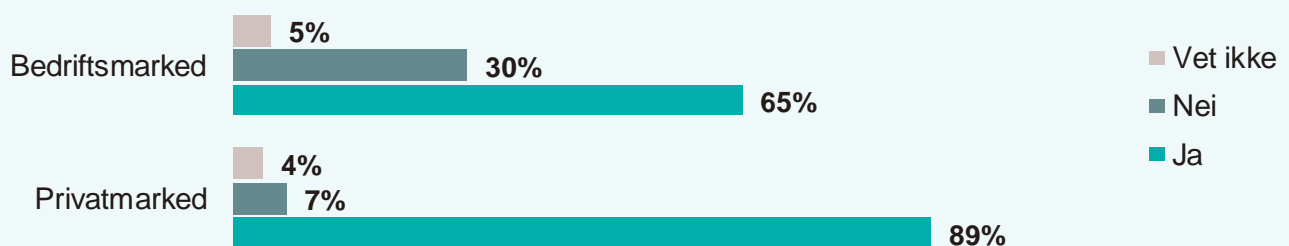
Årets kundeundersøkelse viser at privatkundene er noe mer fornøyde enn i fjor, mens tilfredsheten ute blant bedriftene fortsetter å falle. Innføringen av strømstøtte-ordninger er nok en av årsakene til at segmentene utvikler seg forskjellig. For mens strømstøtte-ordningen for norske husholdninger ble innført desember 2021, kom regjeringens tiltakspakke for næringslivet, som kun gjelder for strømintensive bedrifter, på plass høsten 2022. Videre er det viktig å legge til at kundetilfredsheten varierer en hel del mellom landsdelene. Norge er inndelt i fem strømregioner, og analysen viser klart at strømkunder som tilhører region øst, vest og sør er mindre tilfredse enn kunder som tilhører region midt og særlig region nord. Det at det har vært store forskjeller mellom strømprisene nord og sør i landet viser at strømprisen har mye å si for kundeopplevelsen.

Strømstøtte

EPSI undersøkelsen viser at 9 av 10 privatkunder og 2 av 3 bedrifter er kjent med strømstøtteordningen. Selv om de aller fleste privatkundene kjenner til ordningen svarer halvparten av de spurte at de har liten eller ingen kunnskap om den. Forståelsen av strømstøtten har i følge studien også en tydelig innvirkning på kundetilfredsheten. Ikke overraskende er kunder som har satt seg godt inn i dette vesentlig mer fornøyde med sine kraftleverandører enn de som ikke har det.

Selv om strømselskapene ikke er ansvarlige for støtteordningen, er det viktig at leverandørene informerer kundene sine om ordningen. Tilbakemeldingen tilsier at samtlige strømselskaper her har en jobb å gjøre. Kun 16% av husholdningene og 17% av bedriftene opplever at deres strømlleverandør har informert dem om dette på en god måte. Det er samtidig verdt å notere seg at strømkunder som føler de er blitt godt informert om støtteordningen er betydelig mer fornøyde enn de som ikke er det.

FIGUR 3 Kjenner du til strømstøtteordningen? For henholdsvis privatpersoner og bedrifter



PRIVATMARKED

Årets måling av kraftselskapene i Norge er den 13. i rekken. Tross for at vi står midt i en energikrise viser EPSI studien at norske strømforbrukere er noe mere fornøyde med sine strømselskaper enn på samme tid i fjor. Strømprisen er historisk høy, og man skulle kanskje forvente at forbrukerne ville løfte fortvilelsen over på kraftselskapene. Men 2022 har vært et annerledes år for norske strømkunder, og utsagnet om at «strøm er strøm» gjelder ikke lenger. Det har gått opp for folk flest hvor viktig strømmen er i vårt samfunn og at man ikke bare ta denne ressursen for gitt. Dagens strømforbrukere har langt større forståelse av markedsmekanismene og hvordan strømprisene settes. I tillegg til det har regjeringens strømstøtte også vært et solid bidrag til å redusere husholdningenes strømutfgifter.

Økt kunnskap og bevissthet

Studien viser veldig tydelig at dagens strømforbrukerne kan en hel del om strømforbruk og strømvtaler. I EPSI målingene fra 2016 til 2019, år hvor kundetilfredsheten var relativt høy sammenlignet med hva den er i dag, svarte drøyt 30% av kundene at de ikke visste hvilke type strømvtale de hadde. I dag er «vet ikke» andelen falt til 10%. I målingen spørres det dessuten om hvor mye strøm husstanden konsumerer, og også her viser resultatene at folk flest nå er langt bedre kjent med deres strømforbruk. Andelen som svarer at de ikke vet dette har dalt fra 33% i fjor til 13% i år. Dette tyder på at folk langt oftere sjekker sitt forbruk gjennom blant annet strømapper som gir kundene godt innblikk i dette. Kundene har nå tatt styringen på sitt strømengasjement.

Høye priser og påtrykk fra media dessuten ført til at mange kunder har sjekket hvilket strømvtale de har. Fra et forbrukersynspunkt er dette en positiv utvikling. Den økte bevisstheten gjør at mange kunder har gått en ny runde med sine strømleverandører for å avklare om de har den riktige avtalen i forhold til deres behov, samt at forbrukerne i større grad enn før reflekterer over hvordan de kan redusere strømforbruket.

NØKKELTALL Strømbransjen privatsegmentet 2022

65%

Oppgir at de har spotpris, mens 13% oppgir at de har fastpris.

16%

Kjøper strøm fra strømleverandøren med såkalt opprinnelsesgaranti.

22%

Oppgir at de vurderer å bytte strømleverandør det kommende året

61%

Oppgir at de har fått tips fra selskapet om hvordan de kan spare strøm.

Informasjon fra strømselskapet

I en tid der strømprisene er høye har kundene et økt behov for informasjon og jevnlig oppdatering fra strømselskapene. Proaktivitet er med andre ord viktigere enn noen gang. Studien viser tydelig at bransjen som en helhet har bedret seg betraktelig på dette området over det siste året. Andelen av kundene som oppgir at de har mottatt informasjon fra strømselskapene har steget fra 59% i fjor til 75% i årets måling. Vi ser at bedre og mer jevnlig kommunikasjon med kundene er med på å heve den totale kundetilfredsheten. De som derimot opplever at strømselskapene deres er for passive uttrykker større misnøye enn tidligere. For mens det tidligere var slik at mange strømkunder ikke helt så behovet for å være i kontakt med kraftleverandøren, har informasjon, kommunikasjon og kundedialog nå blitt et must.

Strøm-appen er verdifull

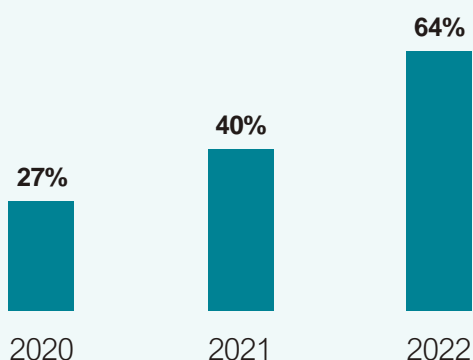
Det å hjelpe kundene med å få en enkel oversikt over sitt strømforbruk er avgjørende i dagens marked. Kraftleverandørenes strøm-app er viktig i så måte. Målingen viser at andelen strømkunder som benytter en strømapp har økt markant det siste året. 64% av kundene svarer nå at de har lastet ned strøm-appen til leverandøren sin (opp fra 40% i 2021). Effekten av dette er blant annet at en langt større andel av strømkundene nå opplever at de har god oversikt over eget strømforbruk. Undersøkelsen viser dessuten at strømkunder som bruker en slik app i snitt er vesentlig mere fornøyde enn de som ikke benytter en slik app. Kunnskap og innsikt er viktig i et urolig marked.

Tips om strømsparing

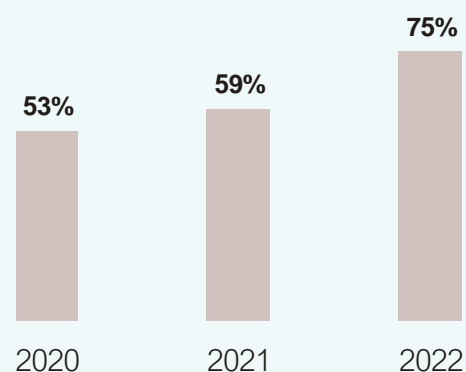
Strøm engasjerer de aller fleste for tiden, og norske strømforbrukere søker i langt større grad enn tidligere etter tips og råd på hvordan de kan redusere strømforbruket deres og dermed spare penger. EPSI målingen viser tydelig at det å sende ut tips og råd om hvordan kundene kan spare strøm har en svært positiv effekt på kundeopplevelsen. Også på dette området har strømselskapene skjerpet seg. Andelen kunder som oppgir at de får tips om strømsparing har gått 46% til 61% i løpet av det siste året. Med andre ord, god og relevant informasjon til riktig tid bidrar til at kundene opplever at de blir bedre ivaretatt. Det skaper trygghet og gir kundene et større eierskap til sitt forbruk.

FIGUR 4 Andelen som har lastet ned strøm-app. Andelen som har mottatt informasjon.

Andel som har lastet ned strøm-app:



Andel som har mottatt informasjon siste året:



Bedret kundeservice

I fjor høst viste EPSI målingen at flere strømselskaper hadde utfordringer med å håndtere mengden med kundeforhenvendelser på en god måte. Mange ble derfor irriterte over lange ventetider på kundeservicesentrene. Årets måling viser en markant bedring, noe kundene setter pris på. Likevel ses det at servicenivået fortsatt oppleves noe svakere enn hva tilfellet var tilbake i 2020.

Gudbrandsdal Energi på topp, Fortum på bunn

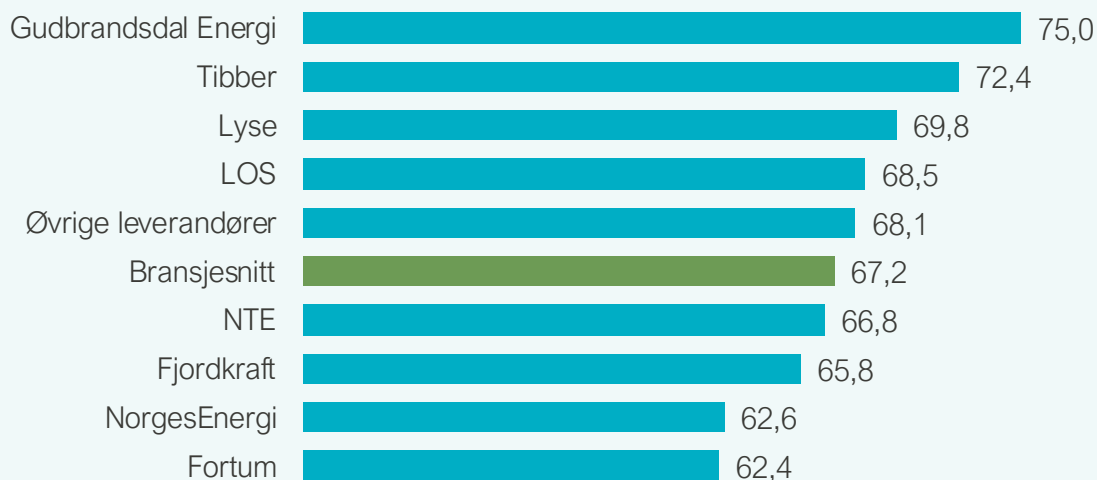
I årets studie er det Gudbrandsdal Energi som kommer best ut når det gjelder kundetilfredshet. Gudbrandsdal Energi har i mange år fått mange gode tilbakemeldinger fra sine kunder, og har kommet best ut i 8 av de 10 seneste EPSI-målingene. Gudbrandsdal Energi framstår konkurransedyktig på pris, og en stor andel av kundene opplever at selskapet er genuint interessert i dem. Gudbrandsdal Energi kan dessuten vise til en pen fremgang fra i fjor, og har blitt enda bedre på kundekommunikasjonen.

Fjorårvinneren Tibber er strømselskapet som faller mest i årets måling. Tibber går ned hele 10 indekspoeng og mange av Tibber-kundene uttrykker en tydelig frustrasjon over endringen i faktureringsrutinene som ble innført nå i høst. Det at kundene måtte forskuddsbetale et estimert forbruk har gitt store utslag i kundeopplevelsen. Til tross for dette, ligger Tibber allikevel på en god andreplass i denne målingen, og har fortsatt mange fornøyde kunder. Tibber-kundene er dessuten klart mer digitale enn andre, og har ifølge dem selv en vesentlig bedre kontroll over strømforbruket enn hva kunder av andre strømselskaper mener de har.

Selskapet som har den største framgangen i årets måling er Fjordkraft. Fjordkraft hadde i fjor en markant nedgang og henter seg godt tilbake i årets måling. Fjordkraft har vært mer «på» i kundekontakten det seneste året og får i tillegg god feedback på sine digitale løsninger. Likevel måler vi fortsatt en noe større usikkerhet blant Fjordkraft-kundene om hvorvidt deres nåværende strømvtales passer deres behov.

Nederst i årets måling finner vi Fortum. Fortum har i løpet av året slått seg sammen med Hafslund Strøm, noe som har gjort Fortum til et av landets største strømselskaper. Fortum får den svakeste tilbakemeldingen blant de målte selskapene. Kundene opplever at strømprisene deres er de minst konkurransedyktige, og mange kunder er usikre på om strømvtales de har i dag er den rette for dem.

FIGUR 5 Kundetilfredshet 2022 privatmarked



BEDRIFTSMARKED

Energikrise og stigende elpriser har naturligvis også påvirket bedriftene rundt om i Norge. Det er særlig de virksomhetene hvor strømkostnadene utgjør en relativt stor andel av de samlede utgiftene som har slitt mest gjennom året. Kundetilfredsheten i bedriftsmarkedet er målt til 62, noe som er det svakeste resultatet i undersøkelsens historie. Mens vi i privatmarkedsstudien har målt en tydelig bedring i kundekommunikasjonen over det siste året, ser vi ingen tilsvarende utvikling i bedriftsmarkedet. Strømselskapene, media og myndighetene har nok det siste året vært mest fokusert på husholdningene og mange bedrifter sitter med inntrykket av at de har blitt oversett og glemt.

Videre så kommer det frem at det er en større usikkerhet ute blant bedriftene som går på hvorvidt de har strømvavtaler som er tilpasset deres aktivitet. Som følge av dette ser vi at andelen bedrifter som svarer at de vurderer å bytte strømleverandør har steget til rekordhøye 27%. I tillegg til det er det også flere bedrifter som inngår fastprisavtaler. Dette er et bevis på at forutsigbarhet er viktig for mange bedrifter. Splitter vi opp den samlede tilfredsheten på hvilken avtale kundene har, viser målingen at det er de med fastprisavtale er mest fornøyde med leverandørene sine.

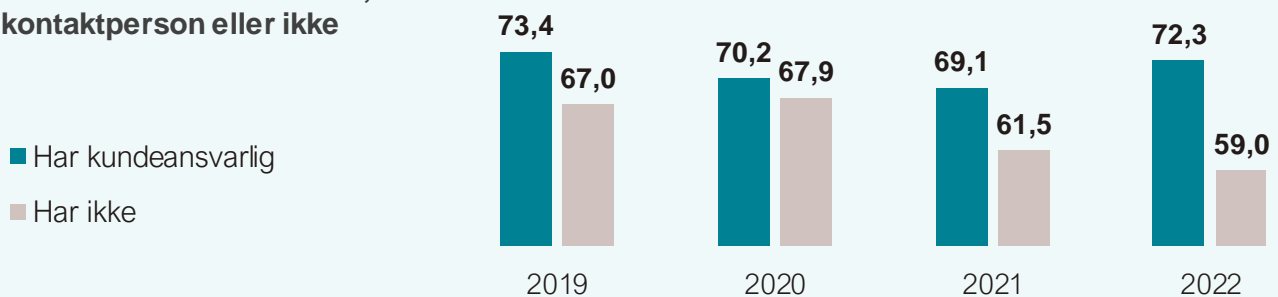
Bedriftene som blir fulgt opp uttrykker en høyere tilfredshet

Årets studie viser at bedriftene stiller enda høyere krav og forventninger til oppfølging og informasjon. Tilbakemeldingene tyder på at dette behovet ikke blir tilstrekkelig dekket. Selv om det er noen flere bedrifter som svarer at de har fått tips om strømsparing er det fortsatt for liten kontakt mellom kunde og leverandør. Det er faktisk slik at det er mer vanlig at en bedrift blir kontaktet av en konkurrent til deres kraftleverandør enn at deres egen leverandør tar kontakt. Dette bør strømselskapene ta tak i, både for å demme opp for kundeflukt men også fordi de kundene som blir fulgt opp og har en «alt vel samtale» i ny og ne er mer positive og fornøyde.

Gode kunderådgivere skaper trygghet

Cirka hver fjerde bedrift oppgir at de har egne kundeansvarlige hos kraftleverandøren. De bedriftene som har fast kontakt person har historisk sett vært mer tilfredse med sin leverandør. Dette er også tilfellet i år, men det interessante er at disse kundene er blitt mer fornøyde over det siste året, mens kunder som ikke har egen kontaktperson har blitt tydelig mindre tilfredse. I en tid med strømkrise og usikkerhet virker det til at bedriftenes kunderådgivere hos kraftselskapene spiller en enda viktigere rolle, og viser at oppfølging, kompetanse og dialog skaper tillit og trygghet i kundeforholdet.

FIGUR 6 Kundetilfredshet, fast kontaktperson eller ikke



NØKKELTALL Strømbransjen bedriftssegmentet 2022

15%

Av bedriftene oppgir at de kjøper strøm med opprinnelsesgaranti

52%

Oppgir at de har mottatt informasjon fra strømleverandøren sin i løpet av det siste året.

65%

Av bedriftene oppgir at de kjenner til strømstøtteordninger for bedrifter

17%

Opplever at strømselskapet har informert om strømstøtten på en god måte

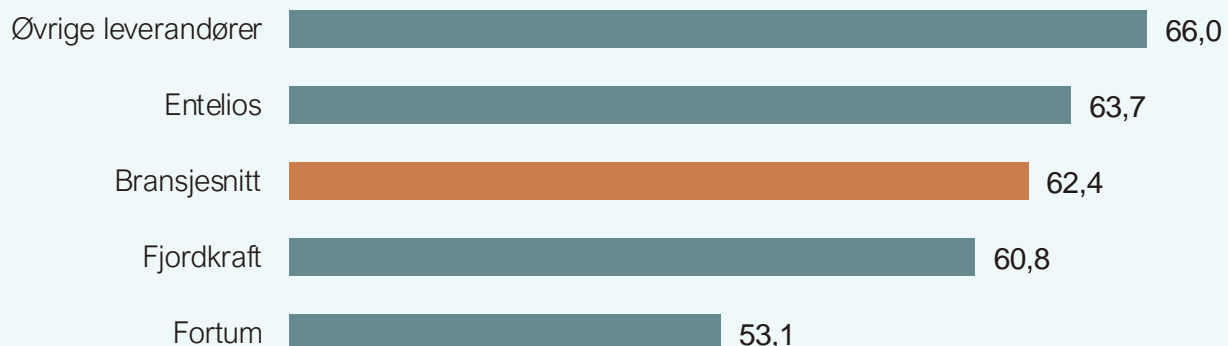
Undersøkelsen viser at det også i år er tydelige forskjeller mellom bedrifter som bruker mye strøm og de med et relativt lavt strømforbruk. For bedrifter som er avhengig av store mengder energi til blant annet industri og produksjon er strøm en forretningskritisk innsatsfaktor. Studien viser at kraftleverandørene har spesielt gode kunderelasjoner til bedrifter som bruker mer enn 0,5 GWh årlig, for disse kundene er både mer fornøyde og lojale enn andre kunder.

De regionale og mindre strømleverandørene på topp, Fortum på bunn

Det er gruppen «Øvrige leverandører» som kommer ut på topp i årets måling. Dette er en gruppe bestående av en mengde kraftselskaper som blant annet ENEAS, Lyse, NTE, Polarkraft, Ishavskraft og Wattn. Samlet sett lykkes disse aktørene med å tilby mer attraktive strømvtaler og i større grad å gi kundene den oppfølgingen de ønsker. Det er også verdt å legge til at kundetilfredsheten ute blant bedriftene varierer en hel del i forhold til hvor bedriften er lokalisert. Tilbakemeldingene fra bedrifter som holder til i Nordland, Troms og Finnmark er langt bedre enn hva den er blant bedrifter i Sør-Norge.

Det er Entelios som kommer best ut blant de navngitte selskapene. Entelios gjør det spesielt godt blant store bedrifter som forbruker mye strøm. I bedriftsmarkedet, som i privatmarkedet, er det Fortum som får den svakeste tilbakemeldingen av de målte aktørene. Bedriftskundene til Fortum opplever i liten grad at de har attraktive strømvtaler, kundene synes ikke de får god nok oppfølging, og de opplever at servicenivået jevnt over er for svakt.

FIGUR 7 Kundetilfredshet 2022 bedriftsmarked



BÆREKRAFT OG SAMFUNNSANSVAR

Når vi i EPSI studerer hva som driver kundetilfredshet mest og minst, ser vi en utvikling i retning av at samfunnsansvar/bærekraft påvirker kundetilfredsheten og lojaliteten mer enn før. Kraftbransjen spiller en sentral rolle i omstillingen til lavutslippssamfunnet, og fornybar energi er en viktig del av løsningen for å oppnå Norges og verdens klimamål. Men bærekraft er et vanskelig begrep, noe som også gjør det utfordrende for mange å mene noe om dette. Som i fjor så er det fortsatt en stor andel av kundene som svarer at de ikke kjenner til hva strømselskapet gjør innen bærekraft, noe som betyr at kundekommunikasjon blir viktig fremover for å få synliggjort det arbeidet som gjøres.

Opprinnelsesmerket strøm

De fleste kraftleverandørene i Norge tilbyr i dag kundene en mulighet til å kjøpe strøm med opprinnelsesgaranti. Opprinnelsesgarantien er en merkeordning som garanterer at det produseres like mye fornybar kraft som den kraftmengden kunden bruker. 16 % av privatkundene og 15% av bedriftskundene svarer at de har valgt en strømvtale med fornybar garanti. Denne kundegruppen har som oftest tatt et bevisst valg om å betale litt ekstra for opprinnelsesmerket strøm, for på den måten vise sin støtte og preferanse for fornybar og bærekraftig kraftproduksjon. Bærekraft og miljøansvar er viktig for mange strømkunder og analysen viser at kunder som kjøper opprinnelsesmerket strøm er mer fornøyde med strømleverandørene sine enn de som ikke gjør det.

Når vi summerer opp tilbakemeldingene på en rekke spørsmål som omhandler bærekraft viser studien at privatkundene rundt om i Norge er mer positive i år enn i fjor, mens bedriftene er blitt mer skeptiske til kraftselskapenes bærekraftinnsats. Det er Gudbrandsdal Energi og Tibber som får de beste tilbakemeldingene på bærekraft i privatsegmentet, mens det er de regionale og mindre kraftselskapene som får de beste tilbakemeldingene i bedriftsegmentet.

EPSI SIN BÆREKRAFTSINDEKS

Topp 3 aktører privatmarked

- 1 Gudbrandsdal Energi
Score: **70,0**
- 2 Tibber
Score: **69,9**
- 3 NTE
Score: **67,7**
- Bransjesnitt
Score: **62,9**

EPSI SIN BÆREKRAFTSINDEKS

Topp 3 aktører bedriftsmarked

- 1 Øvrige leverandører
Score: **64,6**
- 2 Entelios
Score: **59,9**
- 3 Fjordkraft
Score: **55,6**
- Bransjesnitt
Score: **60,5**

OM EPSI RATING OG STRØMSTUDIEN 2022

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.

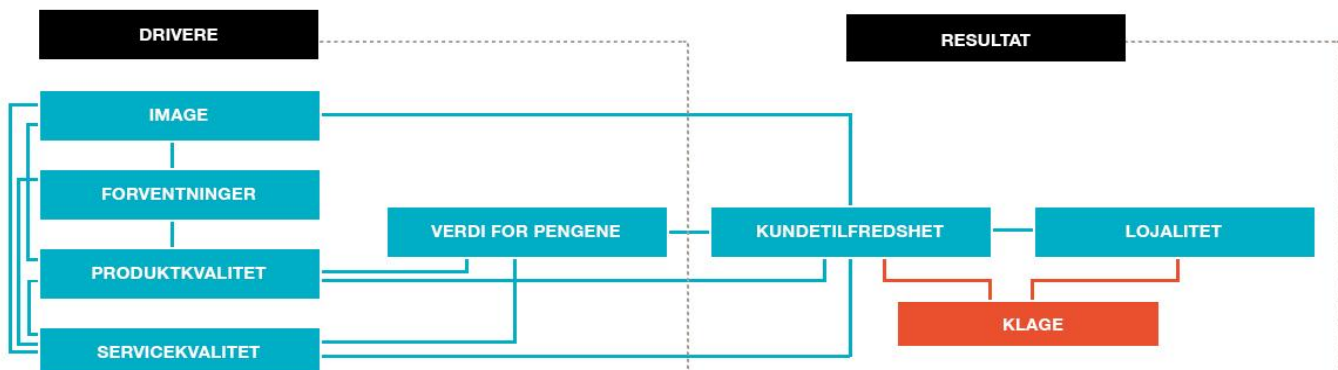
Om strømstudien 2022

Feltarbeidet er gjort av Norstat Norge/EPSI i perioden fra 12. oktober til 15. november. Totalt er det gjennomført 1700 intervjuer av privatkunder i alderen 18 – 85 år. I bedriftssegmentet er det gjennomført nesten 1000 intervjuer med bedrifter med én ansatt eller flere. Spørreskjemaene 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 kundetilfredshetskår 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