



Mer beviste kunder, men bankene når fortsatt ikke ut med budskapet

Siden 2003 har EPSI målt kundetilfredshet i ulike bransjer i Norge. I 2021 lanserte vi en ny indeks som måler kundenes oppfatning av sine leverandørers arbeid med bærekraft. Dette reflekterer en økende forventning om at selskaper skal ta sitt samfunnsansvar på alvor – både sosialt, miljømessig og økonomisk.

Tallene for 2024 viser at kundene i stadig større grad evner å vurdere bankenes innsats på bærekraftsområdet, en trend som har vært jevnt stigende de siste fire årene. Mens bare 56 % av kundene i 2021 følte seg informert nok til å vurdere bankens bærekraftstiltak, har denne andelen økt til 70 % i 2024. Dette indikerer en økt bevissthet blant kundene og bedre tilgang til informasjon.

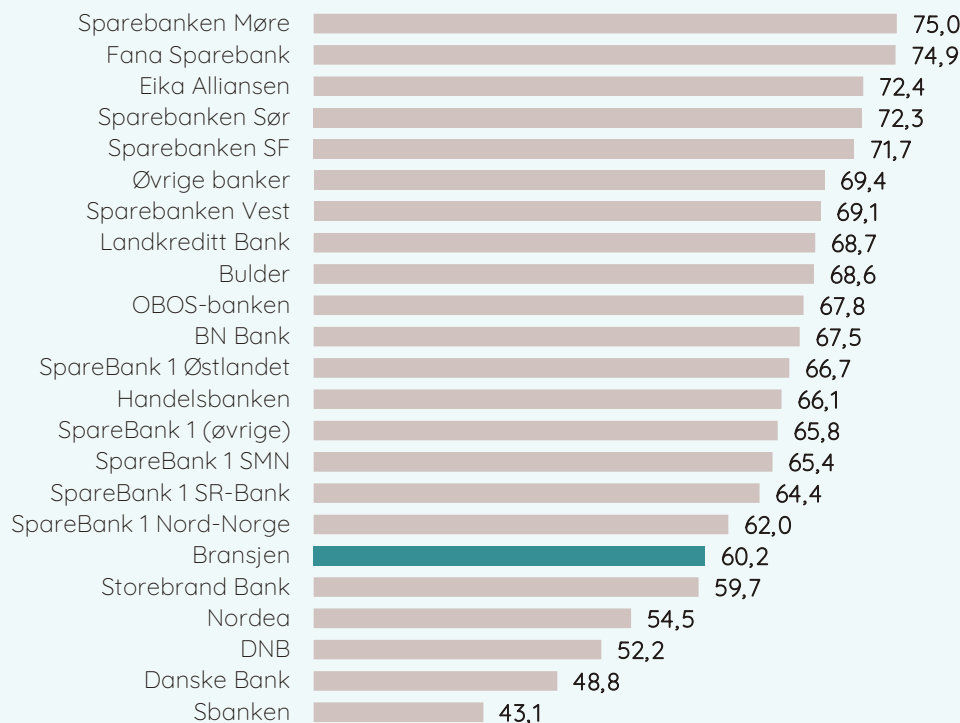
Til tross for at flere kunder nå føler seg i stand til å vurdere bankenes bærekraftsinnsats, har den generelle vurderingen av bankenes bærekraftarbeid falt noe sammenlignet med fjoråret. Dette kan tyde

på at økt kunnskap har ført til høyere forventninger, eller at kundene har blitt mer kritiske til hvilke konkrete tiltak bankene faktisk gjennomfører.

Sparebanken Møre på topp

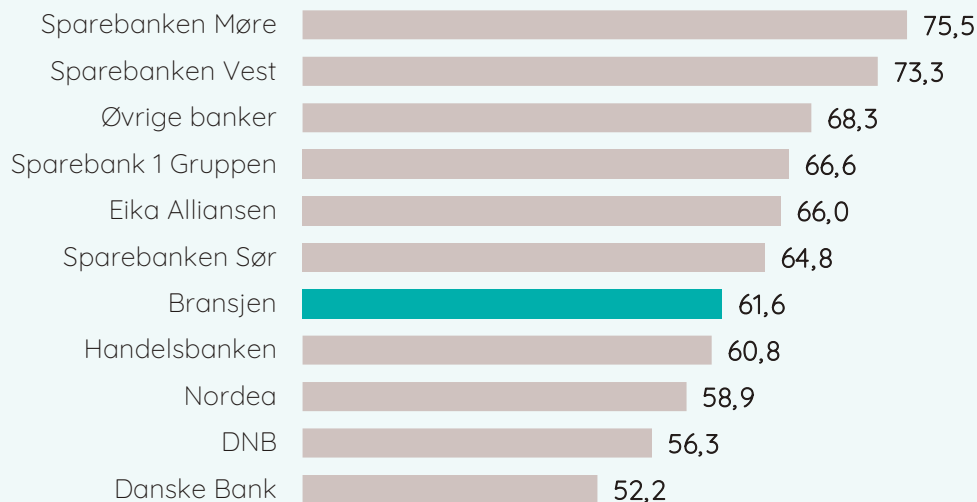
Til tross for en generell nedgang i vurderingen av bærekraftsarbeidet i banksektoren, er det fortsatt enkelte banker som skiller seg positivt ut. Undersøkelsen viser at Sparebanken Møre beholder sin posisjon som den banken med høyest vurdering fra sine kunder, både innen privat- og bedriftssegmentet. Dette viser at banken lykkes godt i å møte kundenes forventninger til bærekraftige tiltak, samt at de har klart å synliggjøre sitt samfunnsansvar på en måte som resonnerer godt blant kundene. Det er også verdt å fremheve Fana Sparebank, som har vist den største fremgangen innen bærekraft, og plasserer seg dermed rett bak Sparebanken Møre i denne målingen.

Resultat – Privat Bærekraftsindeks 0-100



Resultat – Bedrift

Bærekraftsindeks 0-100



At Sparebanken Møre scorer høyt både blant privat- og bedriftskundene, understreker også bankens evne til å tilpasse sitt bærekraftsarbeid til ulike kundesegmenter. Dette er en nøkkelfaktor for å oppnå langsiktig suksess i en økonomi der bærekraftsbevissthet stadig blir viktigere.

Økt behov for informasjon om bærekraft

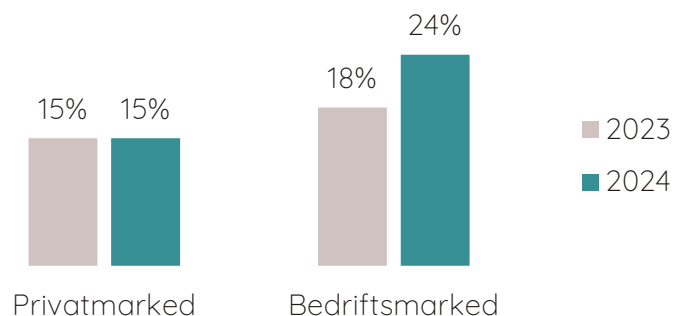
Til tross for at en økende andel kunder gir tilbakemelding om bankenes bærekraftsarbeid, viser undersøkelsen at det fortsatt eksisterer en betydelig informasjonskløft. Mange kunder opplever fremdeles at det er utfordrende å vurdere hvor bærekraftige deres bank faktisk er, noe som kan påvirke deres oppfatning av bankens bærekraftsinnsats negativt. Det blir derfor stadig viktigere for bankene å forbedre kommunikasjonen rundt sine bærekraftstiltak for å møte kundenes forventninger og styrke lojaliteten.

Det er også tydelig at god og lettfattelig informasjon om bærekraft er en viktig faktor for kundetilfredshet. Kundene som rapporterer å ha mottatt tilstrekkelig informasjon om sin banks bærekraftsarbeid,

uttrykker jevnt over høyere tilfredshet med banken enn de som ikke har fått slik informasjon.

Videre viser undersøkelsen, som i fjor, at kun 15 % av kundene i privatmarkedet oppgir å ha mottatt informasjon om hvordan banken jobber med bærekraft. Denne lave andelen understreker hvor krevende det er for bankene å nå ut med tilstrekkelig informasjon om sine bærekraftsinitiativer, til tross for at bærekraft stadig blir viktigere for kundene. Det er derfor avgjørende at bankene intensiverer innsatsen for å forbedre kommunikasjonen rundt sitt bærekraftsarbeid, ettersom god informasjon kan være en nøkkel til både økt kundetilfredshet og tillit.

Har banken informert deg om hvordan de jobber med bærekraft? Andel Ja



Om EPSI Rating Norge

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. Les mer på [epsi-norway.org](https://www.epsi-norway.org)