



STRØMSELSKAPENE 2025

HVOR FORNØYDE ER VI MED
STRØMSELSKAPENE I NORGE?

Hvor fornøyde er strømkundene rundt om i Norge?

2700

Intervjuer

Okt/Nov
2025

Intervju-
periode

Drøyt 60

Spørsmål

Strømmarkedet i Norge har vært preget av volatile priser og betydelig politisk debatt de siste årene. Prisene har imidlertid gradvis stabilisert seg på et mer normalt nivå. Samtidig har innføringen av Norgespris gjort strøm til et sentralt tema denne høsten. Hvordan påvirker dette kundenes opplevelse av strømselskapene? Det har EPSI kartlagt gjennom en ny kundeundersøkelse blant strømkunder over hele landet.

Økt tilfredshet

Årets EPSI-måling, gjennomført i oktober og november, viser en tydelig økning i kundetilfredsheten i både privat- og bedriftsmarkedet.

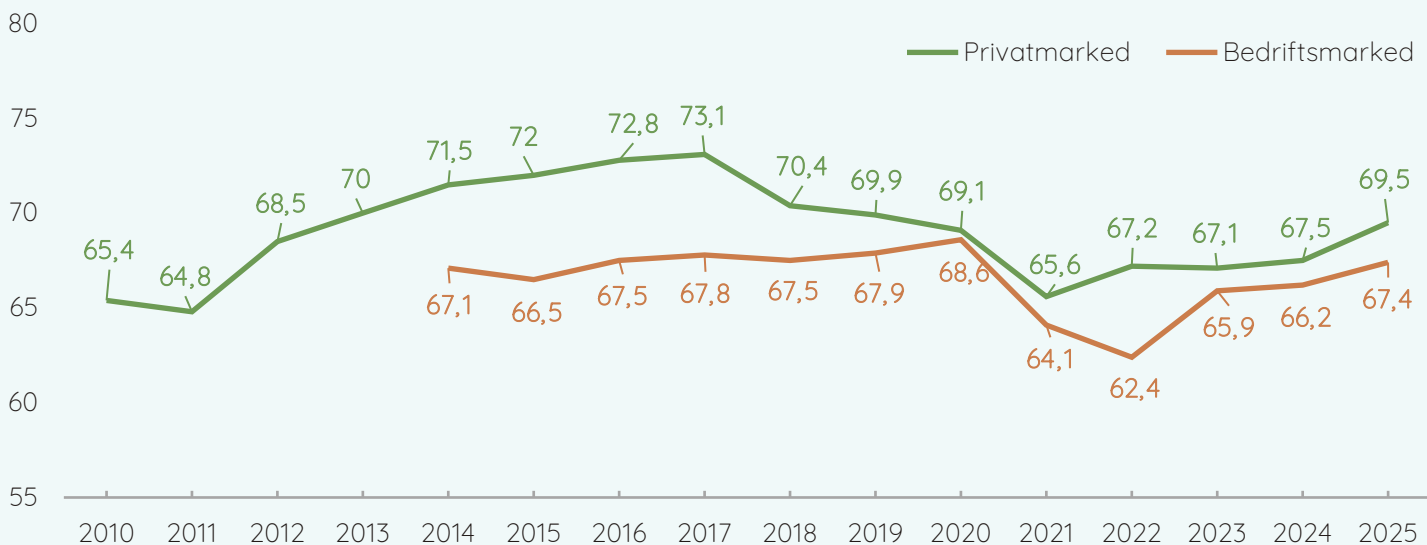
I privatmarkedet opplever kundene strømselskapene som mer proaktive. Kommunikasjonen rundt Norgespris har bidratt positivt, og mange kunder kjenner nok nå større ro og forutsigbarhet rundt strømprisene. Dette oppleves positivt etter en periode der strømregningen har vært en betydelig belastning for mange husholdninger.

Også i bedriftsmarkedet har tilfredsheten økt. Bedriftskundene rapporterer at leverandørene er blitt enklere å forholde seg til, og at økt bruk av digitale løsninger gir en mer oversiktlig og effektiv relasjon. De opplever også mer regelmessig kommunikasjon fra strømselskapene, og summen av dette skaper det en styrket kundeopplevelse.

Svak tillit og omdømme

Strøm er en grunnleggende del av hverdagen, og stabil tilgang er nødvendig for både privatpersoner og bedrifter. Det gjør at tillit, omdømme og samfunnsansvar særlig viktig i denne bransjen. Studien viser at kundene har relativt god tillit til eget strømselskap, men svært lav tillit til bransjen som helhet. Dette er et klart signal til bransjen. Hvert selskap må ta et mer aktivt lederskap og styrke sitt omdømme gjennom konkrete handlinger, tydelig kundeorientering og åpen kommunikasjon som bygger langsiktig tillit.

Kundetilfredsheten i strømbransjen 2010 - 2025



Hva svarer privatkundene når de får sette karakter på sine strømselskaper?

Årets måling for privatmarkedet viser en tydelig framgang i kundetilfredsheten. Strømselskapene oppleves som mer proaktive, og flere kunder føler seg bedre ivaretatt gjennom god og relevant kommunikasjon. Til tross for dette er 29 prosent av strømkundene fortsatt misfornøyde, og 18 prosent vurderer å bytte strømselskap det kommende året.

Norgespris

Fra 1. oktober ble Norgespris innført som en statlig finansiert ordning for å gi mer forutsigbare strømutgifter. Ordningen er ikke en strømvaktale, men en tidsbegrenset fastprisordning på 50 øre per kilowattime (pluss eventuelle påslag fra strømselskapene) som administreres av nettselskapene. Ordningen kan være krevende å forstå, og mange strømforbrukere har behov for tydelig informasjon om hvordan ordningen fungerer, og om den faktisk lønner seg der de bor.

Norgespris-effekt?

Årets måling viser at strømselskapene oppleves som langt mer synlige og proaktive i kommunikasjonen sin, og dette kommer i stor grad som følge av informasjonsarbeidet rundt

Norgespris. 70 prosent av kundene har mottatt informasjon om ordningen, og 86 prosent av disse opplever at den var enkel å forstå.

Undersøkelsen avdekker at halvparten av norske husholdninger nå har bestilt Norgespris, og det er særlig kunder i Sør-Norge som har valgt Norgespris. Analysen viser videre at de som har valgt ordningen i Sør Norge er mer fornøyde enn dem som ikke har gjort det. Norgespris har gjort at flere oppfatter strømvaktalen som mer attraktiv, og føler nå større ro rundt strømregningen, noe som gir positive utslag i vurderingen av strømselskapet.

Samtidig viser målingen at kommunikasjonen på andre områder har svekket seg. Færre får tips om strømsparing, selv om dette i stor grad verdsettes av kundene..

Bedret kundeservice

Servicenivået i bransjen har styrket seg det siste året. En fjerdedel av kundene har vært i kontakt med sitt strømselskap, og disse er betydelig mer fornøyde enn dem som ikke har hatt kontakt. Dette viser at god kundeservice skaper verdi og bygger både tillit og trygghet, særlig når henvendelser håndteres raskt og profesjonelt.

NØKKELTALL Strømbransjen privatmarked 2025

70%

Av kundene har mottatt informasjon rundt Norgespris fra strømleverandøren sin

47%

Har mottatt strømsparetips fra leverandøren sin det siste året

18%

Vurderer å bytte leverandør det kommende året

66%

Av kundene oppgir at de har gjennomfakturering

Svakt omdømme og tillit

Studien viser at bransjen fortsatt sliter med lav tillit og et svakt omdømme. Mange kunder opplever strømmarkedet som komplisert, og flere føler seg utrygge på om de faktisk har den avtalen som er best for dem. Det er en utbredt frykt for å betale mer enn nødvendig, og mange sitter igjen med en opplevelse av at leverandørene ikke alltid handler i kundens beste interesse.

For å snu dette må både enkeltaktører og bransjen som helhet ta større ansvar for hvordan de fremstår. Omdømme bygges ikke gjennom kampanjer, men gjennom reelle kundeopplevelser som er preget av åpenhet, redelighet og god kundebehandling. Når kundene opplever selskapet som oppriktig og ansvarlig, styrkes tillit, tilfredshet og lojalitet over tid.

Digital bruk og kontroll på forbruket

Digitale løsninger har blitt en sentral del av strømhverdagen. Rundt 70 prosent av kundene har

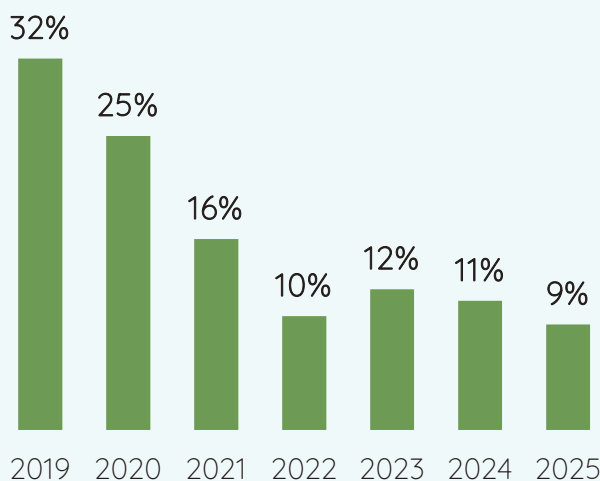
lastet ned strømappen, og disse er klart mer fornøyde enn de som ikke bruker den. App-brukere opplever bedre kontroll over avtalen, forbruk og kostnader, og opplever at deres leverandør holder dem bedre informert. Dette gjør at de oppfatter selskapet som mer proaktivt, og skaper et tydelig skille mellom digitalt aktive kunder og resten av kundemassen.

Nye kunder og utfordringer i «onboarding»

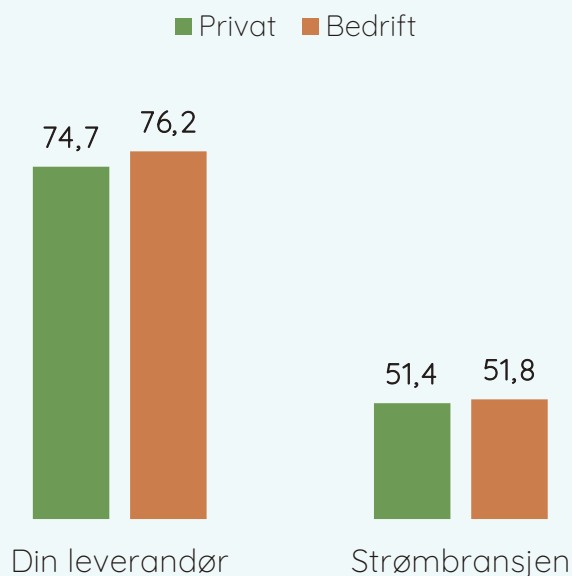
14 prosent av kundene oppgir at de har byttet leverandør det siste året, og nye kunder skiller seg negativt ut i årets måling. De er mindre fornøyde enn etablerte kunder, både med avtalen, oppfølgingen og informasjonen de får.

I et marked som kan oppleves komplisert, og der bransjen allerede har et noe svakt rykte, møter nye kunder leverandørene med større skepsis og høyere forventninger. Hvis den første fasen ikke håndteres godt, øker risikoen for tidlig misnøye og nytt leverandørbytte.

Andel privatkunder som ikke vet hvilken strømvaktale de har



Hvilken tillit har du til..

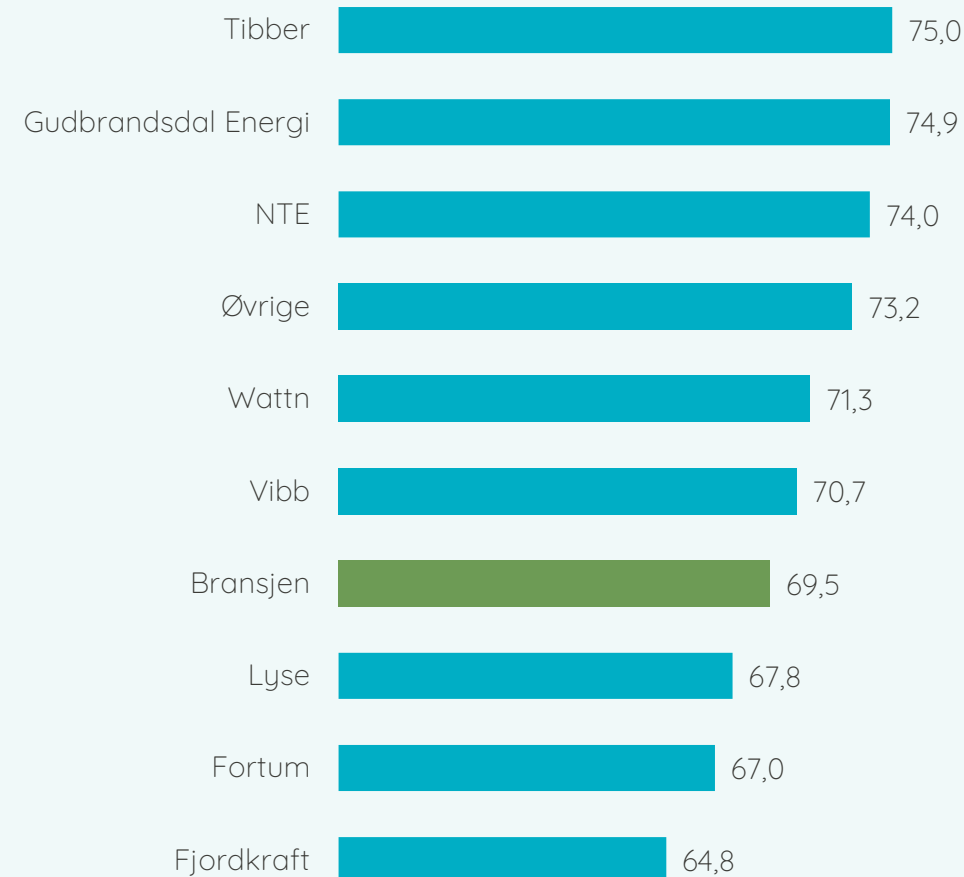


Tibber på topp, Fjordkraft i bunn

Årets EPSI-måling viser at Tibber igjen inntar topplasseringen, tett fulgt av Gudbrandsdal Energi og NTE. Tibbers KTI-nivå på 75 er meget sterkt og drives av et solid omdømme, god kommunikasjon og en innovativ profil som treffer godt på kundenes behov. Kundene beskriver Tibber som enkelt, kundeorientert og som et selskap som gir god kontroll over både avtale og forbruk. Gudbrandsdal Energi leverer også sterke resultater, med høy tillit og gode vurderinger av kundeservice.

I som i fjor er det Fjordkraft og Fortum som får de svakeste tilbakemeldingene. Fortum har riktignok løftet seg fra 2024 og passerer Fjordkraft, men begge ligger fortsatt i bunnen. Selv om målingen viser at Fjordkrafts servicenivå har forbedret seg, opplever mange kunder at avtalene deres er mindre konkurransedyktige på pris. Det bidrar til at flere er usikre på om de har riktig avtale, noe som svekker totalopplevelsen.

Kundetilfredshet strømbransjen Privatmarked 2025



**Øvrige inkluderer blant annet selskaper som Polarkraft, Ishavskraft, Ustekveikja Energi og Haugaland Kraft*

Hvor fornøyde er norske bedrifter med deres strømselskaper?

Som i privatmarkedet viser også bedriftssegmentet en økt kundetilfredshet, om enn ikke like sterk. Bedriftskundene opplever at strømleverandørene gir bedre kundeservice, er enklere å forholde seg til og kommuniserer mer aktivt enn tidligere. En større andel rapporterer at de har mottatt informasjon det siste året, og dette gjenspeiles i bedre vurderinger av relasjonen. De større bedriftene er fortsatt de mest tilfredse, men det er faktumet at de mindre bedrifter er blitt mer tilfredse som løfter bransjen.

Kommunikasjon, relasjon og koblingen til privatmarkedet

Kommunikasjonen fra strømleverandørene oppleves som mer regelmessig og bedre tilpasset virksomhetenes behov. Dette skaper et inntrykk av synlighet og tilgjengelighet, og reduserer behovet for at bedriftene selv må etterspørre informasjon.

Mindre bedrifter viser en positiv utvikling. Der de tidligere rapporterte svakere oppfølging og lite rådgivning, opplever de nå bedre støtte og mer relevant kommunikasjon. Dette tyder på at leverandørene har styrket innsatsen mot småbedriftssegmentet og har tilpasset løsningene bedre til deres behov.

Det er også sannsynlig at erfaringer fra privatmarkedet påvirker bedriftskundene – noe vi ser i de fleste EPSI-målinger. Mange bruker samme leverandør både privat og profesjonelt, og den økte synligheten og kontakten på privatsiden, ikke minst som følge av innføringen av Norgespris, kan ha påvirket hvordan bedrifter vurderer leverandørene sine. Uansett, konsistent kvalitet og kommunikasjon på tvers av segmentene vil være viktig fremover.

Likevel er det fortsatt de største bedriftene – særlig de med høyt forbruk og egen kundeansvarlig – som er mest fornøyde. Tettere oppfølging og mer spesialiserte tjenester gir fortsatt klart utslag i høyere tilfredshet.

Digitalisering, app og kommunikasjonsflyt

Digitale løsninger spiller også en viktig rolle i bedriftsmarkedet. Bedrifter som aktivt bruker app eller tilsvarende digitale verktøy, rapporterer bedre oversikt over forbruk og kostnader, samt en mer sømløs kommunikasjonsflyt med leverandøren. Relevant informasjon blir lettere tilgjengelig og mer nyttig for intern styring. Disse kundene vurderer relasjonen betydelig bedre enn bedrifter som i liten grad benytter digitale løsninger.

NØKKELTALL Strøm bedriftsmarked 2025

21%

Vurderer å bytte leverandør i løpet av det kommende året

65%

Oppgir at de har mottatt informasjon fra leverandøren sin det siste halvåret.

62%

Har blitt kontaktet av et konkurrerende strømselskap

62%

Av kundene mener det er viktig at leverandøren deltar i utviklingen av bedriftens lokalmiljø

Konkurransepress og leverandørstrategi

Konkurransen i bedriftsmarkedet er høy. Hele 62 prosent av bedriftene har blitt kontaktet av en konkurrent det siste året, og én av fire bedrifter oppgir å ha byttet leverandør de siste to årene. I et marked der leverandørbytte er relativt enkelt, blir kvaliteten på relasjon, rådgivning og digitale tjenester avgjørende for å hindre kundeflukt. Årets måling viser at leverandører som kombinerer konkurransedyktige vilkår med tydelig informasjon, god rådgivning og god service lykkes best med å bygge lojalitet over tid.

Wattn på topp, Fjordkraft på bunn

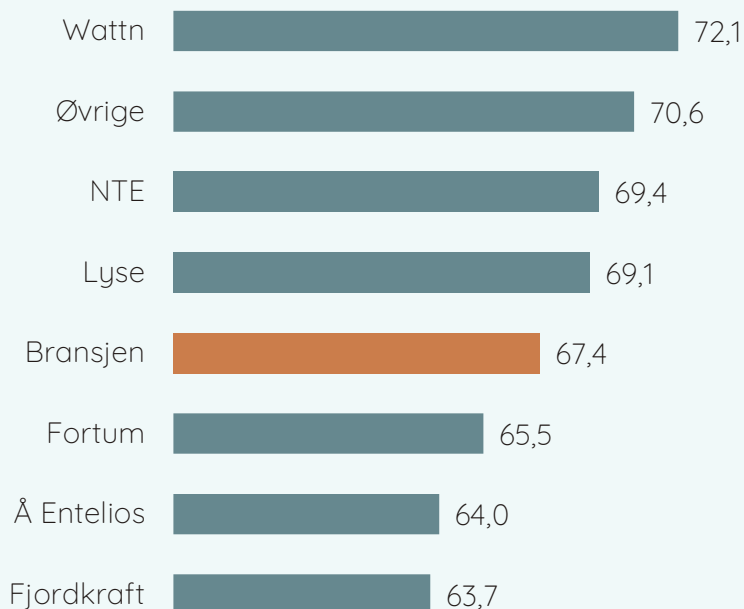
Årets måling viser at de mer regionale strømselskapene gjør det best i bedriftsmarkedet. Lokal forankring, nærhet til kundene og en tydelig rolle i lokalsamfunnet bidrar til høyere tilfredshet og sterkere tillit. Mange bedriftskunder legger vekt på at leverandøren tar samfunnsansvar og er synlig i utviklingen av nærmiljøet. Som i privatmarkedet ser

vi også her at bedriftene har langt høyere tillit til egen leverandør enn til bransjen som helhet.

Wattn, som for første gang fanges opp i EPSI-målingen, går rett til topps. Selskapet scorer særlig høyt på service og relasjonskvalitet, og kundene opplever dem som både tilgjengelige og oppriktig interesserte i å følge opp behovene deres. Wattn fremstår dessuten som enkle å forholde seg til og har et solid omdømme blant egne kunder, noe som bidrar til et godt totalinntrykk.

I år som i fjor er Fjordkraft selskapet med de minst tilfredse bedriftskundene. Selv om servicenivået har bedret seg og selskapet oppleves som noe mer proaktivt, er dette ikke nok til å løfte totalinntrykket. Bedriftene oppfatter avtalene som mindre attraktive enn hos konkurrentene, etterlyser tettere oppfølging og mener de får for lite verdi for pengene. Kombinasjonen av dette og et relativt svakt omdømme gjør at Fjordkraft ender på bunn også i årets måling.

Kundetilfredshet Strøm Bedriftsmarked 2025



*Øvrige inkluderer blant annet selskaper som ENEAS, Polarkraft, Ishavskraft og Haugaland Kraft



Ønsker du mer innsikt fra studien?

Vårt oppdrag er å hjelpe bedrifter med å yte bedre ved å fordype oss i kundenes opplevelser av virksomheten. Vi tror sterkt på at gode relasjoner til kunder skaper vellykkede organisasjoner med solide resultater. Denne rapporten oppsummerer en omfattende analyse av intervjuer med 2700 strømkunder i privat- og bedriftssegmentet, og baserer seg på både kvalitative og kvantitative spørsmål.

Om du er interessert i mer informasjon og innsikt kan vi tilby en bransjerapport som gir tilgang til dyptgående analyser og resultater, historiske utviklinger, fritekstsvar og muligheter for sammenligning med andre aktører i bransjen.

Ønsker du ønsker en prat om denne studien eller andre studier vi har gjort, er det bare å ta kontakt med oss i EPSI.

Kontakt:

Fredrik Høst, Daglig leder
fredrik.host@epsi-norway.org
+47 48 86 76 01

Sindre Brochmann, Senior forretningsutvikler
sindre.brochmann@epsi-norway.org
+47 45 87 01 92

Ønsker du å lese mer om EPSI kan du gjøre det her: [Om EPSI](#)

Ønsker du å lese mer om hvordan vi måler kundetilfredshet finner du dette her: [Om kundetilfredshet](#)