

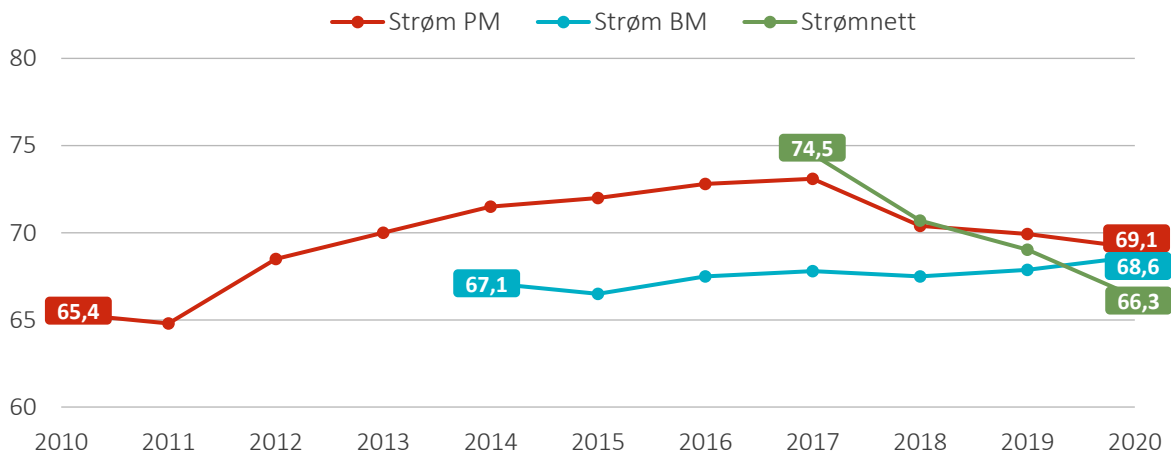


Strømselskapene 2020

Nedgang til tross for historiske lave strømpriser

Vi lever i et samfunn og en hverdag som blir mer og mer elektrifisert. Vi kommer til å forbruke mer strøm i årene som kommer, og denne utviklingen vil stille økte krav og forventninger til både kraftleverandørene og til nettselskapene rundt om i Norge. Strømprisene har historisk sett hatt stor innvirkning på tilfredsheten med kraftleverandørene, men til tross for at vi i løpet av året har sett de laveste strømprisene i Norge på 20 år viser en ny måling fra EPSI at kundetilfredsheten faller i privatmarkedet. I bedriftsmarkedet viser målingen at det er en liten oppgang fra i fjor, men selv ikke her virker til det at lave strømpriser har gitt særlig utslag. For nettselskapene (privatmarked) så faller tilfredsheten ytterligere. Mange av nettkundene er usikre på hvordan nettleien prises, og tilbakemeldingene tyder på at mange synes at nettleien er for høy.

FIGUR 1 Kundetilfredshet strøm- og nettselskapene 2010-2020



Informasjon og oppfølging

Strøm er et lavinteresseprodukt. I en slik bransje er det derfor viktig at leverandørene ikke er passive, men tar vare på de mulighetene som finnes for å bygge gode kunderelasjoner. Et virkemiddel for strømselskapene må da være å sikre at kundene holdes informert om ting som er relevant og av interesse for dem. Halvparten av kundene i både privat- og bedriftsmarkedet oppgir at de har mottatt informasjon fra strømselskapet det siste halvåret. Denne andelen holder seg ganske stabil i bedriftsmarkedet, men EPSI-studien viser en tydelig nedgang i privatmarkedet på dette feltet over flere år.

I arbeidet med å styrke kundeopplevelsen bør dette adresseres. De som regelmessig mottar informasjon vurderer sine strømselskaper som både mer pålitelige, mer proaktive og de føler seg kort og godt bedre ivarettatt. Dette påvirker tilfredsheten. God og målrettet informasjonsflyt bidrar til at kundene er mer fornøyde.

Bærekraft og miljøansvar er viktig for kundene

De fleste kraftleverandørene i Norge tilbyr i dag kundene en mulighet til å kjøpe strøm med opprinnelsesgaranti. 15 % av privatkundene og 18% av bedriftskundene svarer at de i dag har en slik garanti fra sin leverandør. Dette er en garanti som de aktuelle kundene verdsetter og er fornøyde med.

De som har strømvtales med opprinnelsesgaranti er gjennomgående mer positive til sine strømselskaper enn de som ikke har det. Selv om opprinnelsesgaranti koster ekstra, viser målingen at kundene opplever at de får vesentlig mer valuta for pengene. De opplever dessuten at leverandørene i langt større grad tar sitt samfunns- og miljøansvar på alvor. Kundene med opprinnelsesgaranti uttrykker et langt større engasjement overfor sine strømselskaper enn de som ikke har det, og er både godt fornøyde og langt mer lojale overfor sine leverandører.

STATUS I PRIVATMARKEDET

Strømprisene har vært historisk lave i store deler av 2020. Det har ved enkelte anledninger t.o.m. vært kommunisert at strømprisene har vært negative, og at kraftprodusentene faktisk har måttet betale for å bli kvitt strømmen. I og med at tidligere studier har vist en tett kobling mellom strømpriser og kundetilfredshet skulle man kunne forvente en viss stigning i tilfredsheten blant norske strømforbrukere. Men realiteten er en annen. En forklaring her kan være at forbrukeren vurderer nettleie og forbruk under ett, og at det har bygget seg opp en forventning om at den totale strømregningen skulle bli vesentlig lavere enn hva den faktisk har vært.

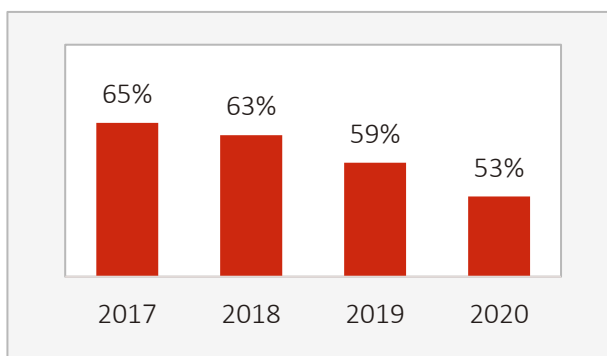
Det har dessuten vært en del medieomtale i høst rundt mulig prisjuks i bransjen. EPSIs måling – som ble gjennomført både før og etter den saken ble offentliggjort – viser at tilfredsheten er litt lavere blant kunder som er blitt intervjuet etter at prisjukset ble kjent. Det ser allikevel ikke ut til å ha hatt noen vesentlig effekt på kundetilfredsheten.

App-brukere har bedre kontroll

Målingen viser at en knapp fjerdedel av kundene opplever at det er vanskelig å ha kontroll over strømforbruket. Disse kundene er lite tilfredse med kraftleverandørene.

Det å kunne hjelpe kundene til en enkelt oversikt over forbruket er med andre ord viktig. Tilbakemeldingene viser at drøyt hver fjerde strømkunde har lastet ned appen til strømleverandøren sin. Disse kundene forteller at det er relativt lett å få oversikt over eget strømforbruk og har i snitt en klart høyere kundetilfredshet. En økt bruk av strøm-appen bør derfor promoteres da det kan bidra til bedre oversikt over forbruket for enda flere kunder.

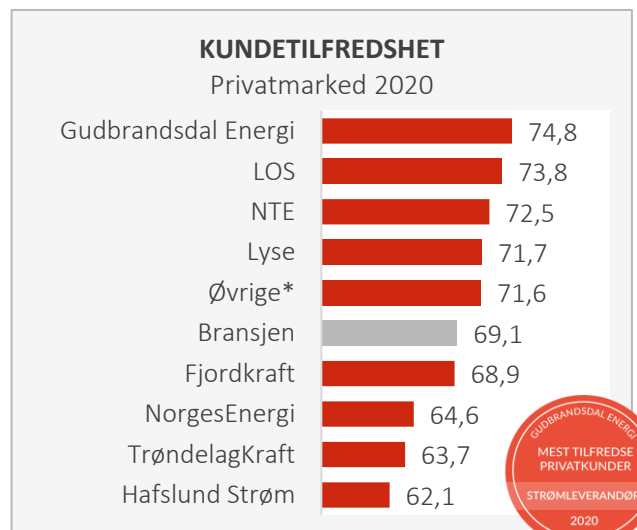
FIGUR 2 Andel som har mottatt informasjon siste 6 månedene (PM)



Kraftavtaler og opprinnelsesgaranti

Fjorårets studie viste at kunder med en fastprisavtale var godt fornøyde og følte at en slik avtale ga ro og stabilitet i en periode med høye priser. Det at strømprisene nå har falt betydelig endrer dette bildet. Fastpriskundene er nå mindre fornøyde enn spotpriskundene, og fastpris-kundene opplever naturlig nok at avtalen deres er mindre gunstig i tider med lav strømpris.

Det som ser ut til å skape begeistring er kraftavtaler med opprinnelsesgaranti. Denne kundegruppen har tatt et bevisst valg med tanke på å betale for fornybar strøm. Kundene tar selv et aktivt miljøansvar og kommer med sitt bidrag inn i samfunnets bærekraftsarbeid. Analysen viser at disse kundene er betydelig mer fornøyde med strømleverandøren sin enn de som ikke har det.



Gudbrandsdal Energi på topp

Gudbrandsdal Energi tar tilbake førsteplassen i årets måling. Gudbrandsdal Energi går fram fra i fjor og oppleves som et enkelt og pålitelig strømselskap med gode priser og topp service. LOS gjør det fortsatt godt, og befester sin posisjon som et selskap med mange fornøyde kunder.

Hafslund Strøm er nok en gang selskapet som har de minst fornøyde kundene i denne målingen. Hafslund får jevnt over svakere tilbakemeldinger fra sine kunder enn hva konkurrentene gjør. I følge kundene så klarer ikke Hafslund å tilby fullt så attraktive avtaler som konkurrentene, de fremstår som en dyrere strømleverandør, og kundene føler seg i mindre grad fulgt opp og ivaretatt.

STATUS I BEDRIFTSMARKEDET

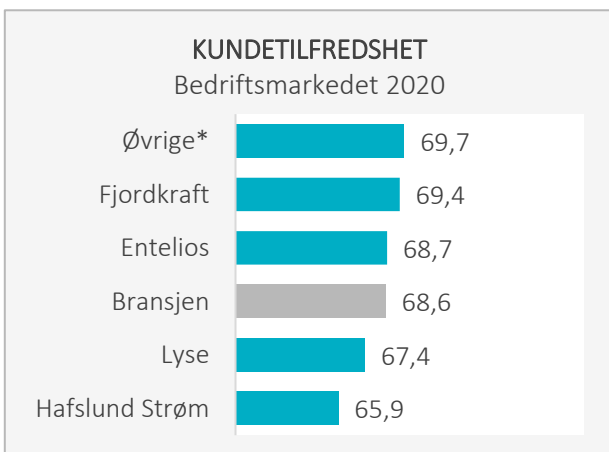
Tilfredsheten i bedriftsmarkedet krabber videre oppover, og tilfredsheten er nå på høyde med privatmarkedet.

Strøm er også et lavinteresseprodukt for mange bedrifter, men langt fra alle. Undersøkelsen viser at det er tydelige forskjeller mellom bedrifter som har et begrenset strømforbruk og de bedriftene som bruker mye strøm til bl.a. industri og produksjon. For bedrifter som er avhengig av store mengder energi i driften er strøm forretningskritisk. Studien viser at bransjen har spesielt gode kunderelasjoner til bedrifter som bruker mer enn 10 GWh årlig, og gjør en god jobb med å ta vare på de største og viktigste kunder. Disse kundene har egne kontaktpersoner i kraftselskapene, de får regelmessig informasjon som er relevant for dem, og de opplever i stor grad at kraftselskapene er proaktive overfor dem.

Kun små forskjeller mellom aktørene

I bedriftssegmentet er det i år gruppen med øvrige kraftleverandører som får den beste tilbakemeldingen. Denne gruppen omfatter mange kraftselskaper, deriblant NTE, NorgesEnergi, Eneas og Ishavskraft.

Fjordkraft kan vise til en liten fremgang fra i fjor. De evner å tilby relativt attraktive strømvtaler til sine bedriftskunder. Entelios sin styrke ligger i håndteringen av de store kundene. Hafslund Strøm kan vise til en fin fremgang fra i fjor, men får også i år den svakeste tilbakemeldingen i denne studien.



*Intervjuer med kunder av andre kraftleverandører enn de ovennevnte samles i gruppen «Øvrige».

STATUS FOR STRØMNETTET

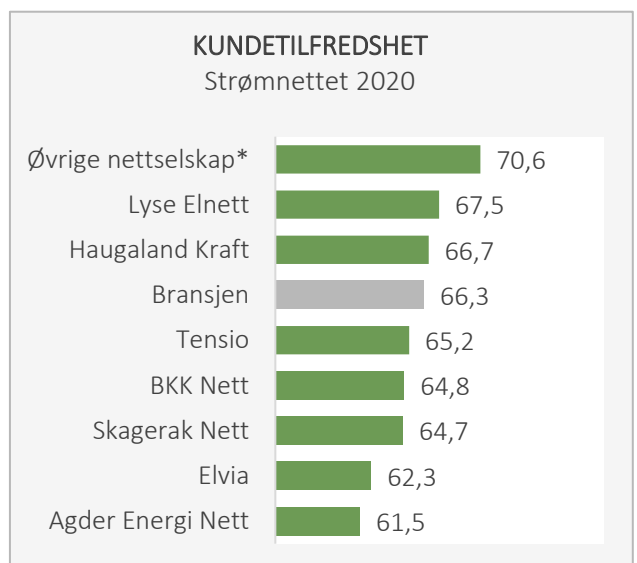
Kundetilfredsheten med strømmettet (privatkunder) ble første gang målt i 2017. Da var kundetilfredsheten med nettleverandørene god, men deretter har tilbakemeldingene blitt dårligere. To elementer som tydelig påvirker kundetilfredsheten er prisen på nettleien og eventuelle strømbrudd.

Studien har over de siste årene vist at kundene ikke helt forstår hvordan prisen på nettleien beregnes, og usikkerhet er en negativ variabel inn i kundeopplevelsen. Flertallet av kundene mener at nettleien ikke er fornuftige priset, og kundene virker faktisk mer forvirret i år enn i fjor. I en periode hvor nettleien har vært høyere enn prisen på strømmen, har kostnaden ved nettleie kommet tydeligere frem. Kun 29 % av de spurte oppgir at de er kjent med hvordan prisen på nettleien beregnes, men disse er til gjengjeld vesentlig mer positive overfor nettselskapene sine.

Undersøkelsen viser dessuten en liten økning i andelen som i løpet av det siste året har opplevd et strømbrudd. Selv om de aller fleste strømbruddene fikses innen rimelig tid, har strømbrudd en negativ innvirkning på kundetilfredsheten.

De mindre selskapene best igjen

Som i fjor er det fortsatt gruppen med øvrige nettselskap som får den beste tilbakemeldingen. Denne gruppen omfatter mange selskaper, deriblant Troms Kraft Nett, Helgeland Kraft Nett (Linea), Glitre Energi Nett og Mørenett.



*Intervjuer med kunder av andre nettselskaper enn de ovennevnte samles i gruppen «Øvrige».

OM EPSI RATING

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 så 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 STUDIEN

Feltarbeidet er gjort av Norstat Norge i perioden fra 31. august til 17. november. Totalt er det gjennomført 1891 intervjuer av privatkunder i alderen 18 – 85 år. I bedriftssegmentet er det gjennomført 752 intervjuer med bedrifter med én ansatt eller flere. Blant strømnettkundene er det gjennomført 1106 intervjuer av privatkunder i alderen 18 – 85 år.

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 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 så kan man si at forskjeller på 2,5 indekspoeng eller mer er signifikante. EPSI bruker 95 % signifikansnivå som standard.

En tilsvarende studie er gjennomført i Sverige, Danmark og Finland.

For mer informasjon, ta kontakt med:

Fredrik Høst, Daglig leder EPSI Rating Norge

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

