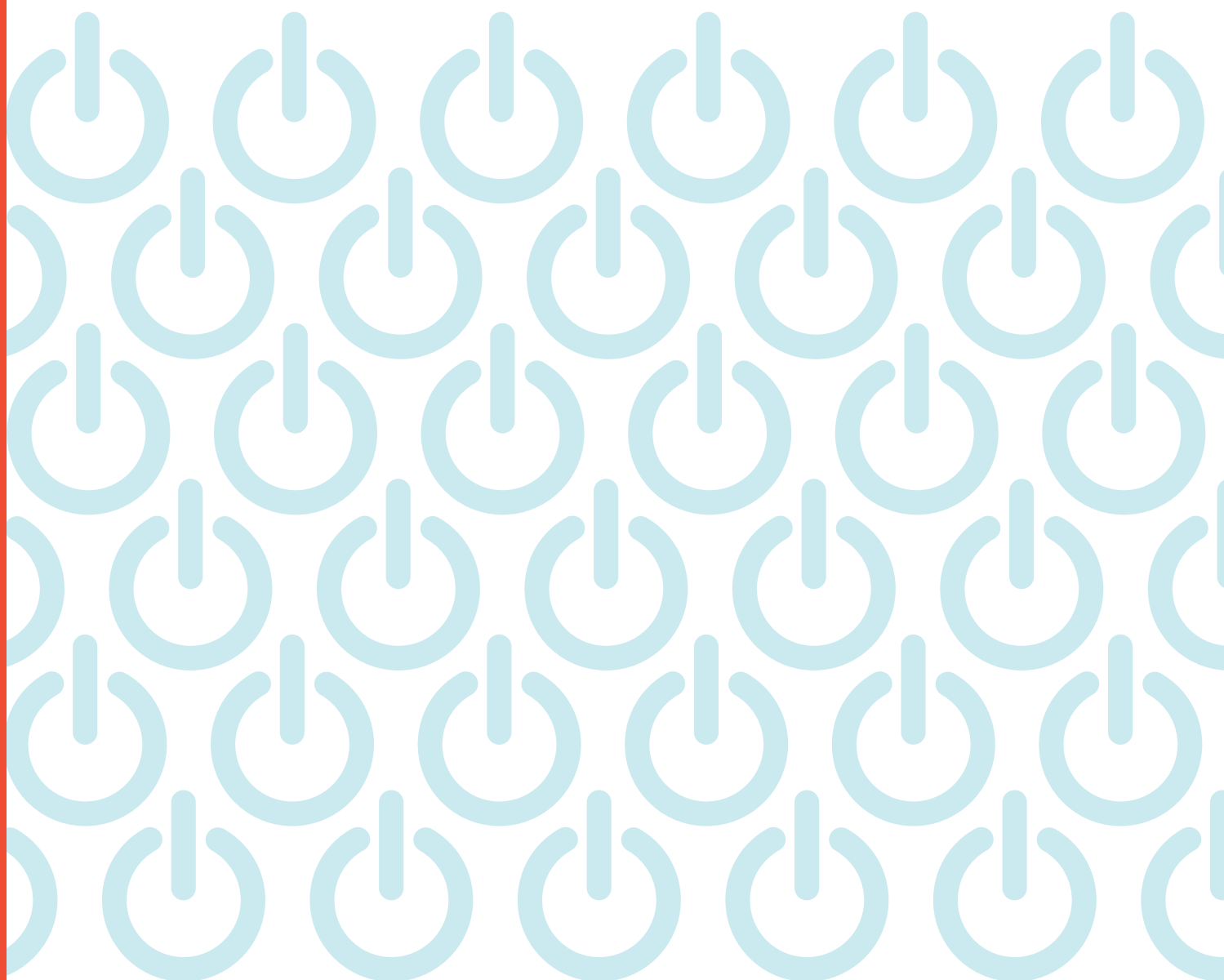


SVENSKT KVALITETSINDEX

Energi 2014

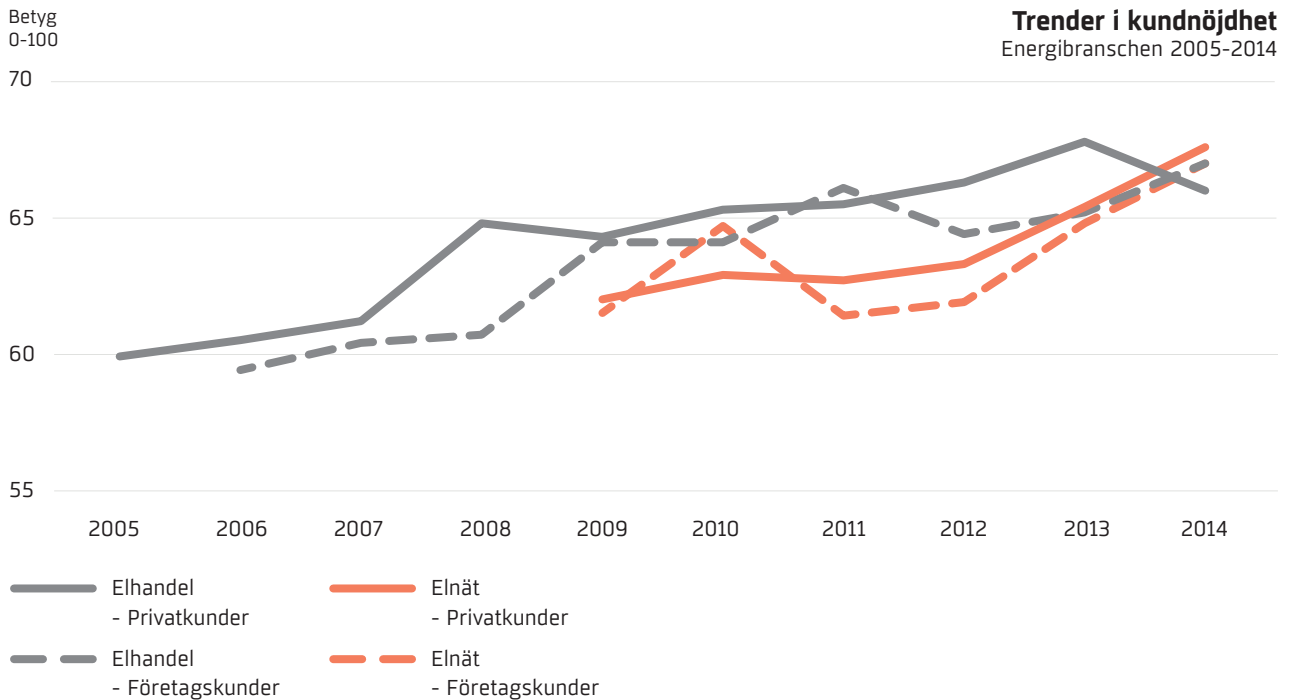


För ytterligare information besök vår hemsida
(www.kvalitetsindex.se) eller kontakta;

Maria Söder,
telefon: 070 220 89 99,
e-post: maria.soder@kvalitetsindex.se

Pedram Kaivanipour,
telefon: 070 789 20 14,
e-post: pedram.kaivanipour@kvalitetsindex.se.

SVENSKT KVALITETSINDEX



Nöjdhet och förtroende

Kundnöjdheten bland elnäts- och elhandelskunder är i år mycket jämn vilket till stor del beror på att elnätsbolagen under de senaste åren fått nöjdare kunder. En förklaring till det är att nätbolagen blivit bättre på att leva upp till kundernas förväntningar. Trots nöjdare kunder är kännedomen om elnätsföretagens verksamheter mycket begränsad och ett viktigt förbättringsområde. Förtroendet för energibranschen har ökat de senaste åren men ligger fortsatt på låga nivåer. Att kundernas förtroende för branschen är lägre än deras nöjdhet med sina leverantörer är inte unikt för energibranschen. Det följer ett vanligt mönster som återfinns i flertalet branscher som SKI undersöker. En förklaring till det kan vara att förtroendet påverkas av det kunderna ser och hör om branschen medan nöjdheten baseras på egna upplevelser av sin leverantör.

En bransch med stark miljöprofil?

Det råder delade meningar huruvida bolagen i energibranschen förknippas med en stark miljöprofil men det är utan tvekan till bolagens fördel om kunderna har den bilden av dem. Nästan hälften av kunderna i energibranschen har det och dessa är också mer nöjda än de som inte förknippar bolagen med en stark miljöprofil. Ett bolag som sticker ut i positiv bemärkelse är OX2 Vindel. Störst utmaning kring detta ser vi hos de tre stora bolagen och särskilt hos Vattenfall.

Elkunder har kontakt med två företag, elnätsföretag och elhandelsföretag. Det är vanligt att företaget fungerar både som nät- och elhandelsföretag.

➤ **Elnätsföretag** Äger och ansvarar för underhåll av elnäten som transporterar el från den plats där den produceras fram till kunderna. På denna marknad är det som kund inte möjligt att välja leverantör.

➤ **Elhandelsföretag** Säljer el till hushåll och företag. Denna marknad är avreglerad sedan 1996, vilket innebär att kunder fritt kan välja vilket elhandelsföretag som de vill teckna sitt elhandelsavtal med.

➤ **Fjärrvärme** Är en den vanligaste uppvärmningsformen för flerbostadshus och lokaler i Sverige. Värmen produceras i en central anläggning och skickas sedan ut till kunderna genom särskilda rör i form av varmt vatten. Vattnet kan sedan användas för uppvärmning av element eller varmvatten i kranarna.

NÖJDAST KUNDER INOM ENERGI



4

FÖRETAGSKUNDER

Elhandel



LULEÅ ENERGI

Elnät



LULEÅ ENERGI

Fjärrvärme



LULEÅ ENERGI

PRIVATKUNDER

Elhandel



OX2 VINDEL

Elnät



SKELLEFTEÅ KRAFT

Fjärrvärme



LULEÅ ENERGI

>> E.ON

Är det företag som ökat mest i nöjdhet bland företagskunderna <<

Elhandel

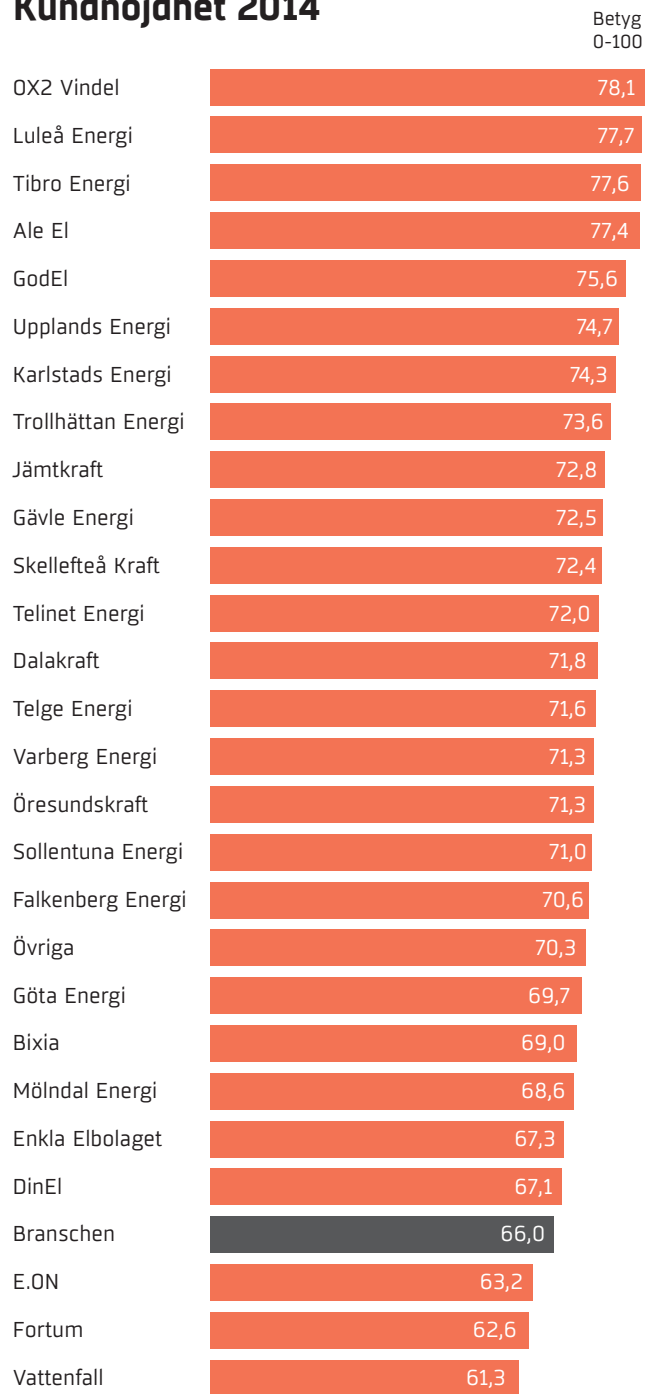
Företagskunderna har blivit något nöjdare och deras förtroende för branschen har stärkts från 2013. E.ON är på företagsmarknaden det företag som ökat allra mest i nöjdhet och sticker nu ut i positiv bemärkelse i jämförelse med de två andra stora bolagen. Utmärkande för Vattenfall är att de har mycket stora utmaningar vad gäller interaktionen med sina kunder.

På privatmarknaden är branschutvecklingen den motsatta, kundnöjdheten har där minskat något från 2013. Det beror främst på att Vattenfall tappat i betyg.

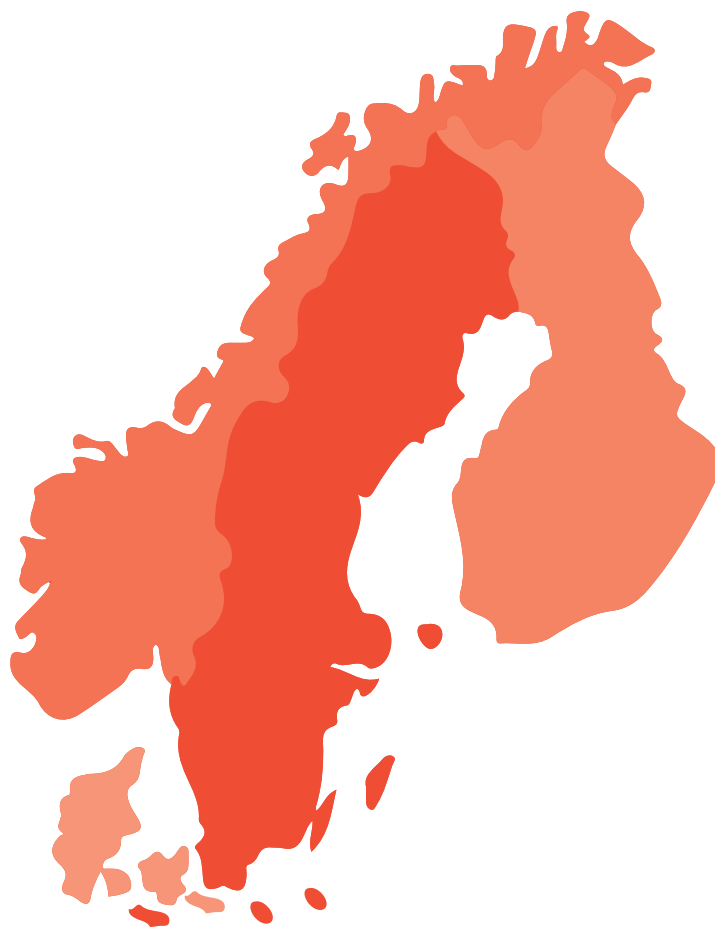
Gemensamt för företag med hög kundnöjdhet är bland annat att de lyckats profilera sig på ett sätt som kunderna förstår och uppskattar. För OX2 Vindel är det miljön som kunderna värnar om och för Luleå Energi är det den lokala anknýtningen som upplevs som både trygg och positiv. Ett problem för de tre stora kan vara att de ofta upplevs som just stora och har en mer heterogen kundgrupp, vilket gör det svårt att tillgodose kundernas olika preferenser.

Vilka följer sin förbrukning?

De privat- och företagskunder som aktivt följer sin elförbrukning är också nöjdare än andra och upplever sin el som mer prisvärd. Det är främst privatkunder som är 50 år och äldre samt företagskunder med hög energiförbrukning som aktivt gör detta. Men det är långt ifrån alla som är intresserade, ungefär 50 procent av kunderna uppger att de inte skulle vilja följa sin förbrukning.

Elhandel privatmarknad Kundnöjdhet 2014

63%
skulle kunna tänka sig att köpa el från företag i andra nordiska länder.



6

Inställning till nordisk slutkundsmarknad

Kundernas intresse för en nordisk slutkundsmarknad, som bland annat innebär att elkunder fritt ska kunna välja elhandelsföretag inom Norden, varierar. Företagskunder hör till de mer positiva där 63 procent skulle kunna tänka sig att köpa el från företag i andra nordiska länder. Drygt hälften av privatkunderna kan tänka sig detta. Gemensamt för dem som kan tänka sig en utländsk leverantör är att de är mindre nöjda med sina avtal och med sina nuvarande leverantörer.

Mycket kontakt, men inte med de egna kunderna

Att kontakta sina kunder tycks vara uppskattat men sällsynt bland elhandelsföretagen. I de fall där det sker är kunderna betydligt nöjda. Generellt har dock kunderna inte särskilt mycket kontakt med sina elhandelsföretag och den sker övervägande på kundernas initiativ.

En betydligt högre andel, 43 procent har fått säljsamtal från andra elhandelsbolag. Dessa kunder, som dock valt att inte byta, är både nöjdare och mer lojala än de som inte blivit kontaktade av andra bolag. Det skulle kunna bero på att dessa kunder får ett tillfälle att bekräfta sitt tidigare val.

Oengagerade kunder - en fortsatt utmaning För branschen

Oengagerade kunder som inte vet vad de har för elavtal är en utmanande kundgrupp för branschen. Dessa kunder har generellt en negativ bild av sina elhandelsföretag, de är knappt nöjda och inte heller särskilt intresserade av produkten el. För denna kundgrupp är i regel mer information och ett brett utbud av elavtal inte lösningen. Det handlar snarare om att bygga ett tillräckligt starkt varumärke som även når dessa kunder.

ATT VARA I KONTAKT MED SITT
ELNÄTSFÖRETAG AV ANDRA ANLEDNINGAR
ÄN KLAGOMÅL ELLER STRÖMAVBROTT UPPLEVS
AV KUNDERNA SOM NÅGOT POSITIVT

Elnät

Trots att andelen oplanerade strömavbrott ökat under det senaste året så blir elnätskunderna långsamt allt nöjdare med sina nätbolag. Det är på företagsmarknaden de största förändringarna bland bolagen från 2013 kan noteras där Luleå Energis kunder har blivit avsevärt nöjdare, även Skellefteå Kraft och E.ON visar positiva resultat.

De oplanerade strömavbrotten som drabbat ca 40 procent av kunderna under det senaste året är ett fortsatt problem för branschen i den mening att de en tydlig negativ påverkan på kundernas nöjdhet. Det leder även till att deras framtida förväntningar på bolagen sänks. I regel åtgärdas avbrotten inom en rimlig tid men det är bristen på information som stör kunderna. Vid planerade avbrott är detta däremot inget problem och det påverkar inte heller kundernas uppfattning negativt.

Kontakten med kunderna är viktig

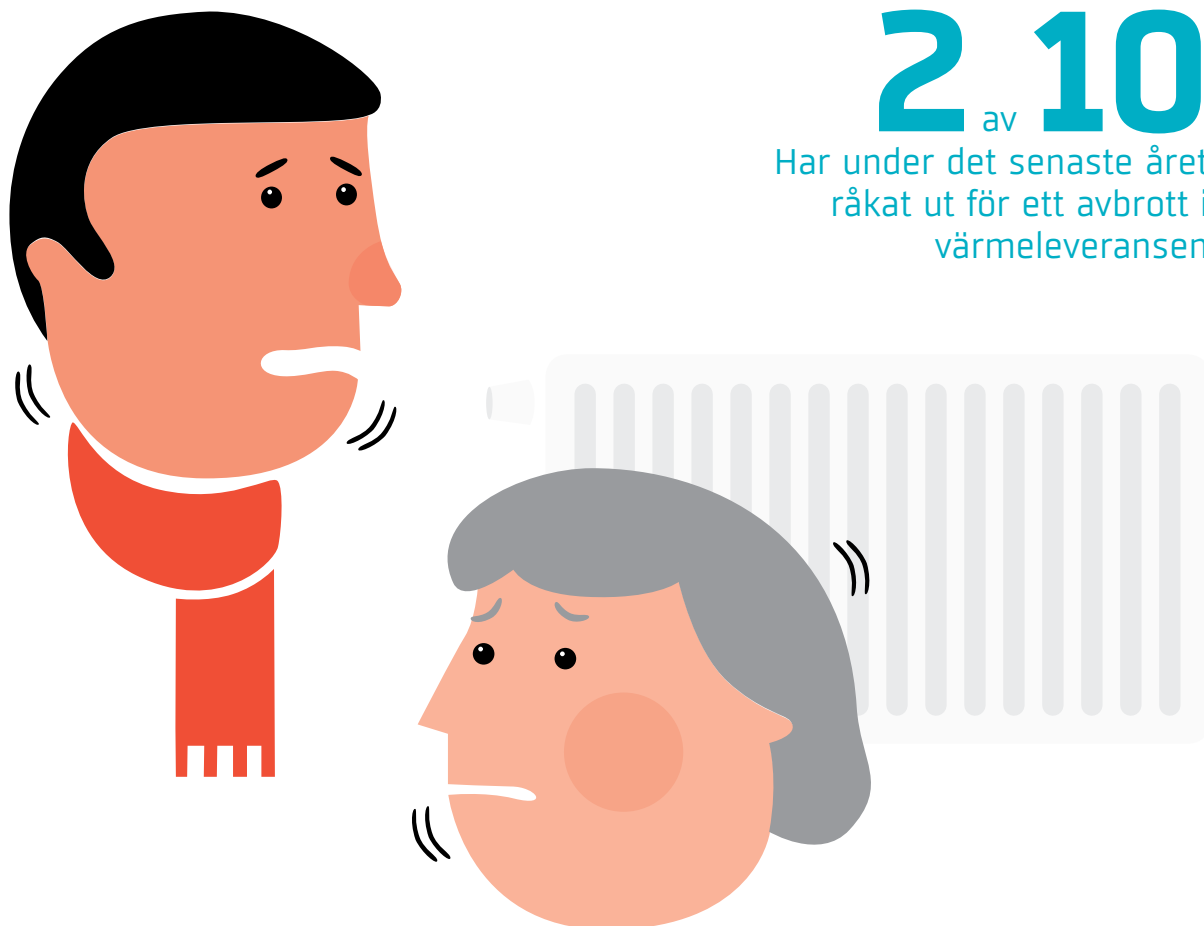
Att vara i kontakt med sitt elnätsföretag av andra anledningar än klagomål eller strömavbrott upplevs som något positivt av kunderna. Ungefär var femte kund har under det senaste året haft en sådan kontakt. Detta fungerar generellt så pass bra att det höjer kundnöjdheten, vilket kan bero på att kunderna får hjälp redan vid första kontakten. En minskad kontakt mellan kunder och elnätsbolag kommer troligtvis leda till att även nöjdheten för branschen och de enskilda bolagen minskar.



Ca 40 procent av elnätskunderna har drabbats av oförutsedda strömavbrott.

Fast i kundrelationen

Som kund har man inte möjlighet att välja elnätsbolag. Det är ett problem då det är tydligt att det finns kunder som känner sig fastlåsta i en kundrelation som de inte vill ha. Dessa kunder har en negativ bild av nätbolagen och väljer i den mån det är möjligt att teckna övriga tjänster hos andra företag, som t.ex. sitt avtal för elhandel.



Fjärrvärme

Inom SKIs undersökningar i energibranschen är fjärrvärmekunderna de mest nöjda. En stor andel av kunderna har erfarenhet av andra uppvärmningsformer och när de jämför dessa är kunderna tydliga med att de är mycket nöjda med fjärrvärmerna. De flesta tror dessutom att fjärrvärme kommer vara en bra lösning även om 10 år.

Information – det viktigaste vid avbrott

Två av tio kunder har under det senaste året råkat ut för ett avbrott i värmeleveransen. Hur detta påverkar deras upplevelse av bolagen beror till stor del på hur bra information de får. Planerade avbrott hanteras så pass bra att det till och med höjer kundnöjdheten. Av samma anledning upplevs de oplanerade avbrotten mycket negativt, då kunderna inte blivit tillräckligt bra informerade. Detta

>> De flesta tror att fjärrvärme kommer vara en bra lösning även om 10 år. <<

skadar branschen då dessa kunder känner ett lägre förtroende.

Om prismodellen

En förutsättning för att fjärrvärmekunderna ska vara nöjda med prisnivån är att de förstår bolagens prismodeller. Kundernas förståelse för detta varierar men det är generellt sett inget problem för branschen.

Kundnöjdhet Elhandel privatmarknad 2010 – 2014

NÖJDHET					
Aktör	2010	2011	2012	2013	2014
Ale El	-	-	73,8	77,4	77,4
Bixia	63,9	67,0	67,6	70,1	69,0
Dalakraft	-	67,8	68,2	70,2	71,8
DinEl	64,3	64,3	67,2	67,5	67,1
E.ON	60,5	60,9	65,3	63,9	63,2
Enkla Elbolaget	-	-	-	-	67,3
Falkenberg Energi	-	-	73,2	73,0	70,6
Fortum	59,1	60,3	63,6	65,3	62,6
GodEl	74,4	72,0	76,0	76,4	75,6
Gävle Energi	71,4	70,2	69,7	-	72,5
Göta Energi	64,7	63,8	66,0	69,6	69,7
Jämtkraft	70,9	72,7	72,9	75,2	72,8
Karlstads Energi	71,0	69,2	72,8	72,4	74,3
Luleå Energi	76,9	78,4	77,6	78,5	77,7
Mölnadal Energi	-	-	66,7	67,7	68,6
OX2 Vindel	-	-	-	-	78,1
Skellefteå Kraft	70,6	71,6	71,4	72,2	72,4
Sollentuna Energi	67,5	74,2	71,5	-	71,0
Telge Energi	72,3	71,4	69,8	70,0	71,6
Telinet Energi	-	-	-	76,5	72,0
Tibro Energi	-	-	-	-	77,6
Trollhättan Energi	-	-	-	-	73,6
Upplands Energi	-	-	71,4	72,3	74,7
Varberg Energi	73,5	72,1	70,2	71,3	71,3
Vattenfall	62,9	63,3	63,5	64,4	61,3
Öresundskraft	63,6	67,2	67,1	69,4	71,3
Övriga	71,1	69,8	68,3	72,3	70,3
Branschen	65,3	65,5	66,3	67,8	66,0

Kundnöjdhet Elhandel företagsmarknad 2010 – 2014

NÖJDHET					
Aktör	2010	2011	2012	2013	2014
Bixia	64,0	62,3	65,7	65,0	70,0
Dala Kraft	69,1	69,8	66,7	68,4	71,1
DinEl	59,8	64,4	63,6	66,2	67,6
E.ON	60,9	64,6	62,7	61,9	69,2
Falkenberg Energi	-	-	69,2	69,8	67,8
Fortum	53,9	59,2	60,4	59,6	59,8
Gävle Energi	67,4	71,6	67,1	-	66,7
Luleå Energi	72,6	74,3	74,9	76,6	77,7
Skellefteå Kraft	70,5	72,8	71,2	71,4	71,8
Telge Energi	66,7	65,5	62,6	66,6	68,6
Varberg Energi	-	-	70,3	-	70,5
Vattenfall	59,0	60,0	64,7	62,9	65,6
Öresundskraft	62,6	63,4	66,0	67,8	69,9
Övriga	68,2	70,1	64,9	67,4	68,6
Branschen	64,1	66,1	64,4	65,2	67,0

10

Kundnöjdhet Elnät privatmarknad 2010 – 2014

NÖJDHET					
Aktör	2010	2011	2012	2013	2014
E.ON	60,1	59,0	60,5	61,9	64,2
Falkenberg Energi	-	-	61,2	66,9	69,7
Fortum	55,2	56,9	57,9	59,5	60,9
Gävle Energi	63,3	-	66,2	-	68,3
Göteborg Energi Nät	-	54,9	58,6	63,3	63,4
Luleå Energi	75,1	78,5	78,1	76,4	76,6
Skellefteå Kraft	73,5	73,0	71,9	77,7	77,6
Vattenfall	59,4	59,6	60,5	62,0	64,8
Öresundskraft	61,9	64,2	64,8	70,4	71,3
Övriga	67,9	68,4	69,4	67,8	70,4
Branschen	62,9	62,7	63,3	65,4	67,6

TABELLER (alfabetisk ordning)

Kundnöjdhet Elnät företagsmarknad 2010 – 2014

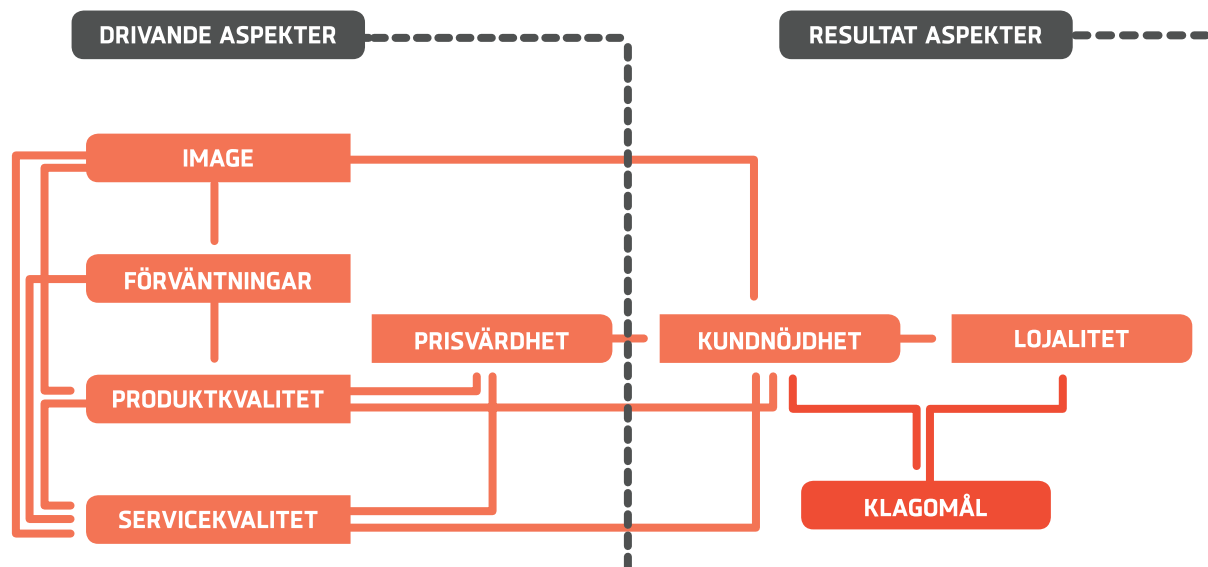
NÖJDHET					
Aktör	2010	2011	2012	2013	2014
E.ON	61,5	58,2	55,7	60,2	65,9
Falkenberg Energi	-	-	60,3	63,0	68,5
Fortum	55,0	52,3	55,2	58,3	59,2
Gävle Energi	67,0	-	63,8	-	69,7
Göteborg Energi Nät	-	58,3	59,0	61,4	65,5
Luleå Energi	-	-	67,2	77,5	78,9
Skellefteå Kraft	68,5	71,6	69,0	74,5	74,4
Vattenfall	57,3	58,2	57,1	58,2	64,4
Öresundskraft	62,6	60,7	64,2	65,8	70,9
Övriga	68,7	64,5	65,5	68,5	68,9
Branschen	64,7	61,4	61,9	64,8	67,0

Kundnöjdhet Fjärrvärme privatmarknad 2010 – 2014

NÖJDHET					
Aktör	2010	2011	2012	2013	2014
E.ON	67,2	65,1	66,1	68,9	69,1
Falkenberg Energi	-	-	61,2	62,4	61,0
Fortum	53,3	55,4	61,4	62,9	66,7
Gävle Energi	69,0	-	71,8	-	75,0
Göteborg Energi	-	-	-	68,2	68,8
Hässleholm Miljö	-	-	-	-	75,8
Karlstad Energi	68,5	71,6	69,0	74,5	74,4
Luleå Energi	81,4	85,7	81,9	83,9	83,5
Mölnadal Energi	-	-	-	68,7	69,2
Skellefteå Kraft	69,6	71,8	73,8	77,4	77,1
Vattenfall	60,9	61,0	61,6	65,7	64,9
Öresundskraft	69,7	70,9	67,7	69,2	71,1
Övriga	68,1	74,0	70,9	71,9	73,6
Branschen	67,8	70,1	69,0	69,8	71,4

Kundnöjdhet Fjärrvärme företagsmarknad 2010 – 2014

NÖJDHET					
Aktör	2010	2011	2012	2013	2014
E.ON	62,5	65,6	65,3	67,0	67,9
Falkenberg Energi	-	-	62,8	65,9	68,2
Gävle Energi	71,2	-	71,6	-	70,5
Göteborg Energi	-	-	-	-	62,3
Hässleholm Miljö	-	-	-	-	71,8
Luleå Energi	-	-	78,8	80,9	80,3
Mölnadal Energi	-	-	-	-	67,8
Vattenfall	63,0	61,3	63,5	62,2	64,3
Öresundskraft	62,9	65,7	66,0	66,5	67,4
Övriga	68,1	69,3	69,3	70,5	68,8
Genomsnitt	64,2	63,5	66,7	68,7	68,9



Om Energistudien 2014

Intervjuerna som detta underlag bygger på har genomförts via telefon under perioden oktober – november 2014 av EVRY. Målgruppen består av personer i åldern 18 – 79 år som är bosatta i Sverige samt företag i Sverige med minst en anställd och som har en kundrelation till elhandel-elnät eller fjärrvärmeföretag. Totalt har 15 000 intervjuer genomförts.

Förutom de särredovisade aktörerna finns också gruppen övriga som består av de övriga aktörerna verk-samma på marknaden för respektive bransch. Resultaten presenteras i form av betyg på en skala 0 till 100. När index eller betyg diskuteras så är det alltså inte procent utan enheter. Ju högre betyg desto bättre anser de faktiska kunderna att produkterna och leverantörerna uppfyller deras krav och förväntningar. Motsvarande studier är genomförda i Norge, Danmark och Finland.

För mer information kring studien kontakta: Maria Söder, 070 220 89 99, e-post: maria.soder@kvalitetsindex.se eller Pedram Kaivanipour, 070 789 20 14, pedram.kaivanipour@kvalitetsindex.se.

Kundnöjdhet – Hur kommer SKI fram till det?

SKIs forskningsbaserade metod utgör en grund för opartiskhet och trovärdighet. Genom att ställa frågor om hur kunder upplever kvaliteten kring en vara eller tjänst visar SKI vad får kunder att förbli kunder.

Vi visar vad som driver kunder att bli och förbli kunder.

Kundnöjdhet och förtroende är två viktiga nyckelindikatorer för aktörer inom energibranschen. Utöver att mäta dessa undersöks i SKI-modellen även fem andra områden (aspekter) för att förklara vad som gör kunder nöjda.

Varje aspekt består av ett antal underliggande frågor. Figuren nedan visar de aspekter som SKI-modellen bygger på.

Betygen för respektive aspekt presenteras på en 0:100-skala. Ju högre betyg desto bättre omdöme

har aktören fått av sina kunder. Generellt sett har branscher och aktörer som erhåller betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan aktör och kund.

Om Svenskt Kvalitetsindex

Svenskt Kvalitetsindex (SKI) är ett oberoende undersökningsföretag som genomför kund- och medarbetarstudier.

Vi mäter företag, kommunala tjänster samt myndigheter och våra studier täcker idag en rad branscher/områden. På årsbasis genomförs ungefär 300 000 intervjuer. I våra branschstudier visar vi hur samtliga stora aktörer uppfattas av sina kunder och huvudresultaten publiceras alltid för allmänheten.

Svenskt Kvalitetsindex (SKI) är en del av EPSI Rating Group som genomför syndikerade kundundersökningar i hela Norden.