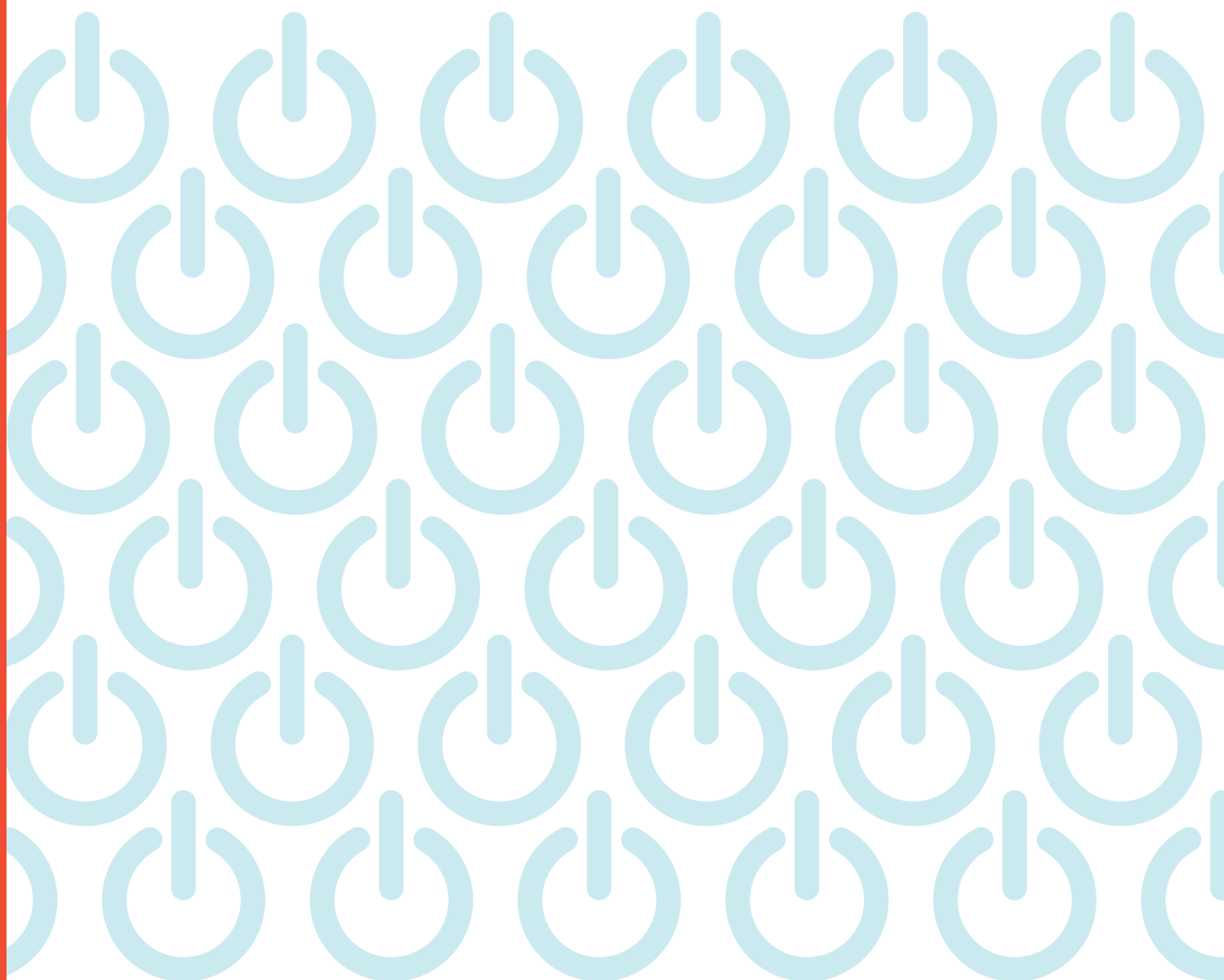


SVENSKT KVALITETSINDEX

Energi 2015

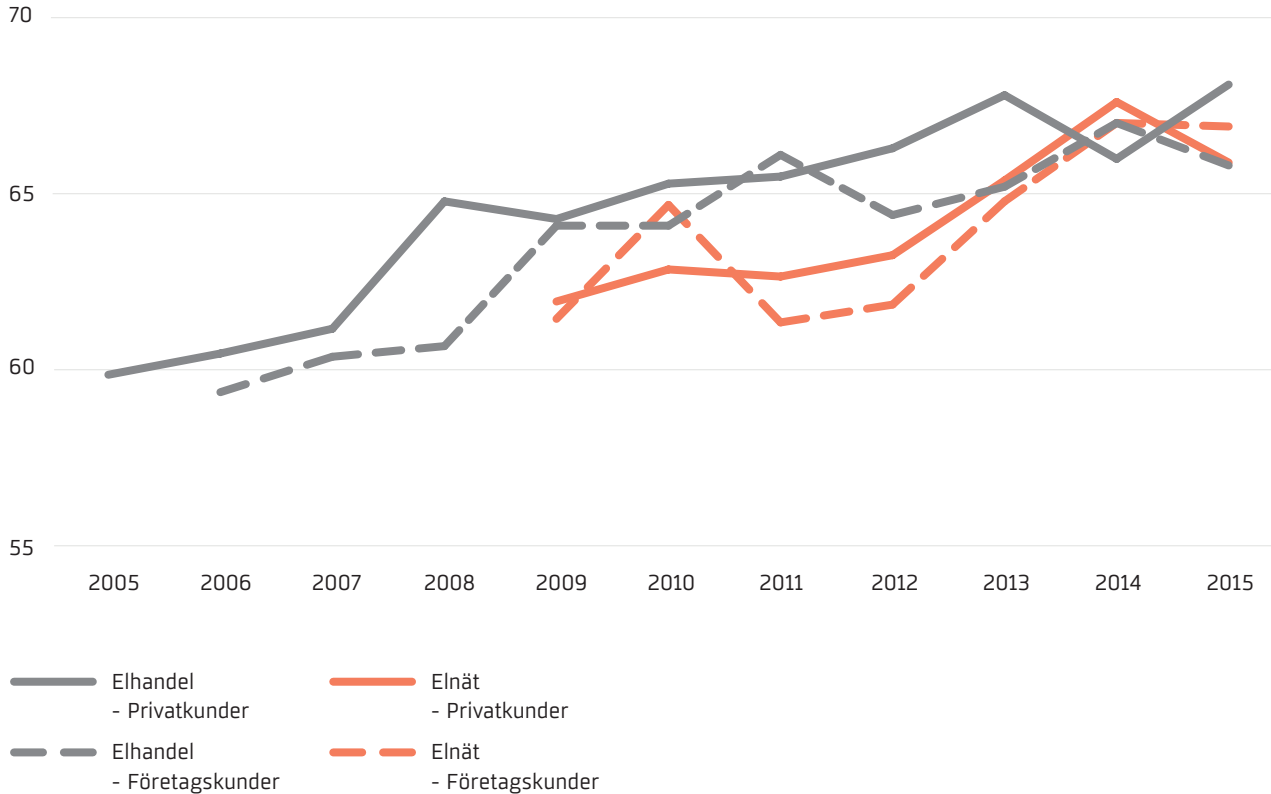


För ytterligare information besök vår hemsida
(www.kvalitetsindex.se) eller kontakta;

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

Laurina Qvarnström
telefon 070 880 27 13
e-post: laurina.qvarnstrom@kvalitetsindex.se

SVENSKT KVALITETSINDEX

Betyg
0-100**Trender i kundnöjdhet**
Energibranschen 2005-2015

Nu är energibolagen lika bra på kundrelationer som bankerna

På lång sikt är trenden i kundnöjdhet positiv för energibranschen och kunderna är numera lika nöjda med sina elhandelsföretag som de är med sina banker. Branschen fortsätter även att successivt stärka sitt förtroende bland kunderna. Kombinationen av ett ökat kundfokus bland bolagen och en längre tid med låga elpriser kan vara några av förklaringarna till det.

Elkunder har kontakt med två företag, elnätsföretag och elhandelsföretag. Det är vanligt att företag 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 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.



ATT BEKRÄFTA SINA
LOJALA KUNDER ÄR
NÅGOT SOM BRAN-
SCHEN BLIVIT BETYD-
LIGT BÄTTRE PÅ

4

Mjuka värden avgörande i teknisk bransch

Vägen till de mest nöjda kunderna går via andra kunders rekommendation. Energibolag som satsar på att få nöjdare kunder bör lägga sin energi på att få kunderna att känna att de månar om dem. Ett sätt att stärka denna känsla är att följa försäkringsbranschens exempel på långsiktig kundvård och öka kontaktgraden.

Att bekräfta sina lojala kunder tycks vara något som branschen blivit betydligt bättre på under det senaste

året vilket är positivt och gör skillnad för kundupplevelsen. Bäst i klassen på detta är Luleå Energi och OX2 Vindel medan Telinet Energi har utmaningar inom detta område.

Jämfört med andra branscher som SKI mäter har kunderna inom elhandel sällan kontakt med sina leverantörer och deras engagemang för produkten är förhållandevis lågt. Det gör att kunderna påverkas mycket av medias bild av branschen. – Ta Vattenfall som exempel, de kan ha en kundservice i världsklass men om kunderna inte är i kontakt med dem spelar det inte en avgörande roll. De ser bara ett bolag med ryggsäcken full av brunkol säger Johan Parmler, VD Svenskt Kvalitetsindex.

Vad vill kunderna ha - förutom el?

Det kan låta som en dum fråga men faktum är att företag som får höga betyg i Svenskt Kvalitetsindex mätningar ofta har lyckats identifiera ett behov bortom det självklara. Inom försäkring är det trygghet och inom bank är det förtroende som är viktigt för kunderna. - Att konkurrera enbart på pris är inget långsiktigt framgångsrecept eftersom kunden per default gör en dålig affär (i morgon är någon annan billigare) säger Johan Parmler.

Fortsatt kamp om lättroliga kunder

Som tidigare år kan vi notera att elhandelskunderna i betydligt högre utsträckning varit i kontakt med andra leverantörer än sin egen eftersom det pågår mycket säljverksamhet i branschen. Men de som nappar på erbjudandet och byter leverantör är i regel inte särskilt nöjda. Trots att priset ofta varit en drivande faktor till bytet upplever kunderna inte dessa bolag som mer prisvärda än andra.

Vem är intresserad av grön el?

I en tid där klimatfrågan blir allt mer central har det även blivit vanligt att elhandelsföretagen erbjuder sina kunder att köpa "grön el" och möjlighet att välja elens produktionskälla. Noterbart är att det finns skillnader mellan generationerna då 40-talisternas intresse för grön el är betydligt svalare än 80- och 90-talisternas där 6 av 10 är mycket intresserade av att själva välja produktionskälla för sin el. 40-talisterna är däremot mer aktiva vad gäller att följa sin förbrukning och att omförhandla sina avtal.

Vem är framtidens vinnare?

Att som kund ha tillgång till transparenta och oberoende prisjämförelser är något som EU-Kommissionen trycker allt mer på. I Sverige finns krav på att elhandelsföretagen ska ange jämförelsepris som ska underlätta för konsumenterna att jämföra pris på olika avtal. Hur upplever då kunderna möjligheterna till detta?

Ungefär 4 av 10 kunder tycker att det finns goda möjligheter till bra jämförelser och majoriteten, 7 av 10 är mycket nöjda med sina elavtal. Det innebär att bra avtal går mot att bli en självklarhet för kunderna. Den dagen Nordisk slutkundsmarknad blir verklighet och alla Nordens elhandelsföretag har möjlighet att sälja el i Sverige blir det svårt för de bolag som inte tänker nytt. - Kundnära elhandelsföretag som tänker kund i första hand och är innovativa i kundrelationen kommer bli vinnare på en marknad som idag kännetecknas av ett lågt engagemang, säger Johan Parmler.

60%

av 80- och 90-talisterna är mycket intresserade av att själva välja produktionskälla för den el de köper



NÖJDAST KUNDER INOM ELHANDEL

6



Utifrån ett nöjd-kund-perspektiv är vinnarna inom elhandel återigen aktörerna som kontrasterar mediebilderna av energibolagen och levererar ett mervärde utöver själva produkten, som exempelvis engagemang för miljö, samhälle eller regionen där de verkar.

➤ **OX2 Vindel** har de nöjaste privatkunderna och får höga betyg av sina kunder inom de flesta områden. OX2 Vindel lever även bäst upp till kundernas förväntningar.

➤ När det kommer till vilket bolag som kunderna är mest benägna att rekommendera så ligger **Luleå Energi** bäst till.

➤ **Varberg Energi** ökar med 5 enheter och har i år de nöjaste företagskunderna. De upplevs bland annat vara det bolag som mår allra mest om sina kunder, som är bäst på att hålla kunderna informerade och som har det största samhällsengagemanget. Allt detta är viktiga dimensioner för kunderna.

«« **Luleå Energi**
 Är det bolag
 som kunderna är
 mest benägna att
 rekommendera »»

Elhandel företagskunder Kundnöjdhet 2015

	Betyg 0-100
Varberg Energi	75,6
Luleå Energi	74,9
Bixia	74,5
Dala Kraft	74,1
Skellefteå Kraft	73,4
Billinge Energi	72,2
Sollentuna Energi	72,2
MälarEnergi	71,2
Öresundskraft	71,1
Falkenberg Energi	70,0
Övriga	68,6
Telge Energi	68,5
Branschen	65,8
Kraftringen	65,7
E.ON	65,0
DinEl	64,3
Fortum	59,8
Vattenfall	59,7
SverigesEnergi	53,9

Elhandel privtmarknad Kundnöjdhet 2015

	Betyg 0-100
OX2 Vindel	79,3
GodEl	77,8
Ale El	77,5
Luleå Energi	76,8
Varberg Energi	75,9
Upplands Energi	75,3
Jämtkraft	75,1
Falkenberg Energi	74,4
Dalakraft	73,8
Skellefteå Kraft	73,5
Övriga	73,4
Sollentuna Energi	73,3
Karlstads Energi	73,2
Telge Energi	72,7
Trollhättan Energi	72,5
Billinge Energi	72,5
Falu Energi	70,8
Uddevalla Energi	70,1
Bixia	70,0
Öresundskraft	69,7
SverigesEnergi	68,8
MälarEnergi	68,5
Enkla Elbolaget	68,4
Branschen	68,1
Telinet Energi	67,9
E.ON	67,8
Landskrona Energi	66,6
Kraftringen	65,6
DinEl	65,4
Göta Energi	64,4
Fortum	64,4
Mölnadal Energi	63,3
Vattenfall	62,9

Elnät

Efter flera år av positiv utveckling för elnätsbolagen är kundnöjdheten i år oförändrad bland företagskunderna och något försämrad bland privatkunderna. Utmaningarna tycks vara stora för de större aktörerna. Deras kunder känner ett lågt förtroende för att verksamheten bedrivs på bästa sätt.

Ett generellt problem som elnätsbolagen dragits med under lång tid är att kundernas kännedom om bolagens verksamheter är mycket begränsad, vilket gör det svårare att uppnå hög kundnöjdhet.

Svalt intresse bland kunderna för att producera egen el

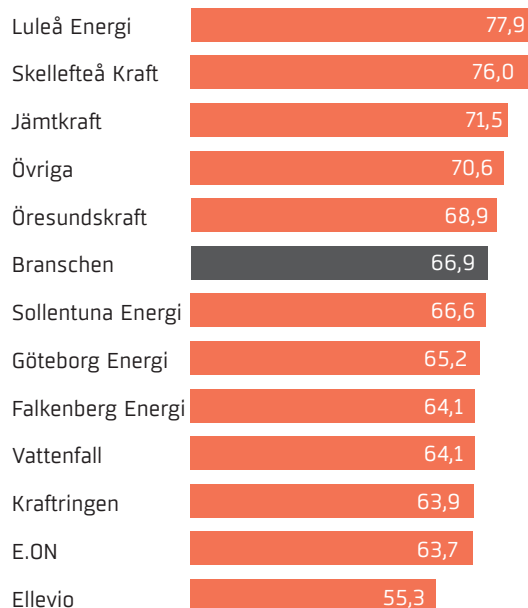
Den skattereduktion för mikroproducenter som infördes vid årsskiftet i syfte att stimulera mer egen produktion av el tycks inte vara något som fångat villakundernas intresse. Hälften svarar att de inte alls är intresserade av att själva producera egen el.

SMS vid strömavbrott uppskattas

Strömavbrott är fortsatt något som påverkar kundernas nöjdhet negativt, dock inte i samma omfattning som tidigare år och en förklaring till det är bättre information. På senare tid har allt fler bolag börjat erbjuda information om strömavbrott via sms, vilket tycks vara mycket uppskattat bland kunderna. Ellevio är det bolag som har klart högst andel kunder kopplade till denna tjänst. Av de kunder som inte har denna tjänst önskar 7 av 10 att den erbjuds.

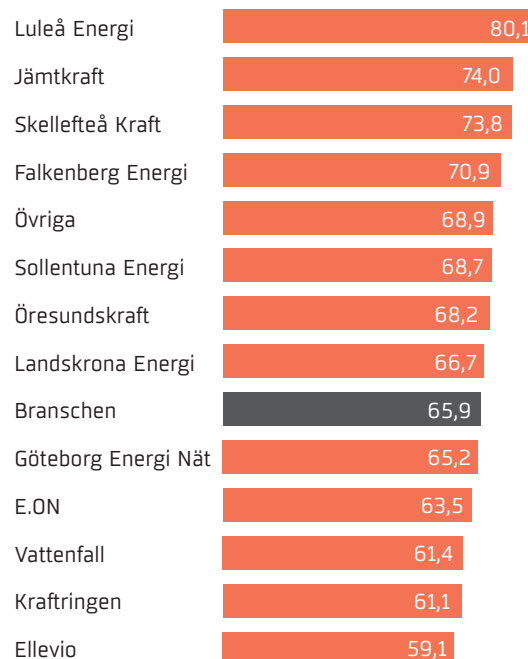
Elnät företagskunder Kundnöjdhet 2015

Betyg
0-100



Elnät privatkunder Kundnöjdhet 2015

Betyg
0-100





NÖJDAST KUNDER INOM ELNÄT

> De nöjdaste elnätskunderna har **Luleå Energi**, såväl bland privat- som företag- skunderna.



Fjärrvärme

Fjärrvärmekunderna är nöjda och bland privatkunderna finns det en fortsatt stark tro på att fjärrvärme är en bra lösning för framtiden. Företagskunderna är dock inte lika positiva till denna uppvärmningsform som de varit tidigare. Deras förväntningar har sjunkit och de upplever inte att utbudet av extratjänster eller avtalens utformning håller samma höga nivå som tidigare.

Ett tecken på att fjärrvärme kan ha tappat i konkurrenskraft är att det för ett år sedan var till fjärrvärmens fördel om kunderna hade erfarenhet av andra uppvärmningsformer och kunde jämföra dessa mot varandra. Den skillnaden är i år helt borta.

En annan utmaning för fjärrvärmebolagen är att kunder som flyttat in i bostäder där fjärrvärme redan finns installerat har svårare att se värdet av denna uppvärmningsform jämfört med de kunder som själva varit med om installationen.

Kränliga prismodeller gör kunder missnöjda

1 av 4 kunder är inte nöjda med den prismodell som deras fjärrvärmelieferantörer har då de upplever att den missgynnar dem. 36 % tycker även att den är svår att förstå. E.ON är det bolag som har högst andel kunder som upplever prismodellen som svårbegriplig medan Luleå- och Falkenberg Energis kunder bäst tycker sig förstå bolagens prismodeller.

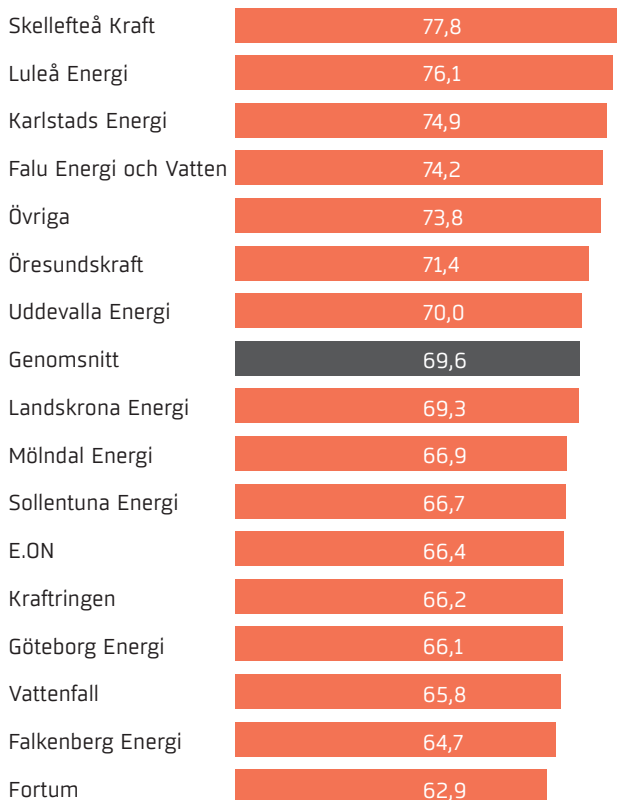
Viktigt med bra information i samband med avbrott

Informationen vid ett avbrott har stor betydelse för hur nöjda kunderna är. Merparten av fjärrvärmekunderna upplever att de fått information när avbrotten varit planerade. Bilden är dock en annan i samband med de

10

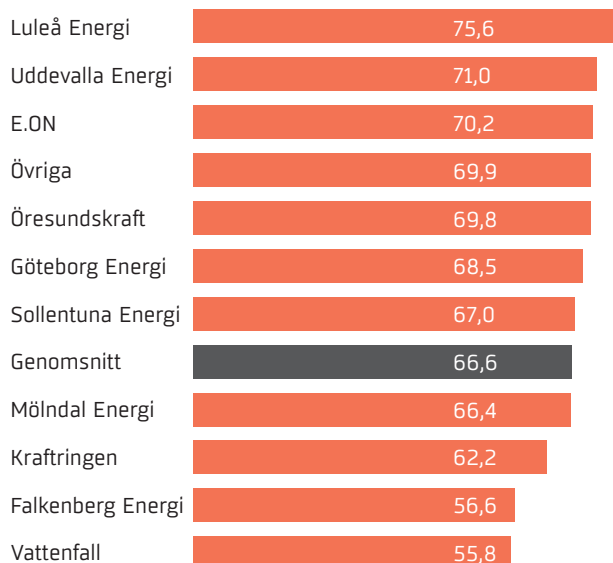
Fjärrvärme privatkunder Kundnöjdhet 2015

Betyg 0-100



Fjärrvärme företagskunder Kundnöjdhet 2015

Betyg 0-100



oplanerade avbrotten. Varannan kund upplever sig inte ha fått information i samband med detta och det påverkar deras upplevelse av leverantören negativt.

➤ **Skellefteå Kraft** har de mest nöjda privatkunderna, en av deras styrkor är att kunderna upplever det som enkelt att vara kund där.

➤ Bland företagskunderna har **Luleå Energi** fortsatt nöjda kunder.

NÖJDAST KUNDER INOM FJÄRRVÄRME

11



TABELLER (alfabetisk ordning)

Kundnöjdhet Elhandel privatmarknad 2011 – 2015

NÖJDHET					
Aktör	2011	2012	2013	2014	2015
Ale El	-	73,8	77,4	77,4	77,5
Billinge Energi	75,0	72,5	-	-	72,5
Bixia	67,0	67,6	70,1	69,0	70,0
Dalakraft	67,8	68,2	70,2	71,8	73,8
DinEl	64,3	67,2	67,5	67,1	65,4
E.ON	60,9	65,3	63,9	63,2	67,8
Enkla Elbolaget	-	-	-	67,3	68,4
Falkenberg Energi	-	73,2	73,0	70,6	74,4
Falu Energi	-	-	-	-	70,8
Fortum	60,3	63,6	65,3	62,6	64,4
GodEl	72,0	76,0	76,4	75,6	77,8
Göta Energi	63,8	66,0	69,6	69,7	64,4
Jämtkraft	72,7	72,5	75,5	72,8	75,1
Karlstads Energi	69,2	72,8	72,4	74,3	73,2
Kraftringen	-	-	-	-	65,6
Landskrona Energi	-	-	-	-	66,6
Luleå Energi	78,4	77,6	78,5	77,7	76,8
MälarenEnergi	-	-	-	-	68,5
Mölnadal Energi	-	66,7	67,7	68,6	63,3
OX2 Vindel	-	-	-	78,1	79,3
Skellefteå Kraft	71,6	71,4	72,2	72,4	73,5
Sollentuna Energi Handel	74,2	71,5	-	71,0	73,3
SverigesEnergi	-	-	-	-	68,8
Telge Energi	71,4	69,8	70,0	71,6	72,7
Telinet Energi	-	-	76,5	72,0	67,9
Trollhättan Energi	-	-	-	73,6	72,5
Uddevalla Energi	-	-	-	-	70,1
Upplands Energi	-	71,4	72,3	74,7	75,3
Varberg Energi	72,1	70,2	71,3	71,3	75,9
Vattenfall	63,3	63,5	64,4	61,3	62,9
Öresundskraft	67,2	67,1	69,4	71,3	69,7
Övriga	69,8	68,3	72,3	70,3	73,4
Branschen	65,5	66,3	67,8	66,0	68,1

Kundnöjdhet Elhandel företagsmarknad 2011 – 2015

NÖJDHET					
Aktör	2011	2012	2013	2014	2015
Billinge Energi	-	-	-	72,2	70,0
Bixia	62,3	65,7	65,0	70,0	74,5
Dalakraft	69,8	66,7	68,4	71,1	74,1
DinEl	64,4	63,6	66,2	67,6	64,3
E.ON	64,6	62,7	61,9	69,2	65,0
Falkenberg Energi	69,2	69,8	67,8	70,0	59,8
Fortum	59,2	60,4	59,6	59,8	59,8
Kraftringen	-	-	-	-	65,7
Luleå Energi	74,3	74,9	76,6	77,7	74,9
MälarEnergi	-	-	-	71,2	68,6
Skellefteå Kraft	72,8	71,2	71,4	71,8	73,3
Sollentuna Energi Handel	-	-	-	72,2	65,6
SverigesEnergi	-	-	-	53,9	69,9
Telge Energi	65,5	62,6	66,6	68,6	68,5
Varberg Energi	70,3	-	70,5	75,5	67,0
Vattenfall	60,0	64,7	62,9	65,6	59,7
Öresundskraft	63,4	66,0	67,8	69,9	71,1
Övriga	70,1	64,9	67,4	68,6	68,6
Branschen	66,1	64,4	65,2	67,0	65,8

TABELLER (alfabetisk ordning)

Kundnöjdhet Elnät företagsmarknad 2011 – 2015

NÖJDHET					
Aktör	2011	2012	2013	2014	2015
E.ON	58,2	55,7	60,2	65,9	63,7
Ellevio	52,3	55,2	58,3	60,4	55,3
Falkenberg Energi	60,3	63,0	68,5	64,1	59,2
Göteborg Energi	58,3	59,0	61,4	65,5	65,2
Jämtkraft	-	-	-	-	71,5
Kraftringen	-	-	-	-	63,9
Luleå Energi	67,2	77,5	78,9	77,9	74,4
Skellefteå Kraft	71,6	69,0	74,5	74,4	76,0
Sollentuna Energi Handel	-	-	-	66,6	70,9
Vattenfall	58,2	57,1	58,2	64,4	64,1
Öresundskraft	60,7	64,2	65,8	70,9	68,9
Övriga	64,5	65,5	68,5	68,9	70,6
Branschen	61,4	61,9	64,8	67,0	66,9

14

Kundnöjdhet Elnät privatmarknad 2011 – 2015

NÖJDHET					
Aktör	2011	2012	2013	2014	2015
E.ON	59,0	60,5	61,9	64,2	63,5
Ellevio	56,9	57,9	59,5	60,9	59,1
Falkenberg Energi	61,2	66,9	69,7	70,9	60,9
Göteborg Energi Nät	54,9	58,6	63,3	63,4	65,2
Jämtkraft	-	67,8	-	-	74,0
Kraftringen	-	-	-	-	61,1
Landskrona Energi	-	-	-	66,7	77,6
Luleå Energi	78,5	78,1	76,4	76,6	80,1
Skellefteå Kraft	73,0	71,9	77,7	77,6	73,8
Sollentuna Energi Handel	-	-	-	68,7	70,4
Vattenfall	59,6	60,5	62,0	64,8	61,4
Öresundskraft	64,2	64,8	70,4	71,3	68,2
Övriga	68,4	69,4	67,8	70,4	68,9
Branschen	62,7	63,3	65,4	67,6	65,9

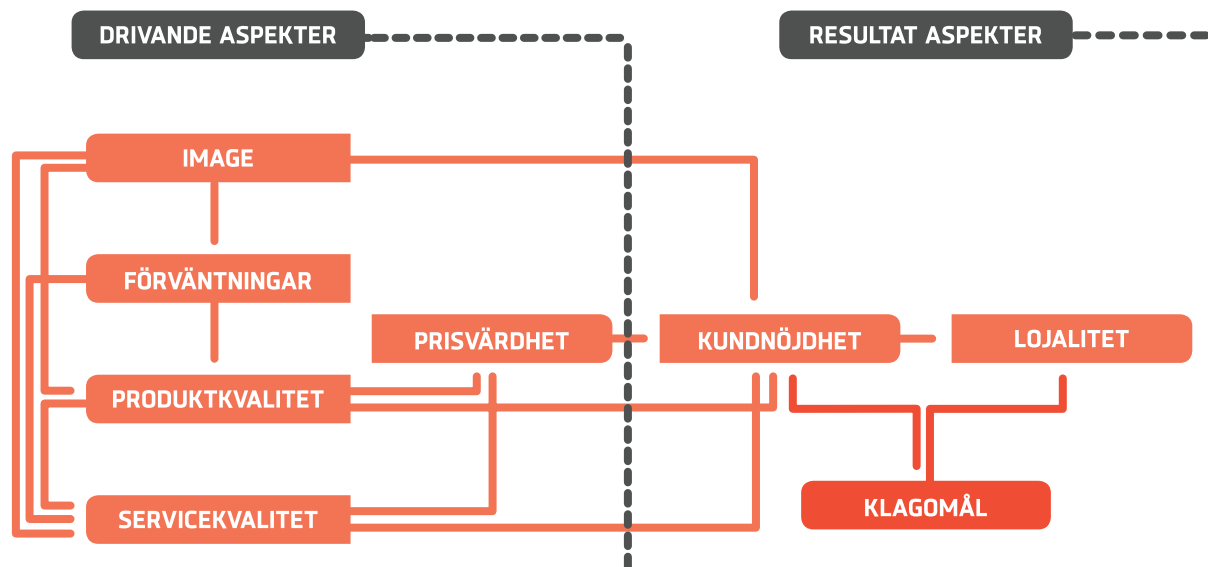
Kundnöjdhet Fjärrvärme privatmarknad 2011 – 2015

NÖJDHET					
Aktör	2011	2012	2013	2014	2015
E.ON	65,1	66,1	68,9	69,1	66,4
Falkenberg Energi	-	61,2	62,4	61,0	64,7
Falu Energi och Vatten	-	-	-	-	74,2
Fortum	55,4	61,4	62,9	66,7	62,9
Göteborg Energi	-	-	68,2	68,8	66,1
Karlstads Energi	-	69,9	74,6	74,0	74,9
Kraftringen	-	-	-	-	66,2
Landskrona Energi	-	-	-	-	69,3
Luleå Energi	85,7	81,9	83,9	83,5	76,1
Mölndal Energi	-	-	68,7	69,2	66,9
Skellefteå Kraft	71,8	73,8	77,4	77,1	77,8
Sollentuna Energi Handel	-	-	-	-	66,7
Uddevalla Energi	-	-	-	-	70,0
Vattenfall	61,0	61,6	65,7	64,9	65,8
Öresundskraft	70,9	67,7	69,2	71,1	71,4
Övriga	74,0	70,9	71,9	73,6	73,8
Genomsnitt	70,1	69,0	69,8	71,4	69,6

TABELLER (alfabetisk ordning)

Kundnöjdhet Fjärrvärme företagsmarknad 2011 – 2015

NÖJDHET					
Aktör	2011	2012	2013	2014	2015
E.ON	65,6	65,3	67,0	67,9	70,2
Falkenberg Energi	62,8	65,9	68,2	56,6	68,2
Göteborg Energi	-	-	62,3	68,5	70,5
Kraftringen	-	-	-	-	62,2
Luleå Energi	78,8	80,9	80,3	75,6	71,8
Mölndal Energi	-	-	67,8	66,4	80,3
Sollentuna Energi Handel	-	-	-	67,0	67,8
Uddevalla Energi	-	-	-	71,0	64,3
Vattenfall	61,3	63,5	62,2	64,3	55,8
Öresundskraft	65,7	66	66,5	67,4	69,8
Övriga	69,3	69,3	70,5	68,8	69,9
Genomsnitt	63,5	66,7	68,7	68,9	66,6



Om Energistudien 2015

Intervjuerna har genomförts via telefon under perioden oktober - november 2015 av EVRY. Personer i åldern 18 – 79 år som är bosatta i Sverige samt företag i Sverige med minst en anställd ingår i urvalet. Urvalen är tagena från PAR Konsument, PARAD samt kundregister. Totalt har 17 577 intervjuer genomförts.

Frågeformuläret innehåller ett 40-tal frågor som generellt besvaras på en 1-10 skala där 1 betyder missnöjd/instämmer inte och 10 betyder mycket nöjd/instämmer helt. En intervju tar i genomsnitt 12 minuter.

Generellt är en skillnad på mer än 2 enheter statistisk säkerställd. SKI använder 95 % signifikansnivå som standard. Liknande studier är genomförda i Norge, Danmark, Finland.

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 Kvalitetsdindex

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.

