



Mari Nilsson
Johan Parmler

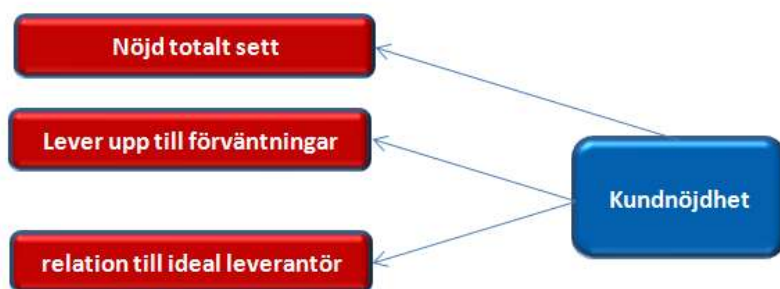
2010-12-13
Release: kl. 05.00

Pressinformation
Elbranschen och Fjärrvärme 2010 enligt Svenskt Kvalitetsindex

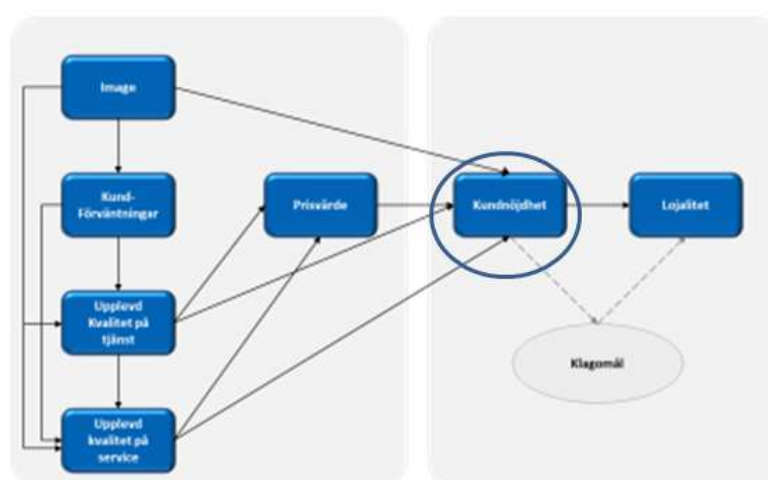
- ☺ *Energibranschen fortsätter sakta men säkert att stärka förtroendet bland sina kunder och behåller den positiva trend som uppvisats sedan mätningarna startade 2004. Fortfarande är det dock flertalet av de deltagande företagen som brottas med en kundkategori som i genomsnitt är klart missnöjd med den produkt som företagen tillhandahåller.*
- ☺ *Av totalt 5000 intervjuade privatkunder inom elhandel uppger 10% att de under de senaste 12 månaderna har bytt leverantör. Orsaken till bytet uppger 37% av de tillfrågade vara priset, 15% anger att man har bytt på grund av flytt medan 11% menar att man valt att byta på grund av miljö- och samhällsengagemang.*
- ☺ *Kundnöjdheten för elhandel bland privatkunder ligger strax över fjolårets där branschen ökar med i genomsnitt en enhet vilket dock inte är en signifikant förändring. Totalt sett är det endast tre företag som visar statistiskt säkerställda förbättringar där Gävle Energi lyckats bäst och ökar med hela 3,7 enheter följt av GodEl och Varberg Energi som förbättrar sina resultat med 2,3 respektive 2,1 enheter. Dessa bolag återfinns även i topp fem bland de som har nöjdast kunder i årets mätning.*
- ☺ *Telge Energi är det elhandelsföretag som tappar mest i kundnöjdhet bland privatkunderna, men ligger trots detta i topp fyra vad gäller nöjdast kunder.*
- ☺ *Bland företagskunderna inom elhandel anser 60% av de tillfrågade företagen att det är viktigt med ursprungsmärkt el för att kunna göra miljömedvetna val, men det är bara 34% som kan tänka sig att betala extra för den. Detta tillsammans med att 46% anser att den viktigaste åtgärden för att förbättra de globala miljöproblemen är att företaget tar eget ansvar- gör att miljöfrågan framstår som en prioriterad angelägenhet bland Svenska företag.*
- ☺ *Elnätsbolagens företagskunder blir nöjdare och branschen ökar från 61,5 till 64,7, här driver e.on ökningen bland med att gå från 58,6 till 61,5. Bland privatkunderna står Skellefteå Kraft för årets prestation och ökar med 5,9 enheter.*
- ☺ *Fjärrvärmebranschen tappar i nöjdhet bland privatkunderna och anledningen är att man upplever en försämring av servicekvaliteten.*

Svenskt Kvalitetsindex (SKI) mäter och förmedlar hur kunder upplever sina relationer med företag och andra organisationer i samhället. Under 2010 har Svenskarnas syn på allt från myndigheter till banker och försäkringsbolag undersökts och presenterats i svensk media. Syftet med mätningarna är dels att ta fram information för att underlätta val för konsumenter, men även att identifiera och informera om olika förbättringsområden hos företag och organisationer för att på så sätt ge underlag till kvalitetsarbete ur ett kundperspektiv. Historiska resultat och metoden att alla SKI-mätningar genomförs på samma sätt möjliggör jämförelser dels över tid men också mellan olika branscher och företag.

Mätningar av kundnöjdhet och kvalitetsutveckling i näringsliv och offentlig sektor har genomförts sedan 1989. Resultat från stora delar av det svenska näringslivet och samhällsservice har redovisats successivt under hösten och vintern där bankerna var först ut. Totalt görs i år mer än 300.000 intervjuer inom ramen för SKI. I det följande redovisas resultaten och slutsatserna för årets mätningar och analyser av den svenska energimarknaden, det vill säga hur svenska individer och företag ser på sina elhandelsföretag, elnätsbolag och fjärrvärmeföretag. Studien av energibranschen omfattar totalt sett ca 14.000 intervjuer med privatkunder och företagskunder. Intervjuerna genomfördes under perioden 24 oktober – 29 november av EDB Business Partners, mer information om hur undersökningarna görs återfinns längst bak i pressmeddelandet.



Aspekten kundnöjdhet mäts med 3 frågor



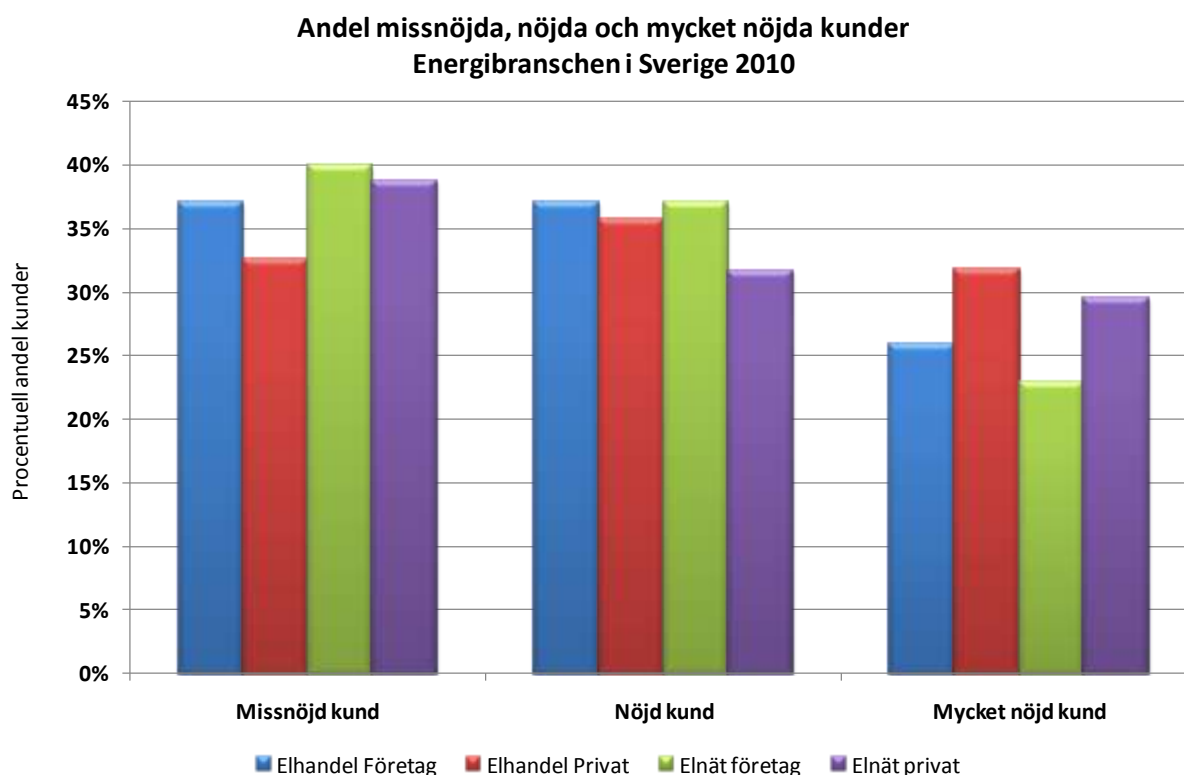
Värdet på just kundnöjdheten beräknas som ett medelvärde av tre frågor som berör hur nöjd man är totalt sett, hur nöjd man är utifrån sina förväntningar och hur nöjd man är om man jämför med en, utifrån sina önskemål, "perfekt leverantör".

Utöver detta centrala mått ställs även frågor kring faktorer som påverkar själva nöjdheten- och här beräknas alltså värden på företagets image (sett ur ett kundperspektiv), kundernas förväntningar, den upplevda produktkvaliteten, den upplevda servicekvaliteten, prisvärdhet och lojalitet. Totalt sett ställs ett 40 tal frågor till de som väljer att delta i undersökningen.

Indexet för kundnöjdhet, kan anta värden mellan 0 och 100, **det är således inget procentmått som redovisas utan ett medelbetyg**. Ju högre värde desto bättre anser de faktiska kunderna/brukarna att produkterna och leverantörerna uppfyller konsumenternas krav och förväntningar. Missnöjda kunder återfinns inom indexintervallet 0-60, nöjda kunder inom intervallet 60-75 och mycket nöjda kunder inom intervallet 75-100. Skillnader på ca 2,5 enheter eller mer är vanligtvis statistiskt säkerställda. Mätningarna görs via telefonintervjuer till ett slumpmässigt urval av personer och företag.

Huvudresultat El- och Fjärrvärmebranschen

Resultaten för elhandel- och elnätsföretagen sammanfattas nedan.



Grafen visar att det är elhandelskunderna på privatmarknaden som är mest nöjda med den tjänst som energibolagen tillhandahåller. Det är dock fortfarande strax över 30% som är missnöjda med sitt elhandelsföretag. Bland företagskunderna ser det inte fullt så bra ut, där är närmare 40% av företagen i Sverige som är missnöjda med den produkt som elnätsföretagen tillhandahåller, faktum är att lojaliteten bland företagen är så låg att om det var möjligt skulle man i genomsnitt vilja byta leverantör.

Huvudresultat Elhandel privatkunder

- Fakturasystemen gynnar nätbolagen då en av anledningarna som anges för byte av elhandelsföretag är att man vill ha alla kostnader på samma faktura, vanligaste orsaken till att man byter leverantör är dock fortsatt priset, man anser inte att man får valuta för pengarna.
- De tre stora energibolagen har procentuellt sett flest kunder som valt att byta till ny leverantör, 15% anger att de under året bytt från e.on till annan leverantör, 12% av anger att de tidigare haft Fortum och 11% av Vattenfalls kunder uppger att de nu har annan leverantör.
- Vid genomgång av kundernas spontana kommentarer så är det främst tre saker som engagerar. Pris och avtal är det mest återkommande ämnet där man ofta anser att det är ottydligt vad som gäller och känner irritation över att kostnaderna inte går att påverka. Fakturan tycker många är krånglig och svår att tolka. Lokala och kommunala elhandelsbolag som värnar om bygden ses som odelat positivt.

Tabellen nedan visar huvudresultaten för privatkundernas bedömning av sitt elhandelsföretag i Sverige, branschen behåller den positiva trenden och bättrar på den med en enhet.

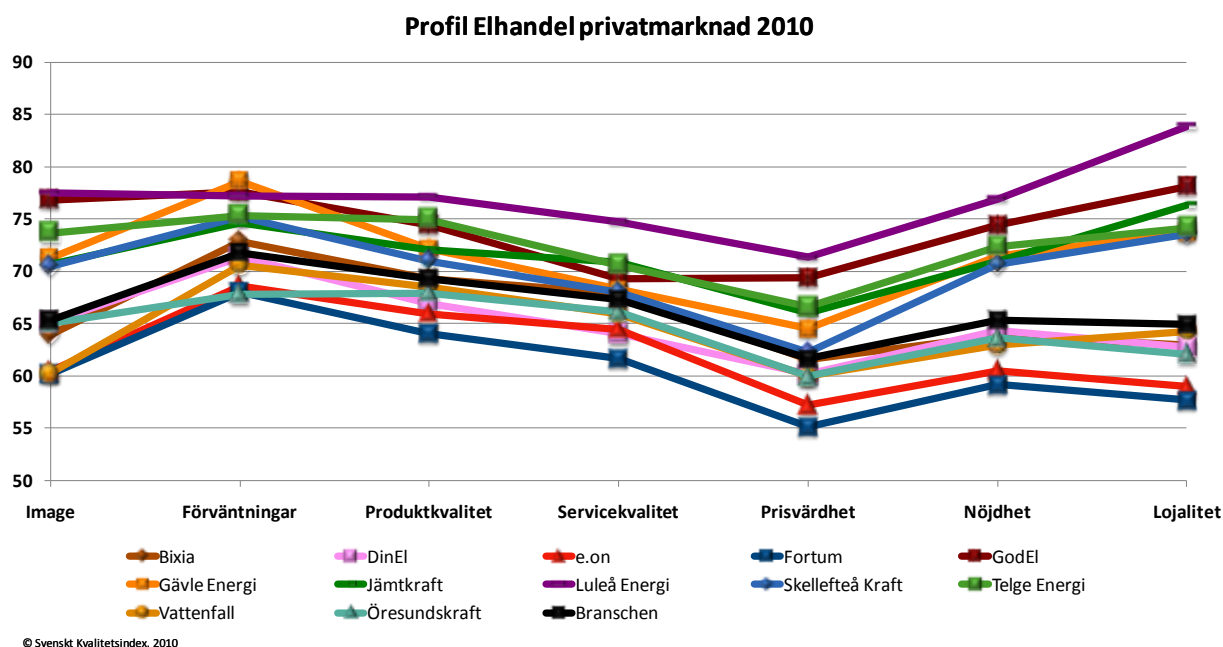
Elleverantör	Nöjdhet 2004	Nöjdhet 2005	Nöjdhet 2006	Nöjdhet 2007	Nöjdhet 2008	Nöjdhet 2009	Nöjdhet 2010
7H Kraft							68,9
Billinge Energi							68,1
Bixia						63,0	63,9
DinEl						64,7	64,3
e.on	55,2	56,5	56,9	56,8	60,6	61,2	60,5
Fortum	53,2	52,0	54,4	54,8	58,5	60,3	59,1
GodEl					71,5	72,1	74,4
Gävle Energi						67,7	71,4
Göta Energi							64,7
Jämtkraft						70,8	70,9
Karlstad Energi							71,0
KREAB							62,4
Luleå Energi						76,4	76,9
Lunds Energi							58,1
Norrtälje Energi						65,4	65,7
Nynäshamn Energi							57,8
Ringsjö Energi							65,9
Skellefteå Kraft						70,9	70,6
Sollentuna Energi						67,5	67,5
Sundsvall Energi							66,0
Telge Energi		69,4	69,3	71,4	72,4	76,4	72,3
Varberg Energi						71,3	73,5
Vattenfall	57,5	58,7	55,6	57,4	61,8	61,1	62,9
Öresundskraft						64,5	63,6
Annan	65,4	64,9	67,2	67,2	68,6	66,7	71,1
Branschen	59,6	59,9	60,5	61,2	64,8	64,3	65,3

Att branschen ligger kvar på förra årets nivå visar att man trots vintern som var 2009/2010 har klarat av att bemöta kundernas frustration vad gäller elpriser och avtal.

SKI vill utöver att mäta kundnöjdhet och lojalitet förklara vad som påverkar kundernas syn på sin leverantör. Detta görs genom att ställa frågor inom områden som Image, förväntningar, produktkvalitet, servicekvalitet och prisvärdhet. Resultaten sammanställs i en så kallad profil där betyget för de olika faktorerna visas.

Grafen nedan åskådliggör resultaten för de stora och medelstora bolag som mäts av SKI under en längre tid. Luleå Energi fortsätter att toppa mätningarna med nöjdast kunder, de har även tillsammans med Gävle Energi, GodEl och Karlstad Energi högst krav och förväntningar att leva upp till.

Fortum och e.on, vars profiler ligger längst ner, anses inte vara ett prisvärt alternativ, men framför allt beror de låga resultaten på faktorer som kan kopplas till företagets image. Ett lojalitetsvärde under 60 visar sig i att e.on och Fortum under året som varit har den högsta andelen kunder som säger sig ha valt att byta leverantör.

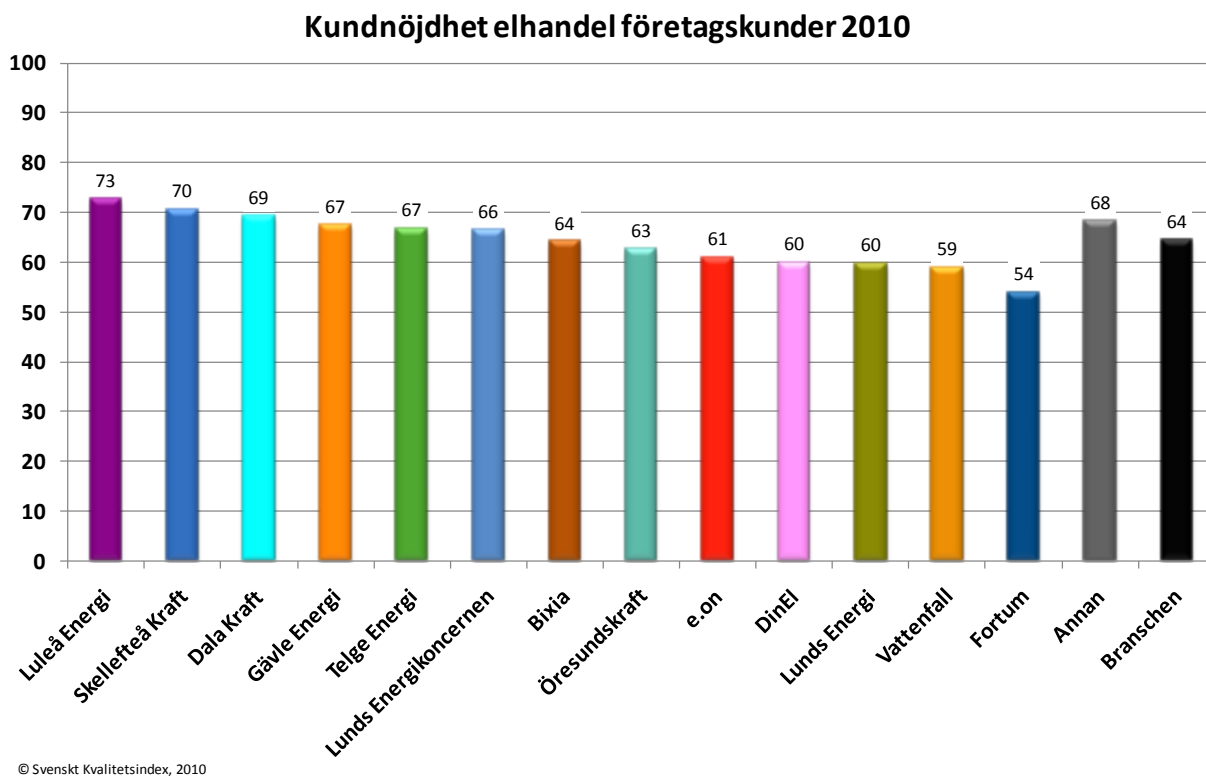


GodEl är det företag vars kunder ser miljöfrågan som en avgörande faktor vid val av elhandelsföretag. För övriga kunder har det inte varit lika viktigt.

Huvudresultat Elhandel företagskunder

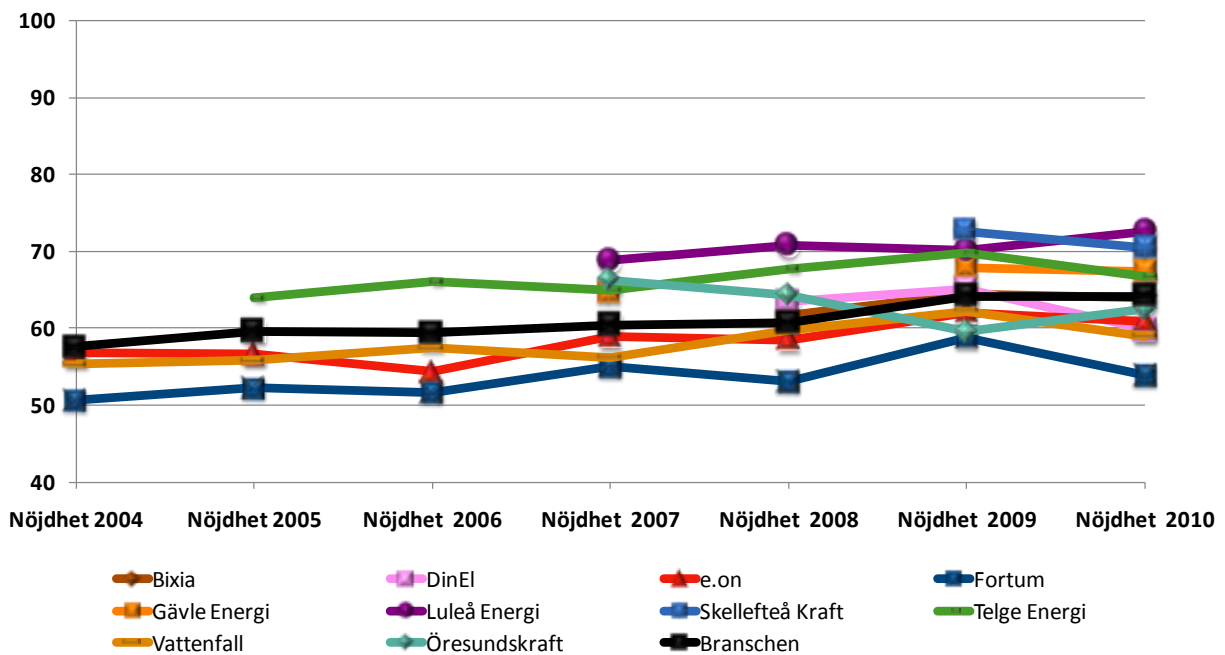
- Vad gäller företagskunderna så är också här den huvudsakliga anledningen till att man byter elhandelsföretag priset, det är dock inte alls lika vanligt förekommande som bland privatkunderna, endast 2% säger sig ha bytt leverantör under de senaste 12 månaderna.
- Fortum som stod för förra årets ökning bland företagskunderna tappar och är tillbaka på 2008 års resultat, orsaken till detta står framförallt att finna i den låga Image som företaget har samt att kunderna inte anser att det som erbjuds är ett prisvärt alternativ.
- 60% av företagen anser att det är viktigt med ursprungsmärkt el för att kunna göra miljömedvetna val, men endast 34% kan tänka sig att betala extra för den.
- 46% av företagen anser att den viktigaste åtgärden för att förbättra de globala miljöproblemen är att företaget energieffektiviserar och minskar sitt energianvändande medan 32% av företagen anser att huvudansvaret ligger hos elhandelsföretaget, det vill säga att leverera klimatneutral energi till sina kunder.

Av de tre stora elhandelsföretagen så är det endast e.on som lyckas att i genomsnitt ha nöjda kunder och generellt är det de medelstora lokala företagen som bäst lever upp till sina kunders krav. Gruppen annan representerar ett genomsnitt för alla mindre elhandelsföretag i Sverige som inte särredovisas i profilen.



Trenderna för de bolag som deltagit i mätningarna under en längre tid framgår nedan.

Elhandelsbolag Företagskunder enligt Svenskt Kvalitetsindex



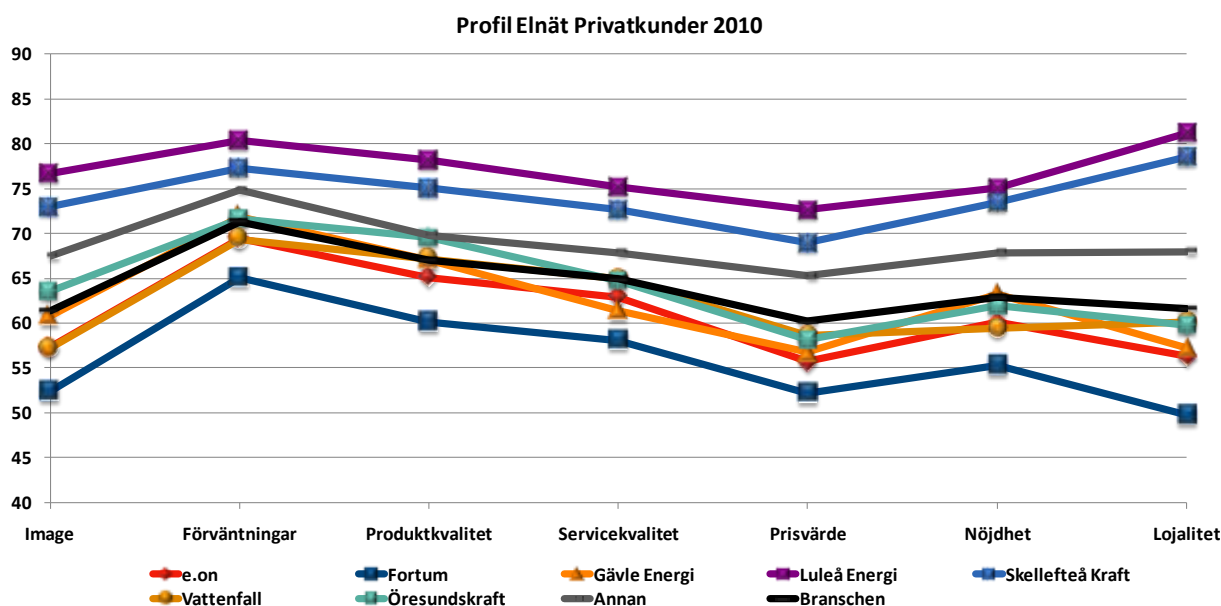
© Svenskt Kvalitetsindex, 2010

Det är tydligt att företagskunderna i genomsnitt är nöjdare med sin elhandlare jämfört med tidigare år. En viktig orsak till detta är att man blivit bättre på att kommunicera med sina kunder och leva upp till de förväntningar som finns på marknaden.

Huvudresultat Elnät privatkunder

- 54% av klagomålen på elnätsmarknaden gäller fakturan, 21% handlar om leveransproblem och 6% är kopplat till det avtal man har med sin elnätsleverantör.
- Till de stora elnätsföretagen uppger i genomsnitt 8% att de har haft anledning att klaga, de mindre klarar sig bättre med en klagomålsfrekvens på 3%. Samtliga tillfrågade anger att de är missnöjda med klagomålshanteringen.
- Endast Luleå Energi, Skellefteå Kraft och Gävle Energi har kunder som i genomsnitt uppger att om de hade möjligheten att välja nätleverantör skulle fortsätta den relation de har i dag.

Profilen nedan visar indexvärdet per aspekt för de elnätsföretag som särredovisas i undersökningen. Den översta profilen tillhör Luleå Energi som har ett nöjdhetsvärde på 75,1 vilket ger Luleå Energi ett nöjdhetsvärde långt bättre än branschen med i genomsnitt mycket nöjda kunder. Därefter kommer Skellefteå Kraft som i år ökar med hela 5,9 enheter från 67,6 till 73,5.



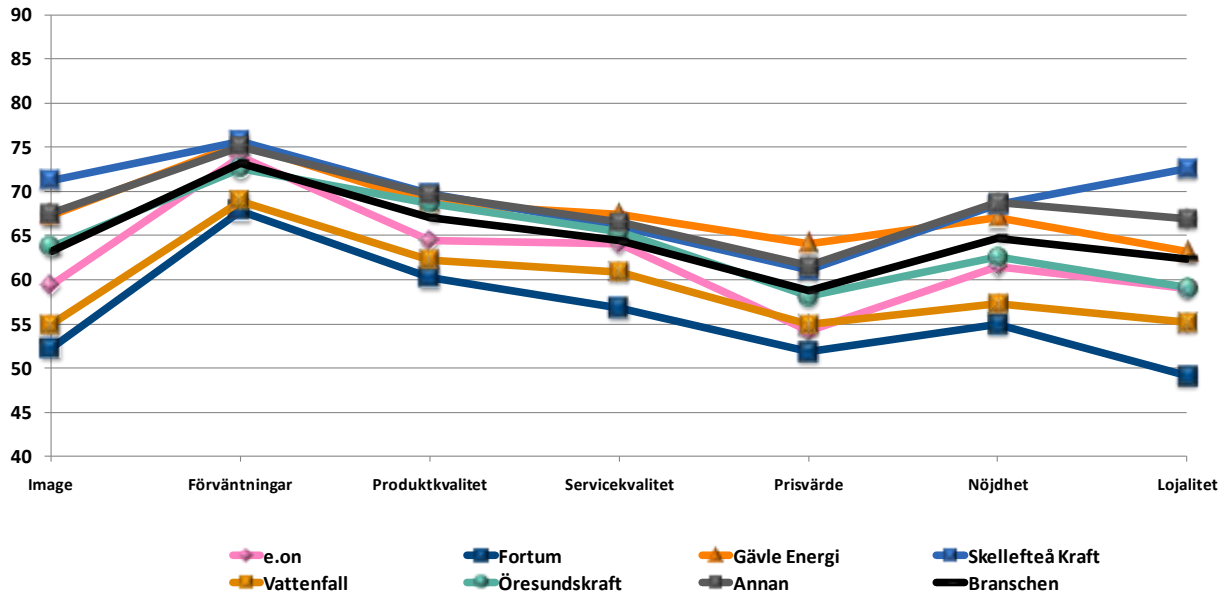
En viktig aspekt att belysa är lojaliteten som bland elnätsföretagens kunder är väldigt låg. Detta betyder att man som kund upplever sig "sitta fast" i en relation som man inte önskar och att hantera detta är en utmaning för elnätsbolagen. Endast Skellefteå Kraft, Luleå Energi och Gävle Energi har lyckats med konststycket att ge sina kunder en känsla av tillhörighet och lojalitet trots att man de facto inte kan byta till ett annat elnätsbolag.

Huvudresultat Elnät företagskunder

- Bland företagskunderna är klagomålsfrekvensen högst hos e.on där 17% av de tillfrågade kunderna anger att de har haft anledning att klaga, vad gäller klagomålshandlingen är det dock endast Vattenfalls kunder som anser sig ha fått ett bättre bemötande vid framförandet av sina ärenden.
- Bland de tre stora elnätsföretagen anger över 40% av företagskunderna att de har haft problem med elavbrott, men endast Fortums kunder är nöjda med hur man hanterade avbrottet.
- När kunderna får chansen att säga sitt genom att delta i vår studie är det tydligt att andelen positiva kommentarer ökar och man upplever i allt större utsträckning att nätbolagen lyssnar på sina kunder. Fortfarande finns dock en hel del frustration kring priser, avtal och driftsstörningar.

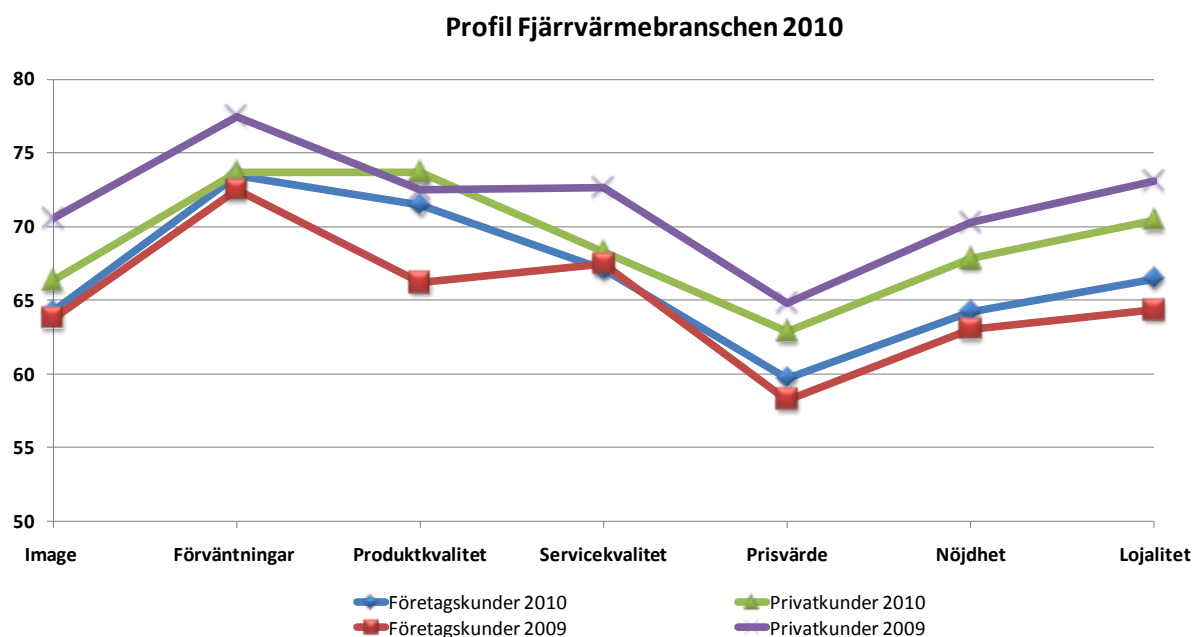
Profilen nedan illustrerar företagskundernas syn på sitt elnätsföretag. Likheten med vad privatkunderna anser är tydlig. Vattenfall och Fortum har i genomsnitt missnöjda kunder som, om det vore möjligt, helst skulle vilja byta elnätsföretag. E.on förbättrar som enda elnätsföretag sin kundnöjdhet vilket också avspeglar sig i lojaliteten. Även branschen som helhet ökar och får nu ett nöjdhetsvärde på 64,7 vilket är en förbättring med 3,2 enheter.

Profil Elnät Företagsmarknaden 2010



© Svenskt Kvalitetsindex, 2010

Huvudresultat Fjärrvärme 2010



Vid jämförelse mellan de tre marknaderna elhandel, elnät och fjärrvärme så är det fortfarande fjärrvärmeföretagen som kammar hem segern bland sina privatkunder. Men det noteras en nedgång med 2,5 enheter sedan förra årets mätningar. Av samtliga tillfrågade privatpersoner säger man sig i genomsnitt vara nöjd med sitt fjärrvärmeföretag och ett branschindex på 67,8 är enligt SKI modellen att betrakta som ett bra indexvärde. Inte fullt så nöjda är de tillfrågade företagskunderna som landar på ett indexvärde på 64,2 vilket dock är en ökning med 1,2 enheter och innebär att man i genomsnitt är nöjd med sin fjärrvärme. Företagskunderna anser däremot inte att fjärrvärme är en prisvärd tjänst (indexvärde under 60), vilket privatkunderna gör. Man är dock avsevärt mycket nöjdare med den produktkvalitet som fjärrvärmeföretagen levererar jämfört med undersökningen som gjordes 2009.

Svenskt Kvalitetsindex – ett analyssystem i samhällets tjänst

Övergripande resultat samt ytterligare information om SKI finns tillgängliga för jämförelser såväl inom Sverige som på den internationella arenan. Dessa redovisas bl.a. på SKI:s hemsida (www.kvalitetsindex.se).

Kunden i centrum

Stärkande av svensk konkurrenskraft, ekonomisk utveckling och sysselsättning utgör centrala mål för den ekonomiska politiken. Hög kvalitet i produktion och distribution är nödvändig för att uppnå långsiktiga konkurrensfördelar och det är därför särskilt viktigt att beakta kvalitet ur ett kundperspektiv. För detta behövs i sin tur kunskap om kundupplevd kvalitet baserad på regelbundna och oberoende mätningar. Det är därför som Svenskt Kvalitetsindex lanserats. Vid undersökningar och analyser gäller inom SKI:

- 📍 Datainsamlingen sker i huvudsak via telefonintervjuer.
- 📍 Intervjuerna är erfarenhetsbaserade där det företag kunden lämnar synpunkter om skall vara huvudleverantör. Detta innebär att det är den kundupplevda kvaliteten som redovisas.
- 📍 Urvalet för intervjuer är slumpmässigt och hämtas i huvudsak från:
 - ✓ Statens personadressregister (SPAR)
 - ✓ Parad – Näringslivsdatabas
- 📍 Urvalet bygger på individer och inte på hushåll.
- 📍 Svarefrekvensen för en SKI mätning är i genomsnitt 70 – 80 procent.

Inom ramen för SKI studeras tre värdeskapande aspekter som inte direkt kommer fram i balansräkningen, nämligen de externa kundernas värdering av företaget, liksom de anställdas och samhället i stort.

SIQ, Institutet för Kvalitetsutveckling, är tillsammans med EPSI Research huvudman för Svenskt Kvalitetsindex.

Ytterligare information kan erhållas från SKI-kansliet:

tel. 073-151 75 98 (Johan Parmler) eller 0768 – 476847 (Mari Nilsson) tel. 08-31 53 00 (SKI-kansliet)

E-mail: johan.parmler@kvalitetsindex.se; mari.nilsson@kvalitetsindex.se

Webbplats: www.kvalitetsindex.se