

TNS Gallups Energibarometer som temperaturmåler på kraftbransjens omdømme

Norges Energidager 14. oktober 2011

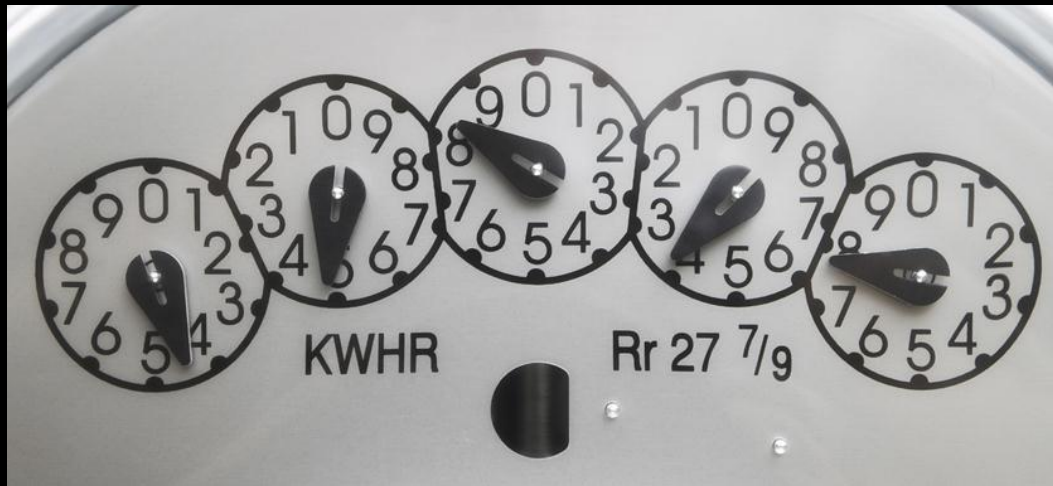
eva.fosby.livgard@tns-gallup.no



Energibarometeret:

Hva måler vi og hvordan?

Hva har Energibarometeret lært oss?



Bakgrunn

Startet i 1997 etter samtaler med etablerte og nye aktører i kraftmarkedet

29. Juni.
Nr. 50. 1990

Lov om produksjon, omforming, overføring, omsetning og fordeling av energi m.m. (energiloven).

Kap. 1. Alminnelige bestemmelser

§ 1-1. (Virkeområde)

Denne lov kommer til anvendelse på produksjon, omforming, overføring, omsetning og fordeling av energi.

Loven gjelder ikke på norsk sjøterritorium.

Loven gjelder ikke erverv av eiendomsrett eller bruksrett til vannfall og regulering og utbygging av vassdrag. Loven gjelder ikke anlegg som bare produserer og fremfører varmeenergi til egen næringsvirksomhet.

Kongen fastsetter hvor stor ytelse eller hvor mange abonnenter et fjernvarmeanlegg skal ha for at loven kommer til anvendelse. Anlegg som unntas fra loven kan pålegges å knytte seg til andre anlegg etter bestemmelsene i § 5-3.

Kongen kan bestemme at deler av loven skal gjøres gjeldende for Svalbard.

§ 1-2. (Formål)

Loven skal sikre at produksjon, omforming, overføring, omsetning og fordeling av energi foregår på en samfunnsmessig rasjonell måte, herunder skal det tas hensyn til allmenne og private interesser som blir berørt.

§ 1-3. (Definisjoner)

Med elektrisk anlegg forstås i denne lov: Fellesbetegnelse på elektrisk utrustning og tilhørende bygningstekniske konstruksjoner for produksjon, omforming, overføring og fordeling av elektrisk energi.



Formål

Gi kraftbransjen innsikt og en bedre forståelse for forbrukernes holdninger, interesser og atferd, og hvordan dette endrer seg over tid



Energibarometeret:

Bransje

- Omdømme

Omsetning

- Kjennskap
- Bytteatferd
- Tilfredshet
- Preferanser

Nett

- Tillit
- Nettutbygging
- AMS
- Levering

Om lag 700 ulike problemstillinger
Mer enn 54 000 strømkunder er intervjuet

Energibarometeret:

- **Gir et bilde av strømkundenes holdninger på landsbasis**
- **Et supplement til egne undersøkelser**
- **Benchmark av lokale resultater**

Energibarometeret:

Er en syndikert undersøkelse.
TNS Gallup har eiendomsrett til dataene.
Resultatene er tilgjengelig for de som ønsker
å kjøpe rapportene.

Energibarometeret:

- Kvartalsvis gjennomføring
- Representativt på husstands nivå
- Den som har ansvar for strømregningen
- Telefonintervju
- Minimum 1 000 respondenter per måling



TNS Gallups Energibarometer nr. 53

2. Kvartal 2011



Hva Energibarometeret har lært oss om kraftbransjens omdømme

1. Kraftnæringens omdømme styres av pris (politikk)
2. Kraftnæringen har et svakt omdømme sammenlignet med mange andre næringer
3. Kraftnæringen har lite å gå på i "krisetider", mangler omdømmereserver

Lærdom nr 1

Kraftnæringens omdømme styres av pris (politikk)

Norske strømkunder er godt fornøye med kraftbransjens kjernevirksomhet

84% av strømkundene er fornøye eller svært fornøye med leveringssikkerheten til eget nettselskap.

Mindre enn halvparten (45%) av strømkundene har opplevd strømbrudd i løpet av det siste året.

59% av strømkundene er fornøye eller svært fornøye med eget nettselskaps evne til raskt å reparere skade etter brudd.

65% av strømkundene er fornøye eller svært fornøye med varsling av planlagte strømbrudd.

55% av kundene er fornøye eller svært fornøye med eget nettselskaps evne til å vedlikeholde strømmettet slik at det ikke oppstår strømbrudd.

Statnett

Nasjonal plan for neste generasjon kraftnett

Nettutviklingsplan 2010



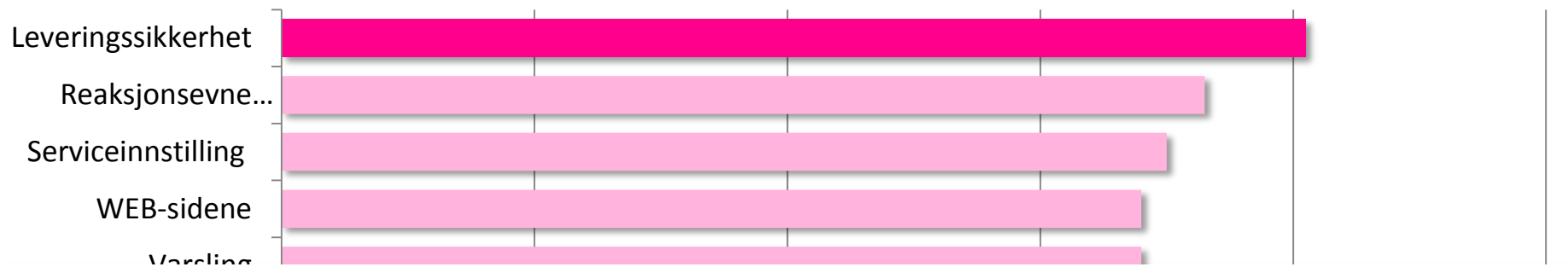
40 milliarder kroner

*”Strømmen er der.
De bruddene jeg opplever er
helt ubetydelige for meg”*

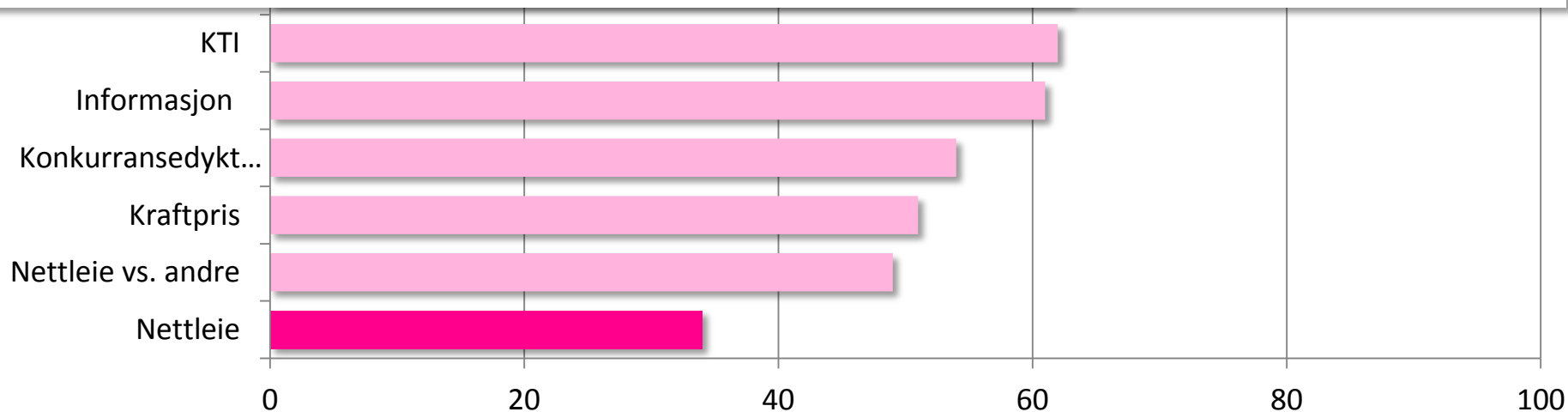
*”Nå må vel snart strømnettet
være nedbetalt. Det har jo
stått der i mer enn 100 år”*

”Nettleien er for dyr. Jeg har vært med å betale nettet. Nå må jeg leie det dyrt tilbake”

Rangering av tilfredshet

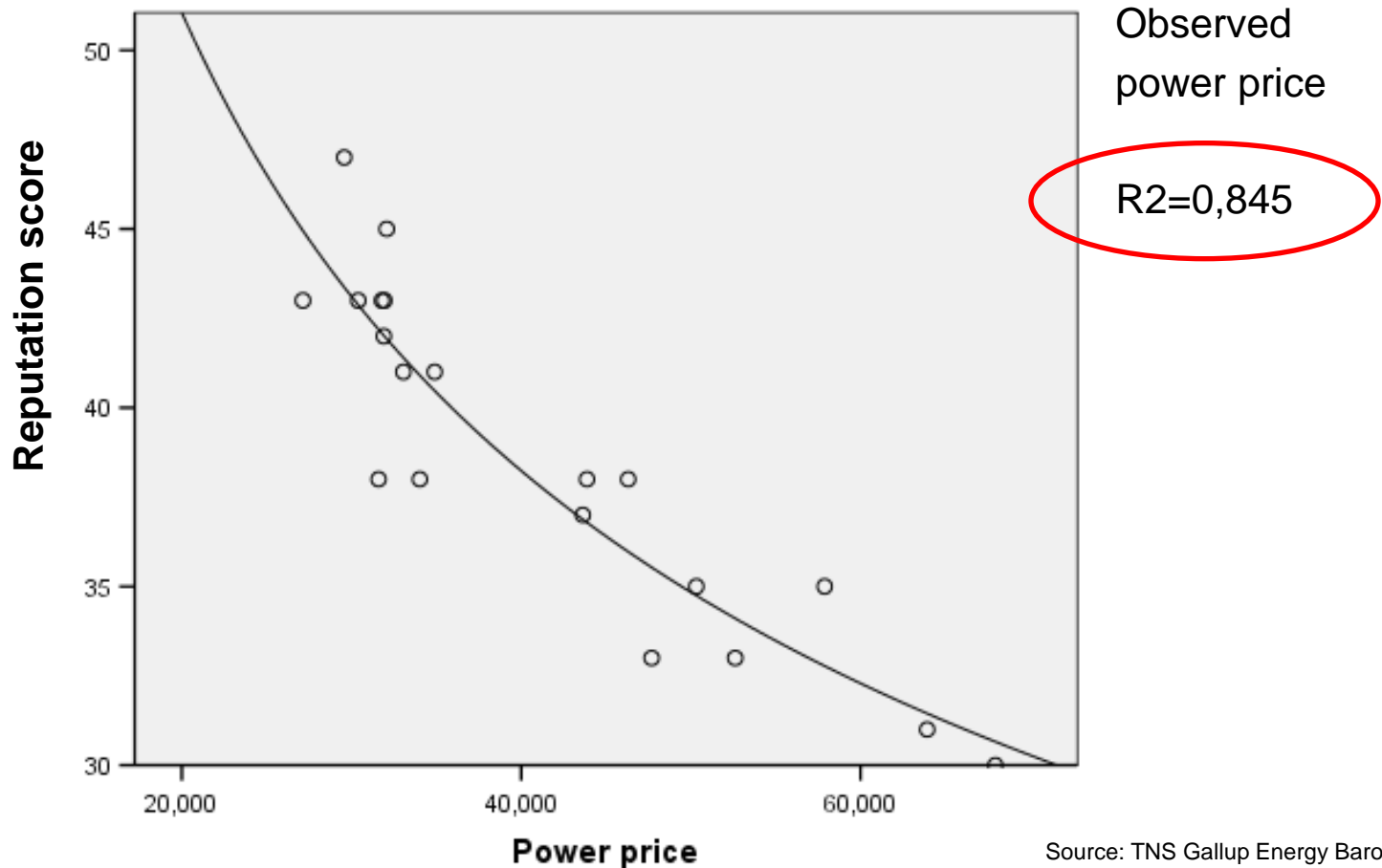


Kundene ser ikke sammenhengen mellom sikre leveranser og nivået på nettleien



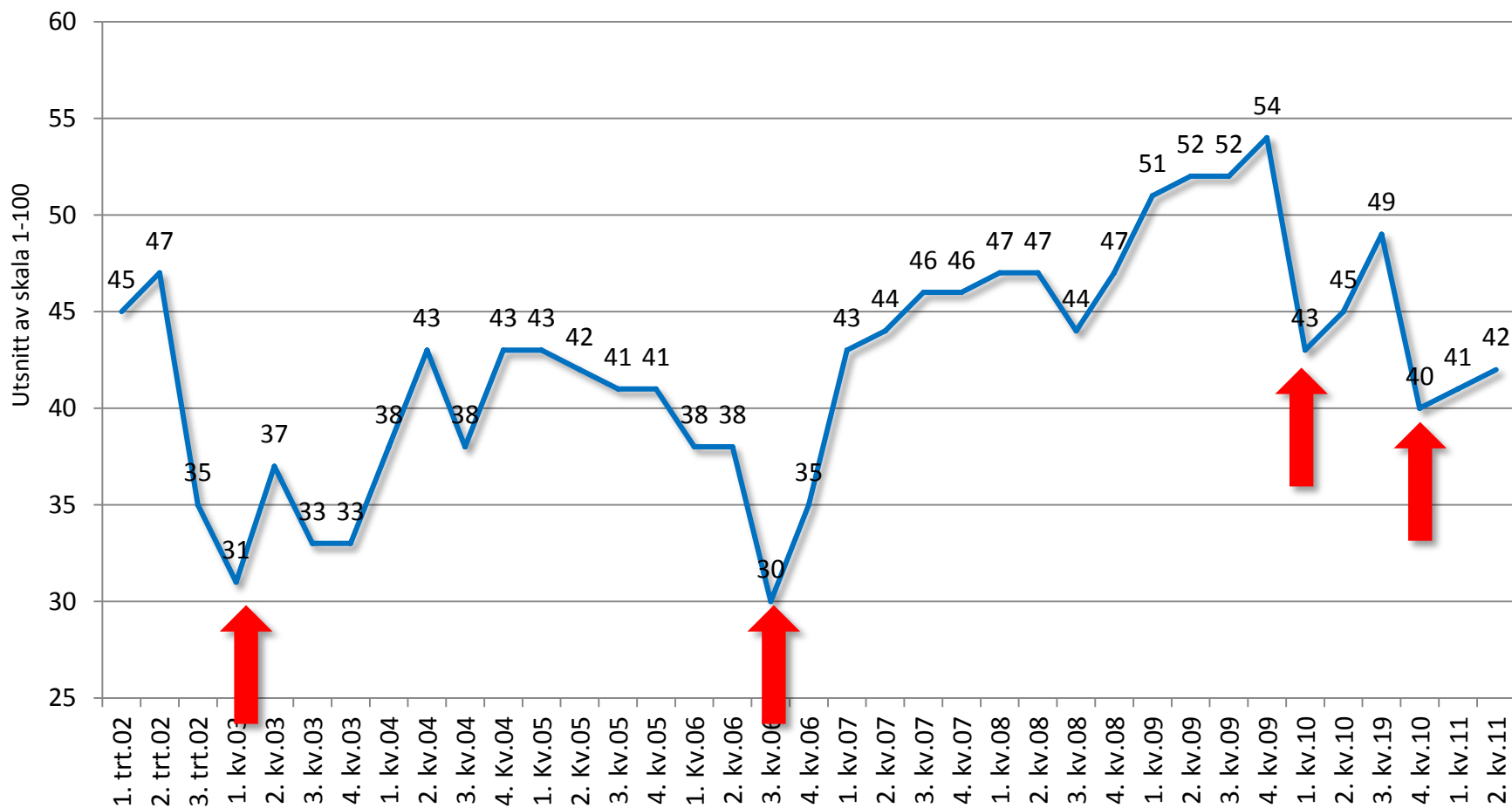
Tilfredshetskår 1-100

The correlation between power price and the reputation of the power supply industry

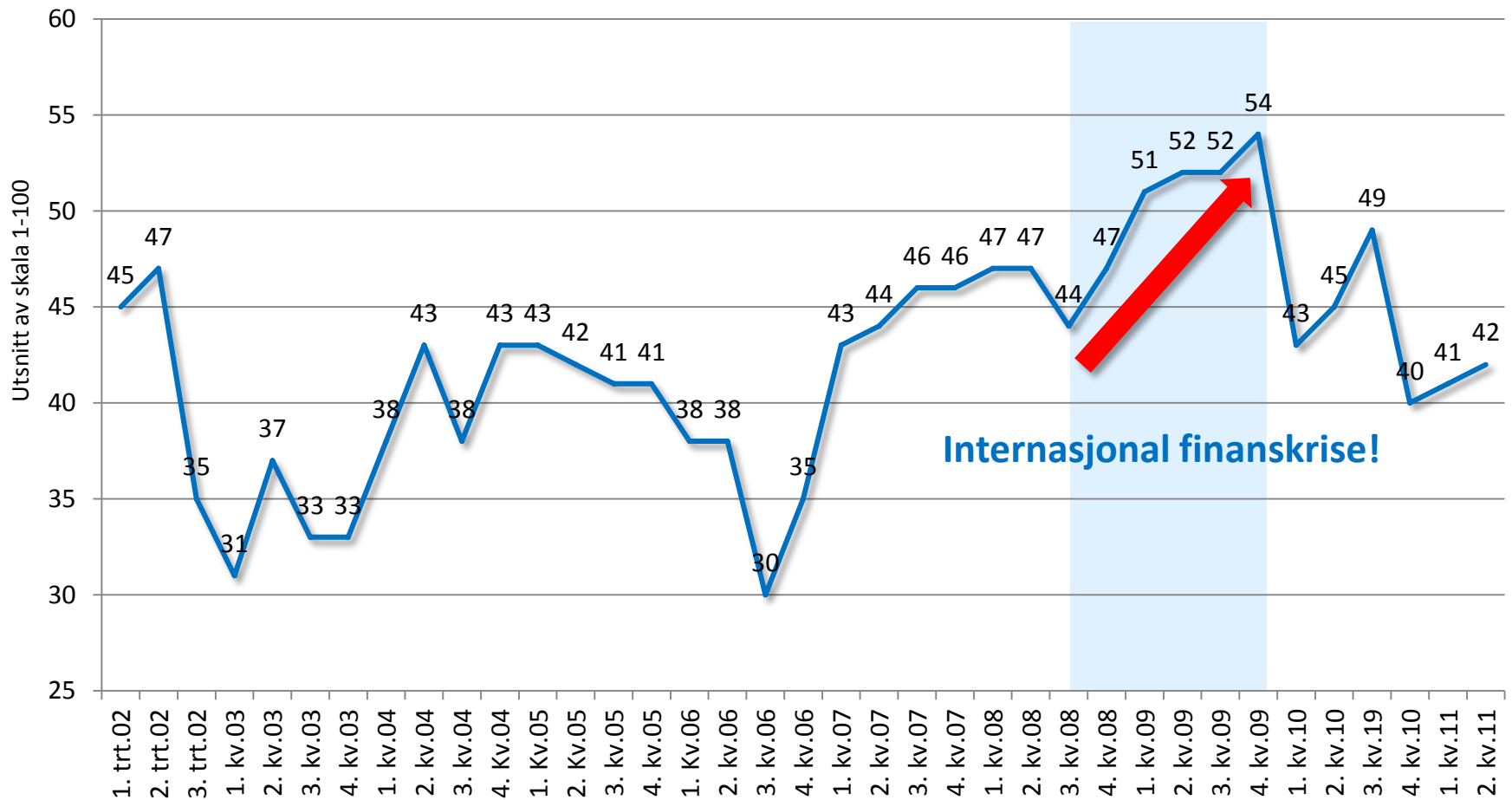


Source: TNS Gallup Energy Barometer
www.konkurransetilsynet.no

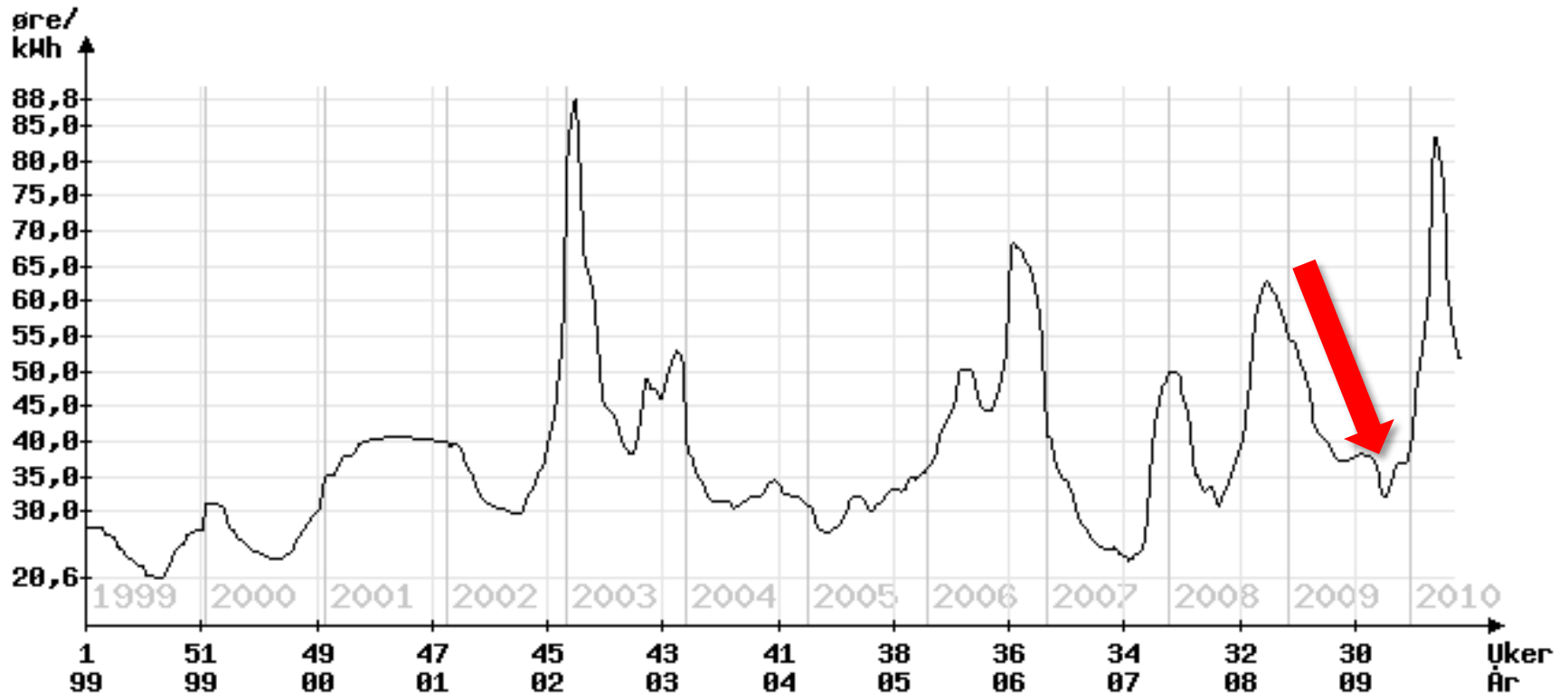
Utvikling i kraftbransjens omdømme 2002 - 2011



Utvikling i kraftbransjens omdømme 2002 - 2011



Finanskrisen ga lavere kraftpriser og kraftbransjen et styrket omdømme



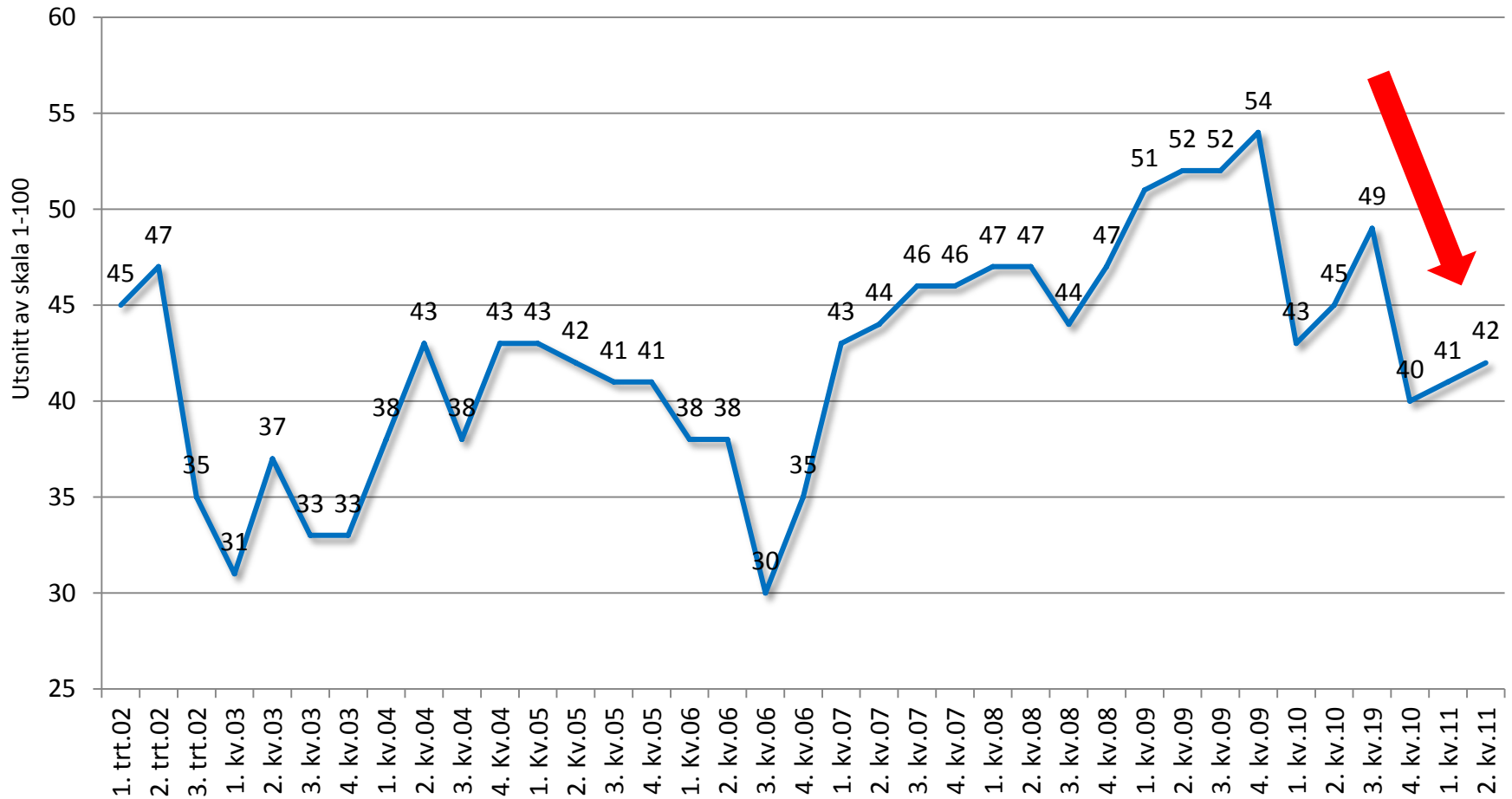
Kilde: Konkurransetilsynet

Power price development and the power industry's reputation



Source: TNS Gallup Energy Barometer
Norwegian Competition Authority

Utvikling i kraftbransjens omdømme 2002 - 2011





Nedbørsmengde, temperatur og tilgang på energi er drivende for norsk kraftbransjes omdømme



**Nedbørsmengde, temperatur og tilgang på energi
er drivende for norsk kraftbransjes omdømme**

**Få andre bransjer får i samme grad styrt sitt
omdømme ut i fra faktorer de selv ikke kan påvirke**

Det er mange likhetstrekk mellom telekom og kraftbransjen...

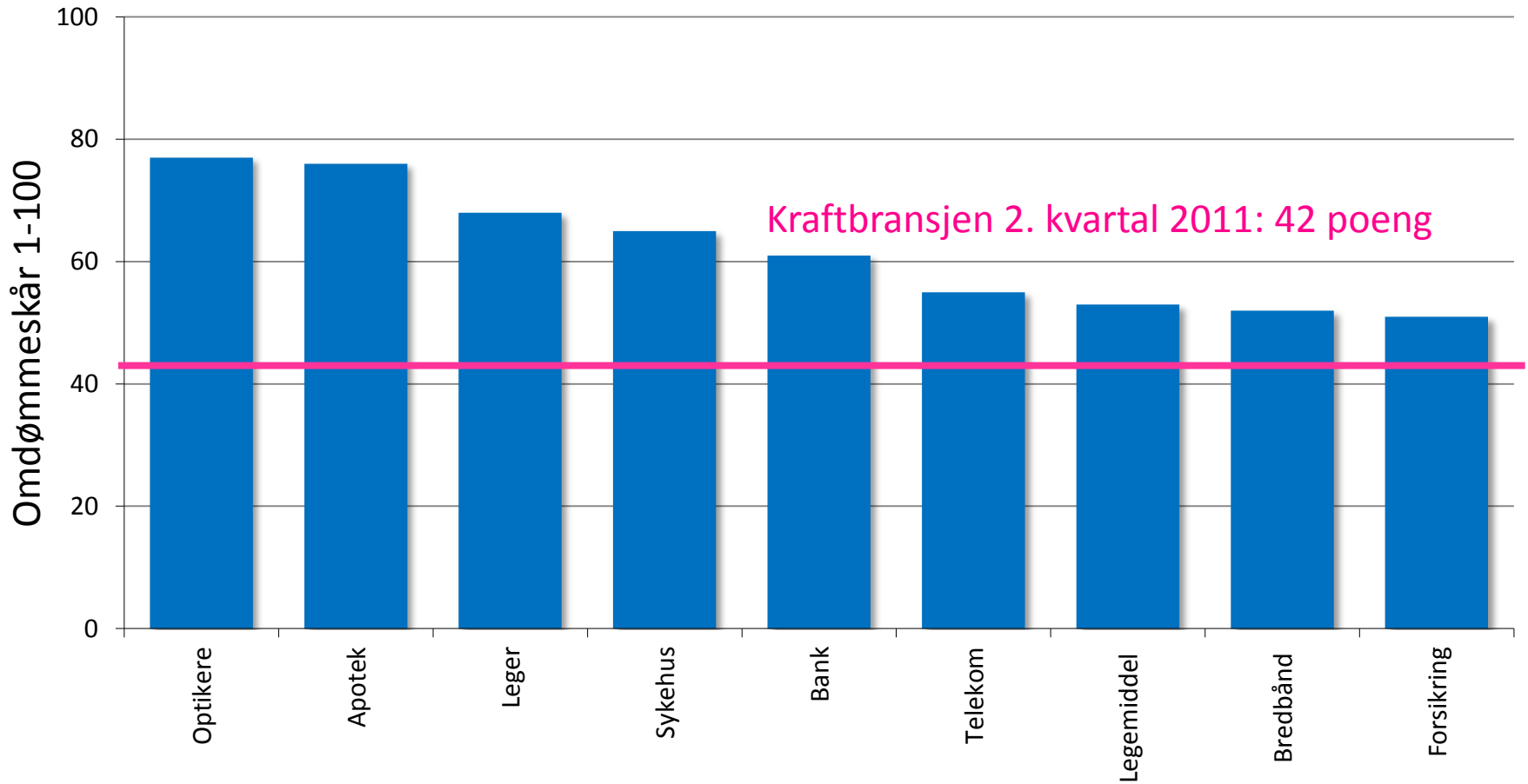
Avregulert 1990-tallet
Linjenettet monopolbelagt
Forbruk konkurranseutsatt
Samme kundegruppe
Direkteaksess til husstandene

**... men det er allikevel helt ulike forhold
som styrer omdømmeutviklingen**

Lærdom nr 2

**Kraftnæringen har et svakt omdømme
sammenlignet med andre bransjer**

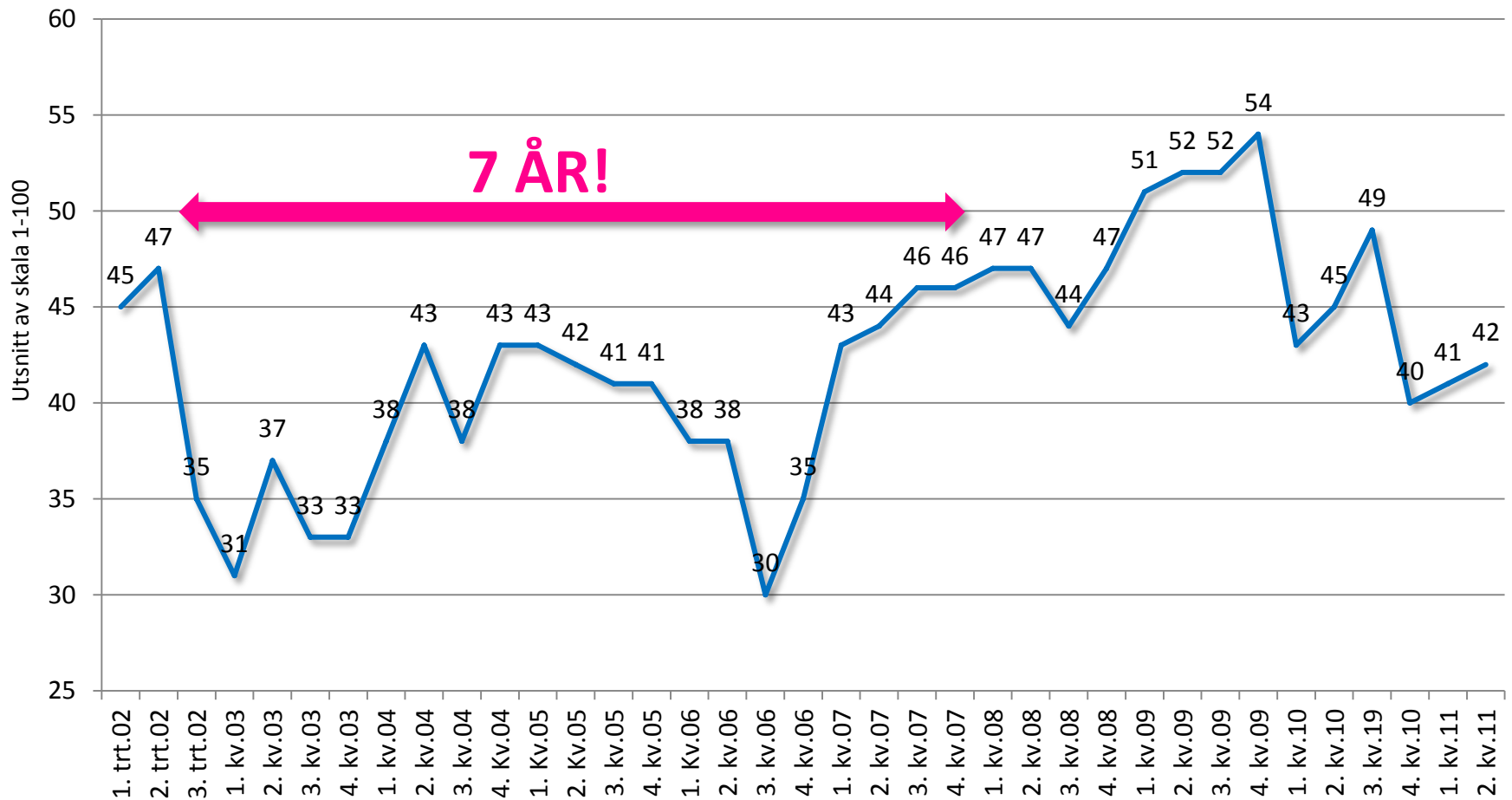
Omdømmeskår for noen næringer



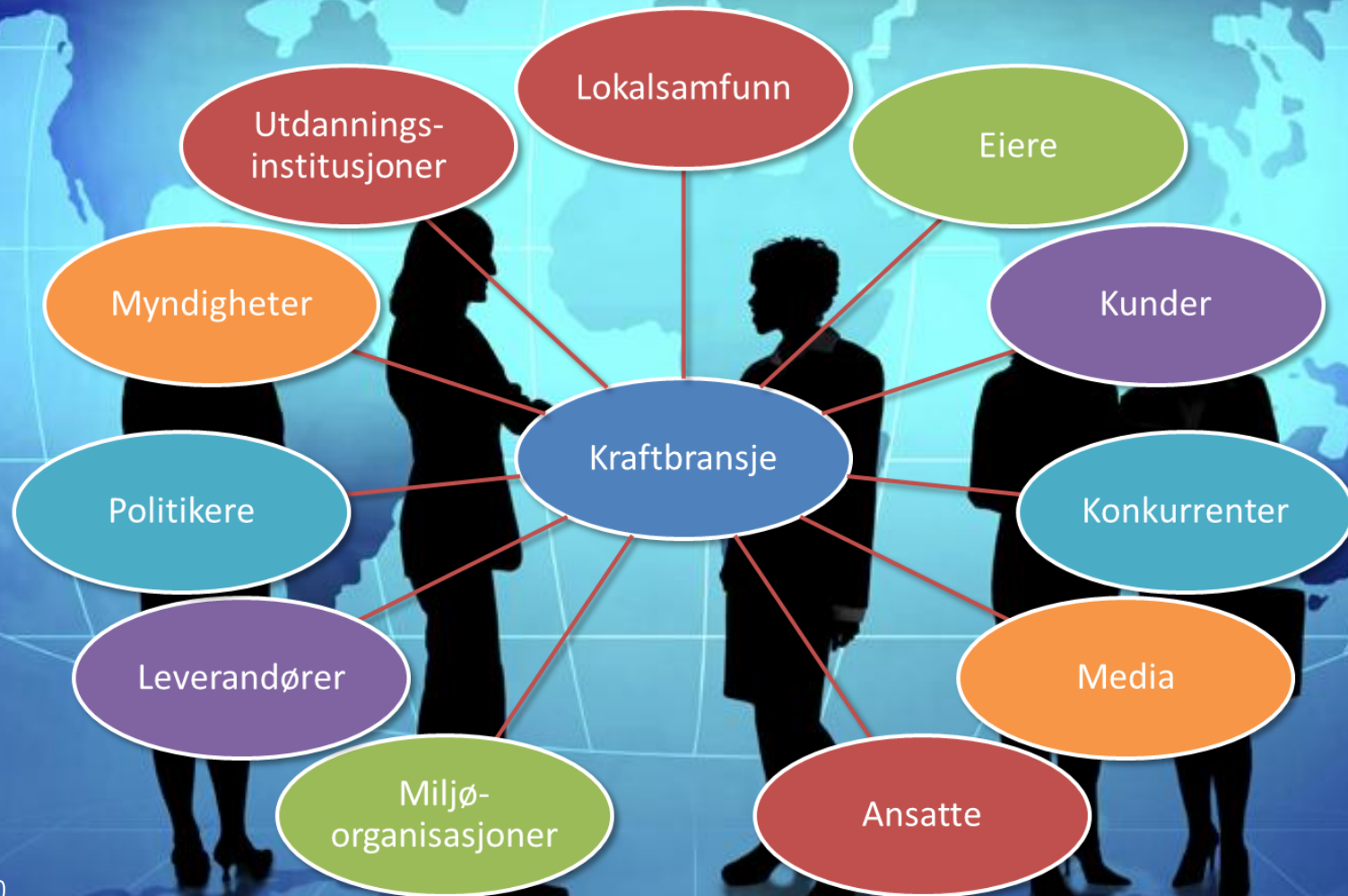
Lærdom nr 3

Kraftnæringen mangler omdømmereserver

Utvikling i kraftbransjens omdømme 2002 -2011



Et godt omdømme styrker relasjonen til viktige interessentgrupper



The image features a blue-toned background with a faint grid pattern overlaid on a world map. In the foreground, several black silhouettes of business professionals are shown. On the left, a man in a suit stands partially visible. In the center, a woman in a business suit is shaking hands with a man in a suit. To the right, two women in business attire are standing together, one holding a briefcase. The overall scene suggests a global business context.

Hvilket omdømme ønsker bransjen å ha?

The image features a blue-toned background with a faint world map and a grid of latitude and longitude lines. In the foreground, several black silhouettes of business professionals are shown. On the left, a man in a suit stands partially visible. In the center, a woman in a business suit is shaking hands with a man in a suit. To the right, two women in business attire are standing together, one holding a briefcase. The overall scene suggests a global business context.

Hvilke assosiasjoner skal knyttes til næringen?

The image features a blue-toned background with a faint world map and a grid of latitude and longitude lines. In the foreground, several black silhouettes of business professionals are shown. Two individuals in the center are shaking hands, while others stand around them, some holding briefcases. The overall scene suggests a global business meeting or agreement.

**Hvordan kan bransjen bygge
omdømmereserver slik at man har noe
å gå på i krisetider?**

Oppsummering

TNS Gallups Energibarometer

Gir dokumentasjon av strømkundenes
holdninger, interesser og atferd
fra 1997 og fram til i dag

Tre viktige lærdommer:

**Nr 1: Kraftnæringens omdømme styres av pris
(politikk)**

**Nr 2: Kraftnæringen har et svakt omdømme
sammenlignet med andre bransjer**

**Nr 3: Kraftnæringen mangler
omdømmereserver**

Takk for meg!

eva.fosby.livgard@tns-gallup.no

