

Försäkring

Svenskt Kvalitetsindex (SKI)s branschmätningar visar att kunder efterfrågar hållbarhetsinitiativ från sina aktörer. Generellt sett har aktörer som upplevs arbeta med hållbarhet belönats med både nöjdare och lojalare kunder. Det blir därför viktigt för marknadens aktörer att lägga tid på just hållbarhetsfrågan och hur deras faktiska hållbarhetsarbete uppfattas av kund.

”Vet inte” vanligaste svaret.

I likhet med tidigare års studier visar resultaten att försäkringsbranschens kunder i stor omfattning fortsatt saknar kännedom om sitt försäkringsbolags hållbarhetsarbete. Tydliga skillnader återfinns mellan privat- och företagskunder där privatkunderna sticker ut med att nästan varannan kund inte säger sig ha kännedom om sin aktörs hållbarhetsarbete. Inom de enskilda segmenten ser vi även fortsatt att yngre kunder har betydlig högre kännedom i jämförelse med äldre samt att kännedomen om hållbarhetsarbetet är högre hos större bolag.

- Att företagskunder är bättre informerade och har en större kännedom kring sina aktörers hållbarhetsarbete är ett mönster vi har sett i flera av höstens branschstudier. Skillnaderna är stora även i försäkringsbranschen. Men det är viktigt att poängtera att det finns stor variation i branschen mellan enskilda aktörers betyg kring kännedom, säger Love Westin.

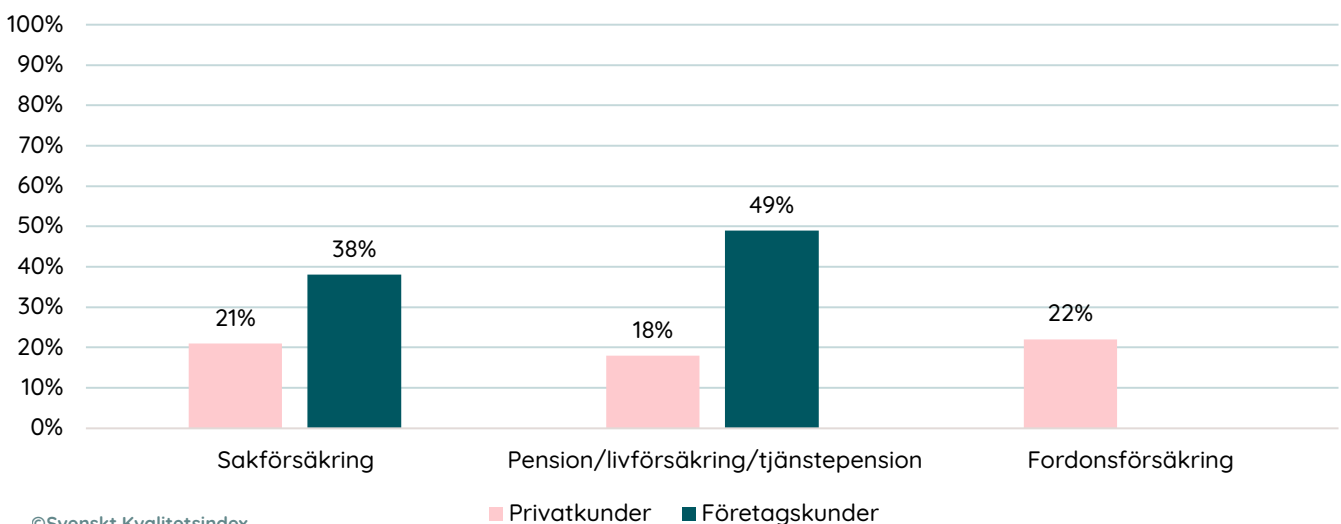
Kommunikation - en återkommande utmaning

Att nå kunden med sitt hållbarhetsarbete har visat sig vara en återkommande utmaning i flertalet branscher. På frågan om hur bra försäkringsbolagen kommunicerar kring hållbarhet svarar endast 21% av sakförsäkring privatkunder och 38% av sakförsäkring företagskunder att försäkringsbolagen kommunicerar bra eller mycket bra. Återkommande även här är att flertalet kunder säger sig inte kunna betygsätta hur aktörerna kommunicerar kring hållbarhet, man vet helt enkelt inte.

Sverige, vi har ett resultat.

På nästa sida redovisas resultat från SKI Hållbarhetsindex i försäkringsbranschen 2023. Rankingen är baserad på ett sammanvägt index (0-100) av frågor relaterade till hur kunderna betygsätter deras aktörers faktiska hållbarhetsarbete. På privatmarknaden redovisas ett sammanvägt snitt över sak-, liv- och fordonsförsäkringskunder. Företagsmarknaden redovisas i år för första gången som separata marknader.

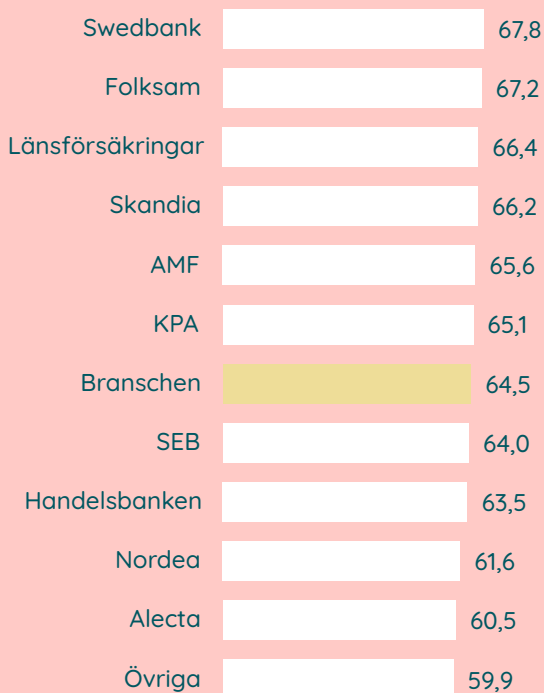
Andel som anser att deras försäkringsbolag har bra eller mycket bra hållbarhetskommunikation



Skandia återkommer i topp på privatsidan. Aktörerna i toppskiktet utmärker sig med att kunden anser dem vara ansvarstagande gällande investeringar som en del av ett större samhällsansvar. I sakförsäkring företag samlas samtliga aktörer kring 60 nivån bortsett från gruppen övriga. Länsförsäkringar kommer bäst ut i år men det finns fortsatt ett arbete samt en position inom hållbarhetsfrågan att ta för marknadens aktörer. I tjänstepension är det tätt i toppen där aktörerna närmar sig 70 strecket. Endast gruppen övriga får ett betyg under 60 vilket kännetecknar ett missnöje med hållbarhetsarbetet.

Tjänstepension - Företag

Hållbarhetsindex 0 -100



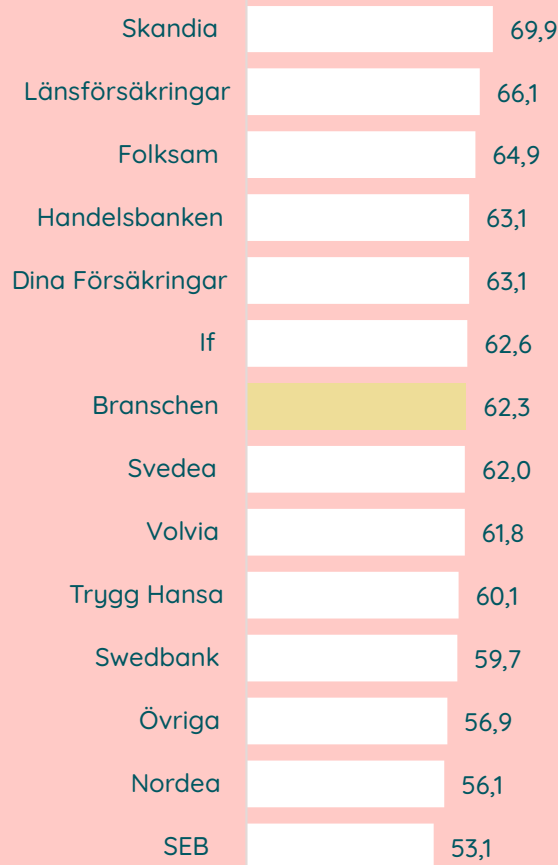
©Svenskt Kvalitetsindex

Mer om hållbarhet i försäkringsbranschen?

Vill du lära dig mer, boka en skräddarsydd presentation eller kanske genomföra en fördjupad studie kring just ert hållbarhetsarbete? **Kontakta oss!**

Försäkringsbranschen - Privat

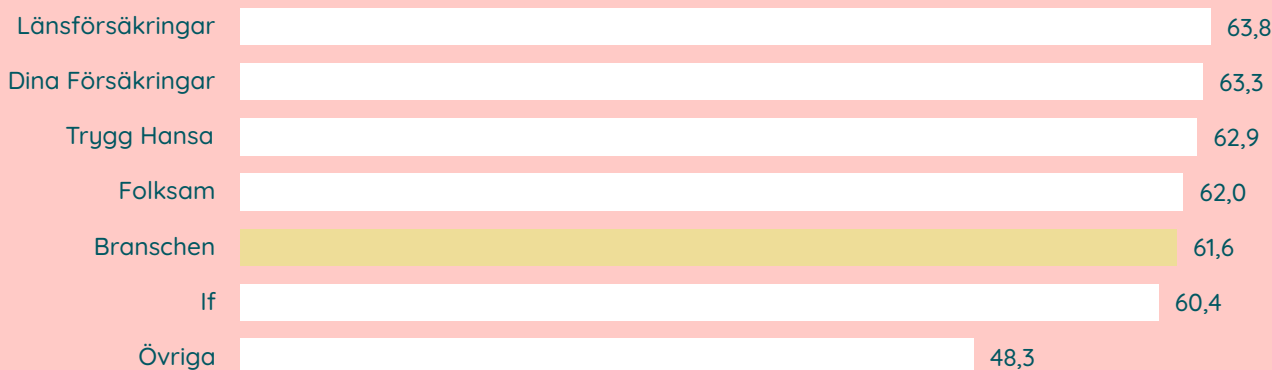
Hållbarhetsindex 0 -100



©Svenskt Kvalitetsindex

Sakförsäkring - företag

Hållbarhetsindex 0 -100



©Svenskt Kvalitetsindex

Ansvariga för studien



Love Westin
Analyschef

love.westin@kvalitetsindex.se
070 339 87 17



Isabel Simon
Analytiker

isabel.simon@kvalitetsindex.se
076 813 91 15