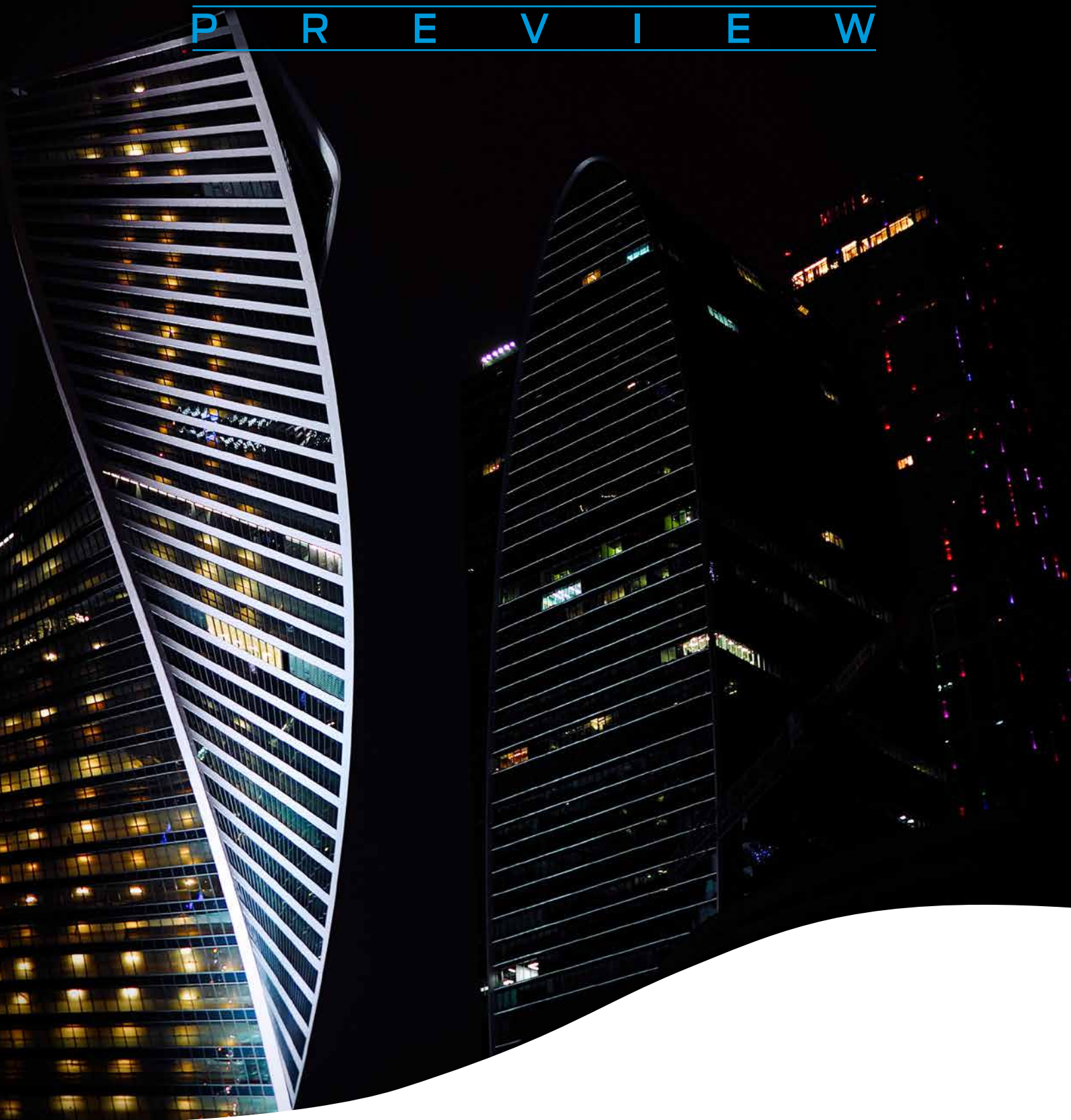


# FINANSIMAGE 2016

P R E V I E W



**W** | Wilke **FW** INSIGHT

OKTOBER 2016

# Det indeholder rapporten

Her kan du læse mere om, hvad rapporten  
Finansimage 2016 indeholder

## **Interview med Ulrik Nødgaard, Finansrådet**

Finansrådets direktør, Ulrik Nødgaard, giver sin udlægning af hovedresultaterne fra imageundersøgelsen.

## **Imageundersøgelsen: Metode**

Udførlig beskrivelse af metoden bag den store imageundersøgelse.

## **Imageundersøgelsen: Resultater og rangeringer**

Detaljeret gennemgang af resultaterne fra imageundersøgelsen:

- Danskernes opfattelse af finanssektoren
- Danskernes kendskab til de vurderede selskaber
- Danskernes opfattelse af de vurderede banker, forsikrings-selskaber, pensionselskaber og realkreditselskabers image

## **Imageundersøgelsen: Lokale styrkepositioner**

De danske bankers lokale image i:

- Region Hovedstaden
- Region Sjælland
- Region Syddanmark
- Region Midtjylland
- Region Nordjylland

## **Imageundersøgelsen: Resultater på imageparametre**

Danskernes opfattelse af banker, forsikringsselskaberne, pensionselskaberne og realkreditselskaberne på følgende otte imageparametre:

- Har en god service
- Har god rådgivning
- Er troværdig (kan stole på dem)
- Formår at udvikle nye produkter og services
- Overholder love og regler
- Har konkurrencedygtige priser
- Har god økonomi
- Er god og synlig i deres kommunikation

## **Imageundersøgelsen: Net promoter score**

Danskernes vilje til at anbefale de vurderede banker, forsikringsselskaber, pensionselskaber og realkreditselskaber målt ved net promoter score.

## **Imageundersøgelsen: Bankskifte**

Så mange danskere overvejer at skifte bank, disse banker overvejer de at skifte til samt begrundelser for at skifte bank.

## **Interview med Gitte Madsen, Wilke**

Gitte Madsen, senior consultant hos Wilke, forklarer, hvorfor tillid er ekstra vigtigt i finanssektoren.

## **Survey: Store virksomheder om finanssektoren**

47 af Danmarks største virksomheder om deres syn på finanssektoren, forholdet til deres bankforbindelse og forholdet til deres forsikringsselskab.

## **Survey: Finansvirksomheder om arbejdet med image**

49 af de største danske finansvirksomheder om deres arbejde med image samt deres prioritering af de otte imageparametre fra imageundersøgelsen.

**Vil du købe rapporten  
eller høre mere om  
FW Insight og priser?**

**Kontakt Lars Bräuner  
på tlf. 71717433  
eller send en mail til  
lars@infowatch.dk**



**Jens Ruskov**  
Chefanalytiker, Watch Medier



**Gitte Madsen**  
Senior consultant, Wilke

## Forord

Man behøver ikke åbne mange aviser for at støde på artikler om den finansielle sektor. Finansvirksomhedernes betydning i almindelige menneskers hverdag og i samfundet som helhed fornægter sig ikke – og det gør ej heller den kritiske lup på deres gøren og laden.

Senest har realkreditselskaberne fået hård kritik for deres prisstigninger, ligesom Nordeas troværdighed kom under pres, da de såkaldte Panama Papers viste, at banken har hjulpet kunder med at oprette virksomheder i skattely. Sager, der smitter af på hele branchens image og som uden tvivl har haft indflydelse på resultaterne i nærværende imagemåling – Finansimage 2016.

Det er FinansWatch og Wilke, der er gået sammen om den store undersøgelse, der ikke bare sætter tal på branchens generelle image, men også på de enkelte finansvirksomheders placering i forhold til hinanden og pengeinstitutternes lokale styrkepositioner.

Undersøgelsen er baseret på næsten 5.000 besvarelser fra repræsentativt udvalgte danskere og målet er at skabe et årligt referencepunkt i arbejdet med finansvirksomhedernes image.

Rapporten indeholder detaljerede resultater fra imageundersøgelsen med vurderinger af 61 finansvirksomheder – overordnet og på otte udvalgte imageparametre. Vi præsenterer desuden resultaterne af en rundspørge til finansvirksomhederne om deres arbejde med image samt en rundspørge til de største danske virksomheder om deres syn på finanssektoren – og meget andet.

Finansimage 2016 er en del af FinansWatch' nye videntilbud, FW Insight, der indeholder en række undersøgelser af forretningskritiske spørgsmål i den finansielle sektor.

Læs mere om FW Insight bagest i rapporten.

God læselyst.

**Gitte Madsen, Senior consultant, Wilke**  
**Jens Ruskov, Chefanalytiker, Watch Medier**

### FINANSRÅDET:

# Markant imagefald er forventet

Bankernes image er blevet mere negativt blandt en stor andel af befolkningen i de sidste to år. Men det er som forventet, siger Finansrådets direktør Ulrik Nødgaard.

AF FREDERIK JENSEN OG METTE MANDRUP

Hver tredje dansker fortæller, at de har fået en mere negativ opfattelse af de danske banker i løbet af de sidste to år, hvor kun seks pct. melder om en mere positiv opfattelse. Altså er der næsten seks gange så mange, hvis opfattelse af bankerne er forværret.

Det viser en ny undersøgelse foretaget af Wilke for FinansWatch blandt knap 5.000 repræsentativt udvalgte danskere. Læs mere om undersøgelsen af danskernes opfattelse af finanssektoren på side 15.

Det overrasker dog ikke Finansrådets direktør Ulrik Nødgaard. Han mener, at enkelte episoder i løbet af det sidste halve års tid har haft en forståelig indflydelse på opfattelsen af banker blandt kunderne.

”Det skal nok også ses i den sammenhæng, at vi har været nødt til at forhøje prisen på vores mest populære produkt, boliglån. Det bliver man nok ikke mere populær af. Så er der også hele det her kompleks med Panama Papers. Det er klart, at det har ikke gavnet den generelle opfattelse af banksektoren herhjemme,” siger direktøren.

Han forklarer, at sektoren har en udfordring i at beskrive de underliggende faktorer, som har ført

til de forhøjede, bidragssatser på realkreditlån. En forhøjelse der har ført til massiv kritik af realkreditsektoren og har sendt Ulrik Nødgaard på banen for at forklare sagen.

”Forhøjelsen sker på baggrund af øgede krav og et ønske om at skubbe kunderne hen i en mere forsigtig retning i forhold til afdragsfrihed og kortsigtede F1-lån. Det vil man gerne afhjælpe,” siger han.

Ulrik Nødgaard fortæller, at den nedadgående udvikling i bankernes image ikke kommer bag på ham.

”Jeg har ikke nogen forventning til det specifikke tal, men at det trækker i den forkerte retning, det overrasker mig ikke,” siger han.

### Gør allerede stor indsats på hvidvaskning

Undersøgelsen viser også, at 29 pct. af de adspurgte har en negativ eller meget negativ opfattelse af de danske banker, mens 28 pct. har et positivt eller meget positivt billede af bankerne. Panama Papers og hvidvaskning er ifølge direktøren en af de store årsager til, at bankernes ry er blevet mere blakket.

”Det er jo ikke områder, der gør os mere folkelige,” siger han.



Ulrik Nødgaard, Finansrådets direktør

Men der er tale om en skævvridning, forklarer han. Mens diskussionen om Panama-papirerne raserer, så glemmer man bankernes indsats på netop hvidvaskningsområdet.

”Det er ærgerligt, at det ser sådan ud, men det er også forståeligt. Der har været nogle kedelige ting fremme. Jeg ville gerne have, at der var et større fokus på den anden side af mønten,” siger Ulrik Nødgaard omkring den negative udvikling af bankernes image. Han forklarer den anden side, den side, han mener, opmærksomheden skal rettes mod:

”Bankerne er måske en af de aktører, der hjælper Skat allermest med at indberette oplysninger. 2.000 gange om året er vi ude at hjælpe skattemyndighederne med specifikke undersøgelser.”

Endnu et punkt direktøren gerne vil fremhæve, er bankernes rolle i digitaliseringen af samfundet. Ulrik Nødgaard mener, at bankerne har en afgørende rolle i udviklingen med øget fokus på digitale løsninger, som samfundet står i.

”Der er mange, der taler om digitalisering, men bankerne er nogle af dem, der leverer det. Og vi leverer det på en måde, som folk kan mærke i hverdagen,” siger han og forklarer, at det ikke længere er nødvendigt at gå ned i filialen for at klare sin bankforretning.

Finansrådets direktør nævner selv, at Panama-papirerne har en indflydelse på bankernes forværrede image. Så mens skattemyndighederne modtager 2.000 indberetninger fra bankerne om hvidvask,





så er det vigtigt også at se på den anden side af mønten. Nogle banker har i et vist omfang hjulpet bankkunder med at skjule økonomiske forhold i det sydamerikanske land.

”Det er jo ikke kortlagt endnu, og vi kender ikke omfanget. Men det er klart, at der har været ting fremme, som ikke ser kønne ud. Det må vi retfærdigvis sige. Men det er vigtigt at bevare perspektivet, vi hjælper myndighederne med meget og sørger altså også for mange indtægter til statskassen,” svarer Ulrik Nødgaard

### **Fremadrettet skal der arbejdes på image og kundeoplevelse**


Mens de sidste to år har givet et dårligere billede af bankerne for 35 pct. af danskerne, så ser Finansrådets direktør gerne, at det ændres til en mere positiv vinkel i fremtiden. Han forklarer, at ”man må op på hesten som sektor.”

Det skal blandt andet gøres ved at forbedre kundeoplevelsen for bankkunderne.

”Vi skal levere værdi hver dag, både i forhold til vores kunder, men også i forhold til samfundet,” siger Ulrik Nødgaard.

Og snakker man hvidvask og Panama-papirerne, så fremhæver Ulrik Nødgaard, at bankerne allerede gør noget.

”Vi skal bruge mere krudt på at fortælle, hvad vi har opnået og sætte resultaterne i perspektiv. Vi skal fortælle om, hvor utroligt mange ressourcer, der bliver brugt på at forhindre hvidvask og til at hjælpe skattemyndighederne. Det er en viden, der ikke er forplantet i samfundet,” siger han og fortsætter:

”Det, og den rolle vi spiller på de mere positive dagsordener, skal vi få italesat.” 

## HER ER BANKERNES VÆRSTE SAGER

I et interview med FinansWatch peger Finansrådets direktør, Ulrik Nødgaard, på tre sager, som har påvirket bankernes image negativt. Få et overblik over sagerne her.

### **Læk fra Panama satte Nordea under pres**

En søndag aften i april i år viste DR en dokumentar om skattely, hvor det viste sig, at Nordea havde hjulpet adskillige kunder med at oprette virksomheder i det kendte skattely Panama.

Dokumentarfilmen var produceret med baggrund i de såkaldte Panama-papirer, der var det største læk nogensinde af papirer fra advokatfirmaet MossackFonseca, som er baseret i Panama.

Både Nordea og Jyske Bank var nævnt i papirerne, men det var Nordea, som fik mest opmærksomhed. I første omgang sagde Nordea, at banken havde ændret sin praksis, så den ikke længere fandt sted.

Siden lancerede banken dog en intern undersøgelse af sine procedurer, og den blev fremlagt i forbindelse med bankens halvårsregnskab i juli. Den resulterede i alvorlig kritik af den måde, Nordeas datterbank i Luxembourg havde håndteret kunder med selskabskonstruktioner i skattely.

”Der er tale om alvorlige problemer, set i lyset af at der er en første, anden og tredje forsvarslinje, der skal sikre at regler og procedurer overholdes. Og der er fundet problemer i alle tre led,” sagde advokat Biörn Rise fra Sveriges største advokatfirma, Mannheim Swartling, der har stået for advokatundersøgelsen, ved fremlæggelsen af resultaterne.

### **Storbanker har haft problemer med hvidvask**

Efter finanskrisen er der blevet indført stadigt større krav til ban-

kerne om, at de skal sikre sig, at de ikke er instrumenter for hvidvask. De krav har flere banker haft svært ved at leve op til.

Finanstilsynene i både Sverige og Danmark har flere gange revset Nordea for ikke at have godt nok styr på de processer, som skal sikre, at kunderne ikke bruger banken til hvidvask. Senest har det danske finanstilsyn i juni meldt Nordea til politiet af samme årsag.

Også Danske Bank har haft svært ved at leve op til reglerne, hvilket også udløste en politianmeldelse fra Finanstilsynet. Begge banker har dog lovet at rette op på problemerne.

### **Kunderne demonstrerede mod dyrere boliglån**

Det skabte for alvor vrede hos kunderne i Nykredit og datterselskabet Totalkredit, da Nykredit i starten af februar meddelte, at selskabet ville børsnoteres og desuden havde planer om at hæve sine bidragssatser.

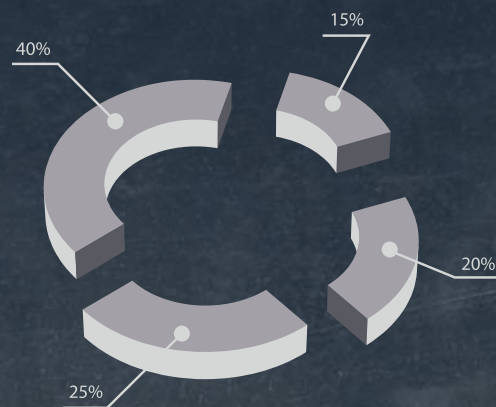
Kunderne var vrede over prisstigninger på deres boliglån, hvilket blandt andet førte til deciderede demonstrationer og dialogmøder mellem Nykredit og kunderne.

Langt de fleste af de banker, som distribuerer lån fra Totalkredit, valgte dog at lave forskellige tiltag for at kompensere for bidragsstigningerne.

I løbet af foråret har også Realkredit Danmark og Nordea Kredit meldt ud, at de ville hæve priserne, mens Jyske Banks BRFkredit har lovet ikke at hæve priserne i hele 2016.

SEKTION II

# Imageundersøgelsen: Metode



# Generelle forhold

## Undersøgelsens metode

Undersøgelsen udgøres af 4.876 onlineinterview med et repræsentativt udsnit af danskere i alderen 18 år og derover.

Undersøgelsen er gennemført ved hjælp af web-interview i Wilkes Online Panel, Wilke Wisdom.

Den anvendte stikprøve er dannet ved et statistisk tilfældigt nationalt repræsentativt udtræk på køn, alder og geografi blandt alle tilgængelige medlemmer i Wilke Wisdom i målgruppen.

## Interviewperiode

De 4.876 interview er gennemført i perioden 19. august – 1. september 2016.

## Målgruppe

Danskere på 18 år og derover.

## Skema og interviewlængde

Undersøgelsen bestod af 12 spørgsmål, og den gennemsnitlige interviewtid var på 7 minutter og 26 sekunder.

Udvælgelsen af selskaber, som den enkelte respondent har fået imagespørgsmål til, er sket blandt de selskaber, som respondenterne, som minimum har angivet, at de "Kender noget" til. Hver respondent har fået spørgsmål til de syv selskaber, som har færrest besvarelser, samt deres primære selskab, hvis dette falder uden for de syv udvalgte.

## Målingens styrke

Med en stikprøve på 4.876 interview ligger den maksimale usikkerhed med et 95 pct. konfidensinterval mellem +/- 1,40 procentpoint.

## Vejning

For at sikre, at resultaterne er robuste, er stikprøven vejet på køn, alder og region, så den er repræsentativ.

Denne vejemetode er valgt for at sikre, at stikprøven får den rigtige fordeling på demografi (køn, alder, region).

# Kvalitet og kontrol

## Før dataindsamlingen

Skemaet er kontrolleret mht. spørgsmålsformulering, svaralternativer og visningsbetingelser ved manuel gennemgang af skemaet og ved kontrol af tilfældigt genererede testinterview.

## Pilottest

Der er gennemført pilottest på denne undersøgelse torsdag den 18. august 2016. Datatjek efter pilottesten gav ingen anledninger til korrektioner i skema eller stikprøve. Herefter er der lanceret udsendelse på hovedstikprøven.

## Efter dataindsamlingen

Data er kontrolleret i forhold til dubletter, svarmønstre på tværs af udvalgte variabler, afvigelser i forhold til den gennemsnitlige interviewtid og kontrol af de verbatime besvarelser.

Herefter er data kontrolleret i forhold til det endelige spørgeskema.



## Disse virksomheder indgår i undersøgelsen

### BANKER

- Alm. Brand Bank
- Arbejdernes Landsbank
- BankNordik
- Danske Andelskassers Bank
- Danske Bank
- Den Jyske Sparekasse
- Djurslands Bank
- Dronninglund Sparekasse
- Ekspres Bank
- Frøs Herreds Sparekasse
- Fynske Bank
- Handelsbanken
- Jutlander Bank
- Jyske Bank
- Kreditbanken
- Lægernes Pensionsbank
- Lån & Spar Bank
- Middelfart Sparekasse
- Nordea
- Nordjyske Bank
- Nykredit Bank
- Ringkjøbing Landbobank
- Salling Bank
- Santander Consumer Bank
- Saxo Bank
- Skjern Bank
- Spar Nord Bank
- Sparekassen Fyn
- Sparekassen Kronjylland
- Sparekassen Sjælland
- Sparekassen Thy
- Sparekassen Vendsyssel
- Sydbank
- Vestjysk Bank
- Østjysk Bank

### FORSIKRINGSSÆLSKABER

- Alka
- Alm. Brand
- Codan
- GF Forsikring
- Gjensidige
- If
- Købstædernes Forsikring
- LB Forsikring
- Topdanmark
- Tryg

### PENSIONSSÆLSKABER

- AP Pension
- ATP
- Danica Pension
- Industriens Pension
- Nordea Liv & Pension
- PenSam
- PensionDanmark
- PFA Pension
- PKA
- Sampension
- SEB Pension
- Skandia

### REALKREDITSÆLSKABER

- BRF Kredit
- Nordea Kredit
- Nykredit
- Realkredit Danmark

# Indekserede middelværdier

Ved alle imagespørgsmål omregnes respondentens besvarelse til en skala fra 0-100 (indeksering). Respondenterne har i spørgeskemaet svaret på en skala fra 1 (meget dårlig) til 5 (meget god).

Nedenfor ses, hvordan denne skala omregnes til en indeksscore.

Skala i spørgeskema	Omregning til indeksscore
1	0
2	25
2	50
4	75
5	100

De enkelte indeksscorer i grafikker og tabeller er udregnet ved at benytte følgende formel:

$$\text{Indeksscore} = (25 \times \text{middelværdi}) - 25$$

Hvor middelværdien er gennemsnittet af respondenternes svar på spørgsmålet.

Ved at benytte denne formel bliver laveste middelværdi – '1' – omregnet til scoren 0, mens højeste middelværdi – '5' – bliver omregnet til 100.

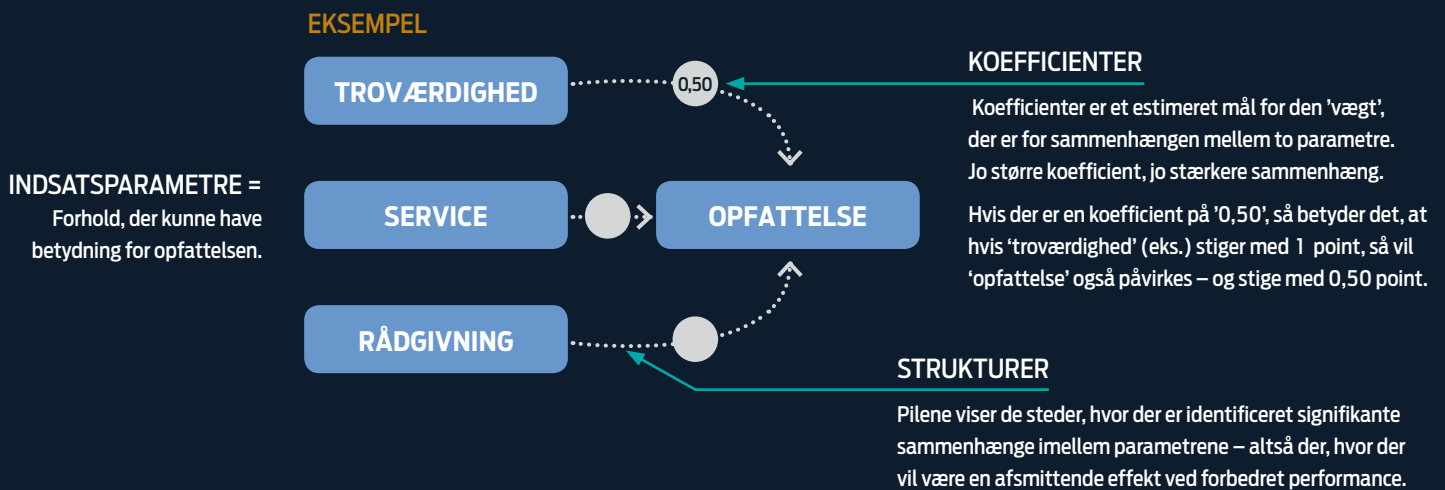
Tabellen viser hvilket niveau en indeksscore repræsenterer:

75-50	Meget god
65-74	God
50-64	Middel
40-49	Dårlig
0-39	Meget dårlig

# Driveranalyse

For at give viden om, hvilken betydning de 8 underliggende imageparametre har på den overordnede opfattelse, opstilles en drivermodel, der identificerer sammenhænge mellem den overordnede opfattelse af selskaberne og de parametre, der kan justeres på gennem kommunikation, service, kanaler mv. Til dette formål anvendes en strukturel ligningsmodel, som

identificerer samvariation mellem underliggende uafhængige variable (de områder, som man kan påvirke) og overordnede resultatparametre (overordnet opfattelse). Der undersøges for lineær samvariation ud fra en hypotese om, at øget performance på underliggende parametre også vil have en positiv afsmittende effekt på et overordnet tilfredshedsmål.



Driveranalysen kan fortælle, hvorhen finanssektoren primært skal rette sit fokus for at øge den overordnede opfattelse blandt sine kunder. Målet for virksomhederne er således ikke isoleret set, eksempelvis, at forbedre 'troværdighed'. Målet er at forbedre 'troværdighed', fordi det vil have en positiv effekt

på den samlede relation, der er imellem finanssektoren og kunderne. Altså på finanssektorens image.

Driveranalysen danner baggrund for analysen af de otte imageparametres betydning for virksomhedernes samlede image på side 33.

# Net promoter score (NPS) - anbefalingsvillighed

Net promoter score (NPS) er et loyalitetsmål, der har gået sin sejrsgang verden over i takt med, at virksomhedsledere ved selvsyn har konstateret deres evne til at forudsige kundelojalitet og virksomhedens fremtidige vækst og bundlinjeresultater.

NPS er udviklet af Satmetrix Systems, Inc., Bain & Company, Inc. og Fred Reichheld og bygger på en række analytiske og forskningsmæssige resultater, der dokumenterer, at man rent faktisk kan koge virksomhedens overordnede måling og varsling af kundelojaliteten ned til et spørgsmål om anbefalingsvillighed.

I denne undersøgelse er spørgsmålet formuleret således:

Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale virksomheden til familie og venner?

**Svaret angives på en skala fra 0-10 og inddeles i 3 grupper:**

- **PROMOTORS** eller ambassadører (scorer 9-10) er loyale entusiaster, der bliver ved med at købe og ofte anbefaler virksomheden eller produktet til andre. Disse kunder er med til at styrke virksomhedens image gennem positiv word-of-mouth og driver ofte profitabel bæredygtigt vækst.
- **PASSIVES** eller indifferente (scorer 7-8) er tilfredse, men uden særlig præference for virksomheden, og disse vil derfor også være modtagelige over for konkurrenternes udbud.
- **DETRACTORS** eller kritikere (scorer 0-6) er utilfredse kunder, der kan skade virksomhedens brand og hindrer virksomhedens vækst gennem negativ omtale.

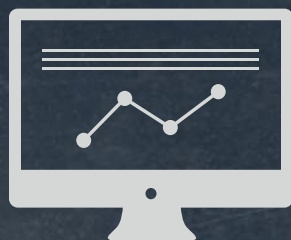
Spørgsmålet er kun stillet til kunder i de enkelte virksomheder.



Resultaterne for net promoter score kan ses på side 54.

SEKTION III

# Imageundersøgelsen: Resultater og rangeringer



# Hovedresultater af imageundersøgelsen

I dette afsnit præsenteres hovedresultaterne af imageundersøgelsen blandt repræsentativt udvalgte danskere. Afsnittet indeholder følgende dele:

**Danskernes generelle opfattelse af finanssektoren** med resultater for danskernes generelle opfattelse af de danske banker, forsikringselskaber, pensionselskaber og realkreditselskaber

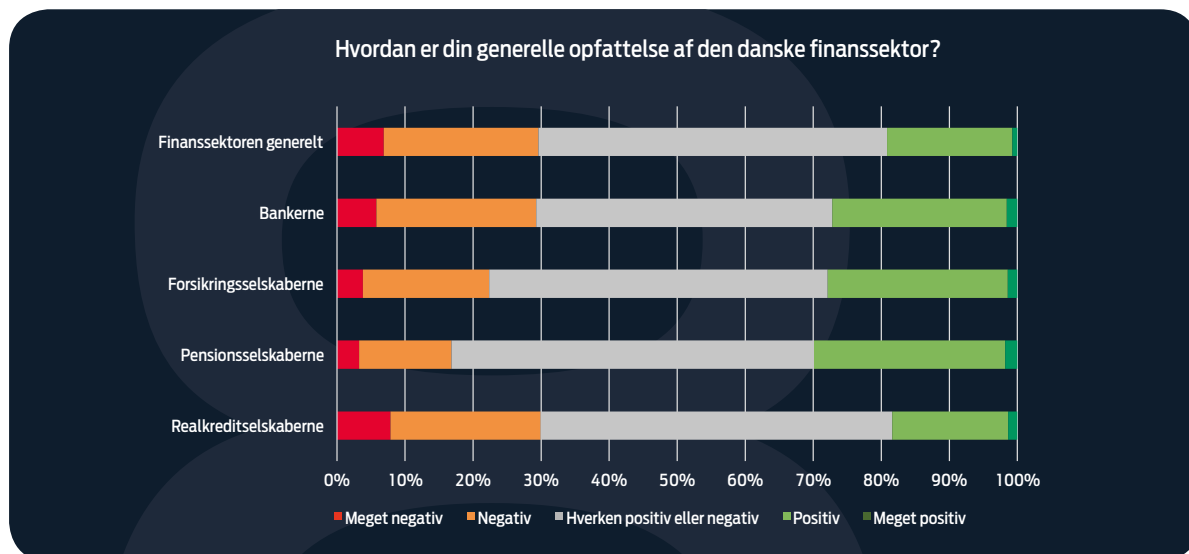
**Danskernes kendskab til finansvirksomhederne** med detaljerede resultater for danskernes kendskab til de virksomheder, der indgår i undersøgelsen.

**Samlet top og bund** med resultater for de virksomheder, der har fået den bedste og dårligste bedømmelse på tværs af de fire delsektorer.

**Danskernes opfattelse af bankerne, forsikringselskaberne, pensionselskaberne og realkreditselskaberne.** Et afsnit om hver delsektor med rangering af selskaberne i sektoren.

Se mere om undersøgelsen i metodeafsnittet på side 8.

## Danskerne generelle opfattelse af finanssektoren

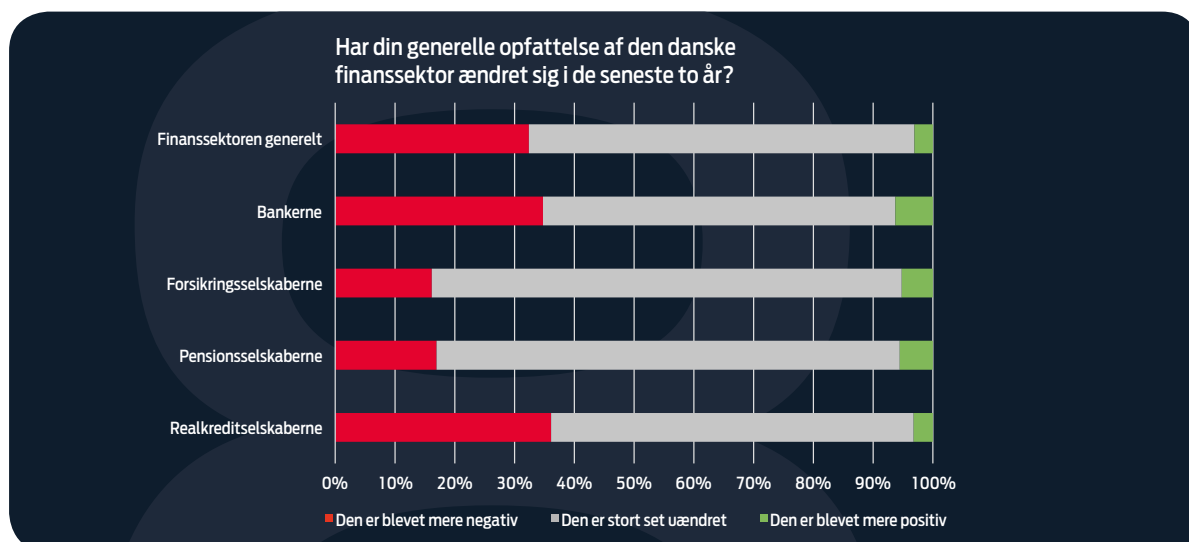


Den danske befolkning har samlet set en svagt negativ opfattelse af den danske finanssektor. 30 pct. af danskerne har en negativ eller meget negativ opfattelse af finanssektoren generelt, mens kun 19 pct. opfatter sektoren positivt eller meget positivt. Halvdelen af danskerne er hverken negative eller positive i deres opfattelse af finanssektoren.

Det er især realkreditselskaberne, der trækker ned i danskerne opfattelse af finanssektoren, mens opfattelsen af pensionselskaberne og forsikringselskaberne er svagt positiv. Stort set lige mange danskere har en positiv henholdsvis negativ opfattelse af bankerne.

Der er en tendens til, at danskerne vurderer den samlede sektor mere negativt, end de vurderer de enkelte selskaber.

Her spiller det blandt andet ind, at et godt kendskab ofte også driver en god vurdering. Alle kender finanssektoren og de fire forskellige typer af finansvirksomheder, men ikke lige så godt som når der sættes navn på selskaberne i branchen. Det gør det nemmere at forholde sig til et specifikt selskab end til en hel branche. Derudover vurderer kunderne også deres eget selskab højere end andre selskaber. Det er et selskab, de har tilvalgt, og derfor som udgangspunkt også har en positiv opfattelse af.



Hovedparten af danskerne har ikke ændret opfattelse af finanssektoren i løbet af de seneste to år. Ser man alene på de danskere, der har ændret opfattelse i løbet af de seneste to år, er der en klar negativ overvægt. En tredjedel af danskerne har fået en mere negativ opfattelse af finanssektoren, mens kun tre pct. har fået en mere positiv opfattelse.

Det er primært realkreditselskaberne og bankerne, som danskerne har fået en mere negativ opfattelse af i løbet af de seneste to år. Men også opfattelsen af forsikrings- og pensionselskaberne er blevet en smule mere negativ i løbet af de perioden to år.