



FINANSIMAGE

PREVIEW

W | Wilke **FW** INSIGHT

VIL DU KØBE RAPPORTEN ELLER HØRE MERE OM FW INSIGHT OG PRISER?

Kontakt vores salgsafdeling på tlf. 7171 7436 eller send en email til finanswatch@infowatch.dk

Det indeholder rapporten

Her kan du læse mere om, hvad rapporten Finansimage 2019 indeholder.

Metode

- Udførlig beskrivelse af metoden bag den store imageundersøgelse.

Overordnede resultater af imageundersøgelsen

- Gennemgang af de overordnede resultater fra imageundersøgelsen:
- Danskernes generelle opfattelse af finanssektoren
- Rangering af samtlige 69 virksomheder på tværs af sektorer
- Præsentation af de otte imageparametre og deres betydning for virksomhedernes overordnede image

Pengeinstitutternes image

- Pengeinstitutternes overordnede image i 2019 og ændring fra 2018
- Sammenhæng mellem kendskab og image
- Pengeinstitutternes placering på de otte imageparametre

Pengeinstitutternes lokale image

De danske pengeinstitutters image blandt respondenter i:

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

Forsikringssekskabernes image

- Forsikringssekskabernes overordnede image i 2019 og ændring fra 2018
- Sammenhæng mellem kendskab og image
- Forsikringssekskabernes placering på de otte imageparametre

Pensionssekskabernes image

- Pensionssekskabernes overordnede image i 2019 og ændring fra 2018
- Sammenhæng mellem kendskab og image
- Pensionssekskabernes placering på de otte imageparametre

Realkreditselskabernes image

- Realkreditselskabernes overordnede image i 2019 og ændring fra 2018
- Sammenhæng mellem kendskab og image
- Realkreditselskabernes placering på de otte imageparametre

Investeringsforeningernes image

- Investeringsforeningernes overordnede image i 2019 og ændring fra 2018
- Sammenhæng mellem kendskab og image
- Investeringsforeningernes placering på de otte imageparametre

Anbefalingsvillighed målt ved net promoter score

- Danskernes vilje til at anbefale de vurderede pengeinstitutter, forsikringssekskaber, pensionssekskaber, realkreditselskaber og investeringsforeninger målt ved net promoter score.

Skift af selskab

- Så mange danskere overvejer at skifte bank, forsikringssekskab eller pensionssekskab samt begrundelser for overvejelserne.

Appendiks

- Alle scorer for de seneste fire år – overordnet og på de otte imageparametre – for pengeinstitutterne, forsikringssekskaberne, pensionssekskaberne og realkreditselskaberne.

Indhold

Forord	05
SEKTION 2	
Metode	06
SEKTION 3	
Overordnede resultater af imageundersøgelsen	12
SEKTION 4	
Pengeinstitutternes image	20
SEKTION 5	
Pengeinstitutternes lokale image	35
SEKTION 6	
Forsikringsselskabernes image	41
SEKTION 7	
Pensionsselskabernes image	51
SEKTION 8	
Realkreditsselskabernes image	66
SEKTION 9	
Investeringsforeningernes image	74
SEKTION 10	
Anbefalingsvillighed målt ved net promoter score	84
SEKTION 11	
Skift af selskab	93
SEKTION 12	
Appendiks	98

Forord

Velkommen til Finansimage 2019. Dette er fjerde udgave af rapporten, der indeholder den største måling af de danske finansvirksomheders image i befolkningen. Finansimage 2019 udgives i et samarbejde mellem FinansWatch og Wilke.

Rapporten indeholder detaljerede resultater fra imageundersøgelsen med vurderinger af 69 finansvirksomheder: de største pengeinstitutter, forsikringsselskaber, pensionsselskaber, realkreditselskaber samt investeringsforeninger. Alle virksomhederne er blevet vurderet overordnet og på otte udvalgte imageparametre.

Undersøgelsen er baseret på godt 5.000 besvarelser fra repræsentativt udvalgte danskere, og målet er at skabe et årligt referencepunkt i arbejdet med finansvirksomhedernes image. Undersøgelsen sætter tal på branchens generelle image og desuden på de enkelte finansvirksomheders placering i forhold til hinanden. Samtidig er det muligt at se, hvordan virksomhedernes image har ændret sig i forhold til de tre seneste år.

Vi præsenterer desuden resultater om danskernes vilje til at anbefale de finansvirksomheder, hvor de er kunder, om pengeinstitutternes lokale styrkepositioner – og meget andet.

Finansimage 2019 er en del af FinansWatches videntilbud, FW Insight, der indeholder en række undersøgelser af forretningskritiske spørgsmål i den finansielle sektor. Læs mere om FW Insight bagerst i rapporten.

God læselyst



Jens Ruskov
Chefanalytiker,
Watch Medier



Kamilla Korsgaard Svane
Head of Financial
Services & Partner, Wilke

SEKTION 2

Metode



Generelle forhold

Undersøgelsens metode

Undersøgelsen udgøres af 5.049 onlineinterview (CAWI) med et repræsentativt udsnit af danskere i alderen 18 år og derover.

Undersøgelsen er gennemført ved hjælp af webinterview 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.

Interviewperiode

De 5.049 interview er gennemført i perioden 3. juli – 14. august 2019.

Målgruppe

Danskere på 18 år og derover.

Skema og interviewlængde

Undersøgelsen bestod af 12 spørgsmål, og den gennemsnitlige interviewtid var på 10 minutter.

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 fire banker, to forsikringselskaber, to pensionselskaber, to investeringsforeninger og et realkreditinstitut.

Målingens styrke

Med en stikprøve på 5.049 interview ligger den maksimale usikkerhed med et 95 pct. konfidensinterval mellem +/- 1,38 procentpoint på totaler.

Vejning

For at sikre, at resultaterne er robuste, er stikprøven vejlet 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).

Sammenligningstal

Sammenligningstallene i rapporten stammer fra tre tilsvarende undersøgelser gennemført i perioden 2016-2018. I 2016 med 4.876 onlineinterview gennemført i perioden 19. august – 1. september 2016. I 2017 med 4.407 onlineinterview gennemført i perioden 26. juli – 30. august 2017. I 2018 med 5.140 onlineinterview gennemført i perioden 23. juli – 3. september 2018.

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 onsdag den 3. juli 2019. 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 verbatim besvarelser.

Herefter er data kontrolleret i forhold til det endelige spørgeskema.

Disse virksomheder indgår i undersøgelsen

PENGEINSTITUTTER

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

FORSIKRINGSELSKABER

- Alm. Brand
- Codan
- GF Forsikring
- Gjensidige
- If
- Købstædernes Forsikring
- LB Forsikring
- Sygeforsikringen "danmark"
- Topdanmark
- Tryg

PENSIONSELSKABER

- AP Pension
- ATP
- Danica Pension
- Industriens Pension
- Juristernes og Økonomernes Pensionskasse
- Lærernes Pension
- MP Pension
- PenSam
- PensionDanmark
- PFA Pension
- PKA
- Pædagogernes Pension
- Sampension
- Topdanmark Livsforsikring
- Velliv

REALKREDITSELSKABER

- Jyske Realkredit
- Nordea Kredit
- Nykredit
- Realkredit Danmark

INVESTERINGSFORENINGER

- BankInvest
- Danske Invest
- Formuepleje
- Jyske Invest
- Maj Invest
- Nordea Invest
- Nykredit Invest
- SEBinvest
- Sparinvest
- Sydinvest

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
3	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.

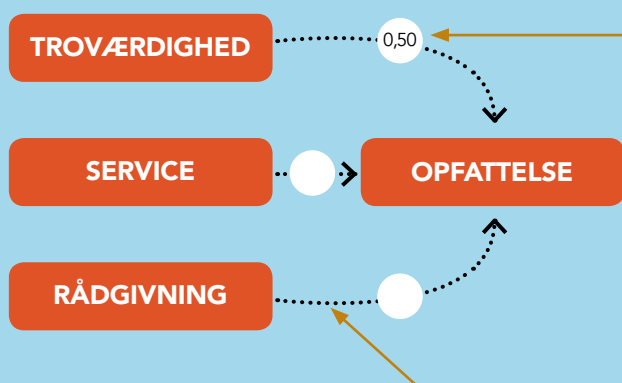
Tabellen nedenfor viser, hvilket niveau en indeksscore repræsenterer:

75-100	MEGET GOD
65-74	GOD
50-64	MIDDEL
40-49	DÅRLIG
0-39	MEGET DÅRLIG

Driveranalyse

For at give viden om hvilken betydning de otte 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.

EKSEMPEL



INDSATSPARAMETRE =
Forhold, der kunne have
betydning for opfattelsen.

Koefficienter

Koefficienter er et estimeret mål for den 'vægt', der er for sammenhængen mellem to parametre. Jo større koefficient, jo stærkere sammenhæng. Hvis der er en koefficient på '0,50', så betyder det, at hvis 'troværdighed' (eks.) stiger med 1 point, så vil 'opfattelse' også påvirkes – og stige med 0,50 point.

Strukturer

De sorte pile viser de steder, hvor der er identificeret signifikante sammenhænge imellem parametrene – altså der, hvor der vil være en afsmittende effekt ved forbedret performance.

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 18.

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 dets evne til at forudsige kundeloyalitet 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 kundeloyaliteten 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 tre grupper:

- **PROMOTORS** eller **AMBASSADØRER** (scorer 9-10) er loyale entusiaster, der bliver ved med at købe og ofte anbefaler din virksomhed eller dit produkt 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 dine konkurrenters udbud.
- **DETRACTORS** eller **KRITIKERE** (scorer 0-6) er utilfredse kunder, der kan skade virksomhedens brand og hindre virksomhedens vækst gennem negativ omtale

Spørgsmålet er kun stillet til kunder i de enkelte virksomheder.



SEKTION 3

Overordnede resultater af imageundersøgelsen

I dette afsnit præsenteres de overordnede resultater af imageundersøgelsen blandt repræsentativt udvalgte danskere.



Afsnittet indeholder følgende tre dele:

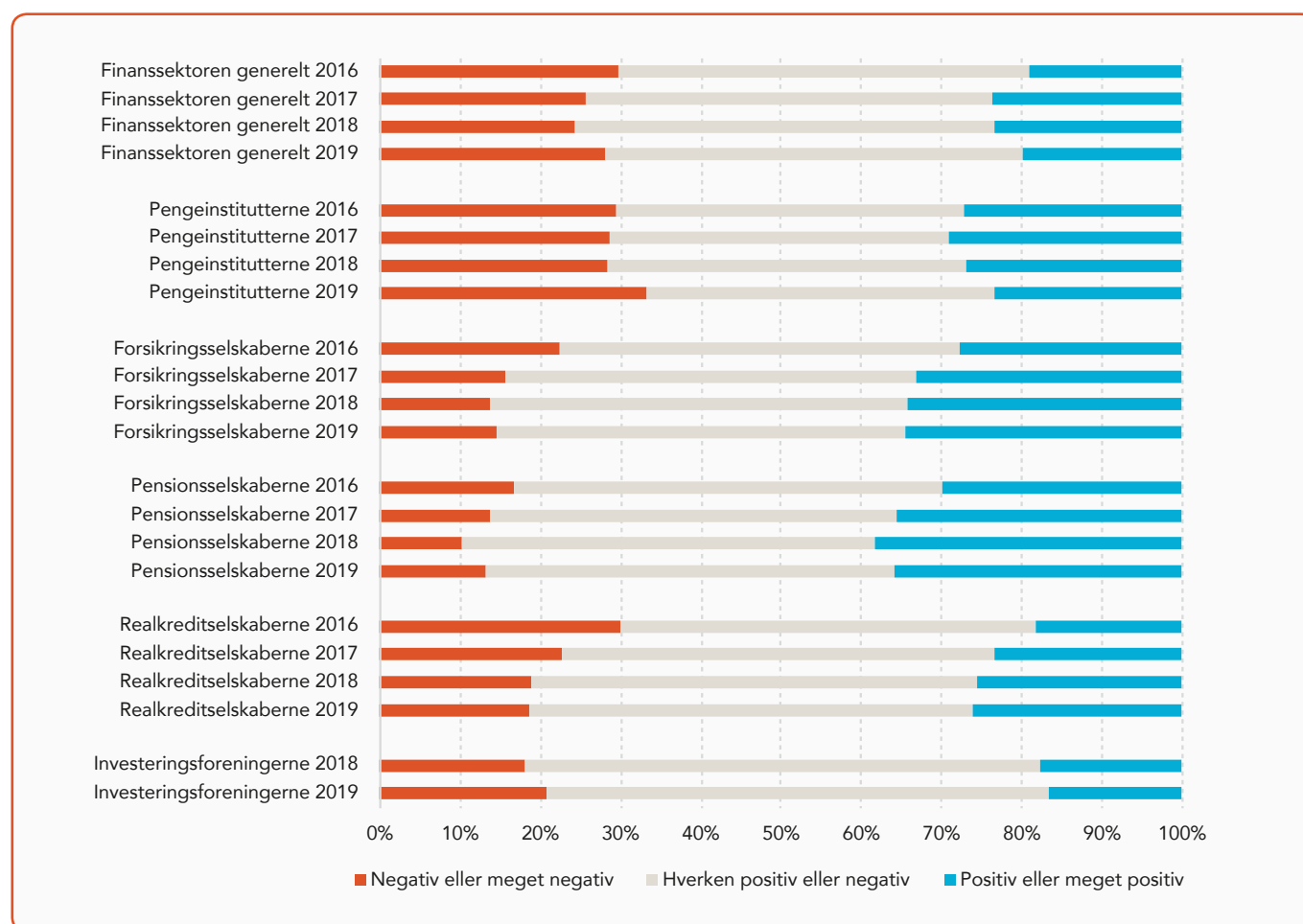
- Danskernes generelle opfattelse af pengeinstitutterne, forsikringsselskaberne, pensionsselskaberne, realkreditselskaberne og investeringsforeningerne samt af finanssektoren generelt. Årets resultater er sammenlignet med resultater for 2018, 2017 og 2016.
- Rangering af alle de 70 virksomheder efter generel opfattelse på tværs af fem delsektorer.
- Præsentation af de otte imageparametre, som alle virksomheder i undersøgelsen er bedømt på. Imageparametrenes betydning for den generelle opfattelse af virksomhederne.

Se mere om undersøgelsen i metodeafsnittet på side 7.

Danskernes generelle opfattelse af finanssektoren

Wilke har spurgt et repræsentativt udsnit af den danske befolkning, hvordan de opfatter de forskellige delsektorer samt finanssektoren generelt.

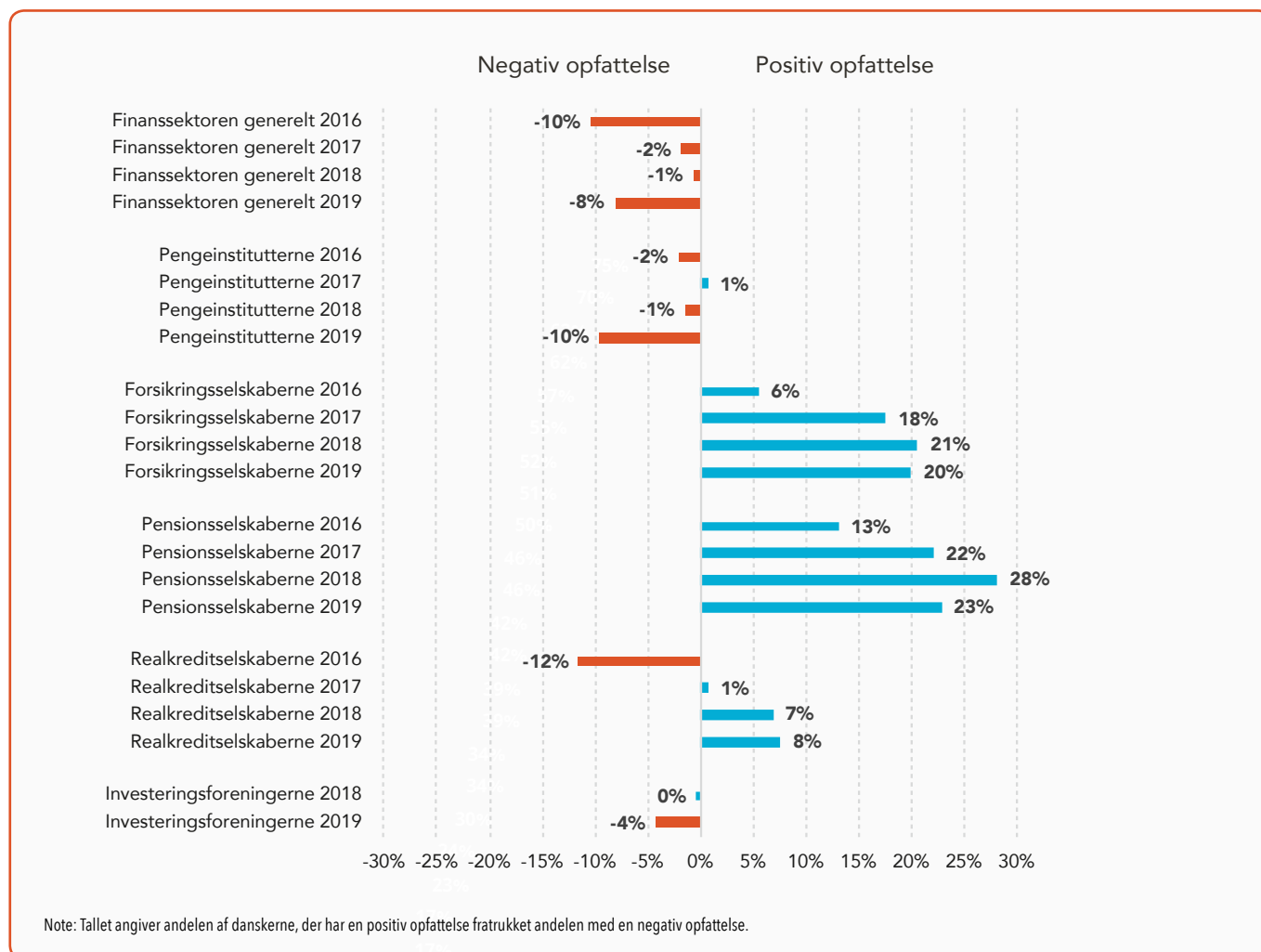
Hvordan er din generelle opfattelse af den danske finanssektor?



Den danske befolknings opfattelse af finanssektoren generelt er blevet en smule mere negativ end i 2017. 28 pct. af danskerne har en negativ opfattelse af sektoren, mens 20 pct. har en positiv opfattelse. Det er fortsat godt halvdelen af danskerne, der hverken er negative eller positive i deres opfattelse af finanssektoren.

Det er primært opfattelsen af pengeinstitutterne, der trækker ned i danskernes opfattelse af sektoren i forhold til sidste år. 33 pct. af danskerne har en negativ opfattelse af pengeinstitutterne. Det var kun 28 pct. i 2018. I de øvrige delsektorer er ændringen fra 2018 til 2019 mindre.

Danskerne opfattelse af finanssektoren – nettotal Hvordan er din generelle opfattelse af den danske finanssektor?



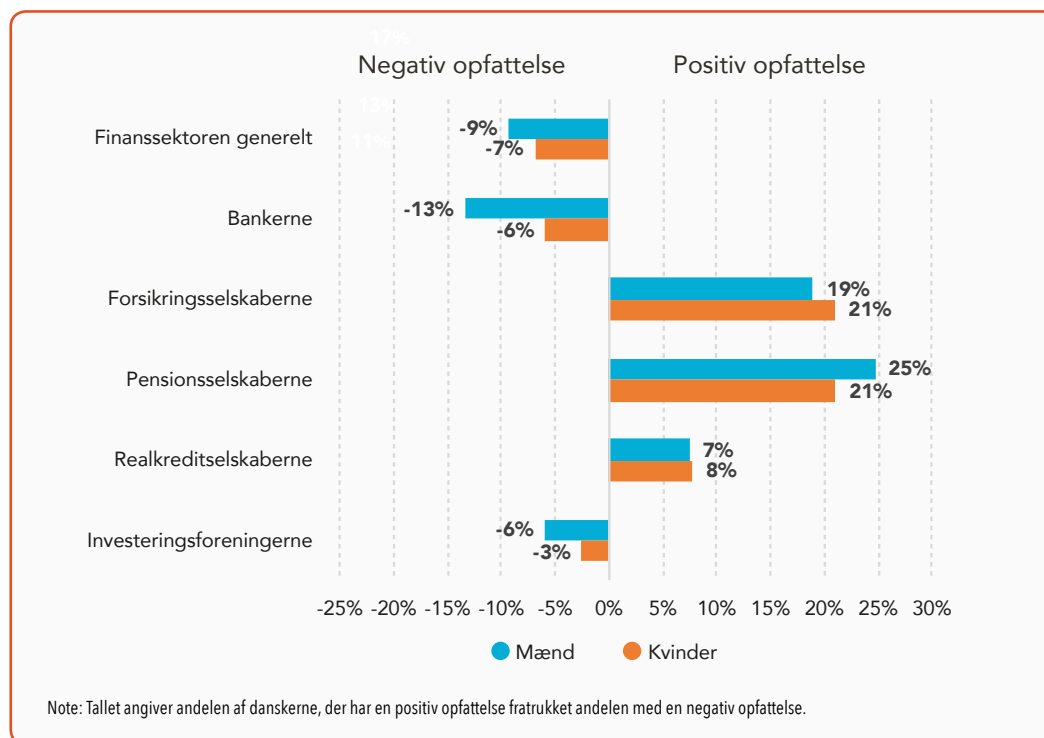
Sammenligner man de fem typer af virksomheder, er opfattelsen af forsikringselskaberne, pensionselskaberne og realkreditselskaberne positiv, mens opfattelsen af især pengeinstitutterne men også investeringsforeningerne er negativ.

Opfattelsen af pengeinstitutterne har stort set været neutral de seneste tre år. Men i år er opfattelsen af pengeinstitutterne næsten lige så negativ som opfattelsen af realkreditselskaberne i 2016, da der var voldsom blæst om realkreditselskabernes gebyrer.

Der er lige som de øvrige år en klar tendens til, at danskerne vurderer den samlede sektor og delsektorerne mere negativt, end de vurderer de enkelte selskaber. Se resultaterne for de enkelte selskaber i de følgende afsnit.

Her spiller det blandt andet ind, at et godt kendskab ofte også driver en god vurdering. Alle kender finanssektoren og de fem 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 aktivt har valgt og derfor som udgangspunkt også har en positiv opfattelse af.

Danskerne opfattelse af finanssektoren – kønsopdelt Hvordan er din generelle opfattelse af den danske finanssektor?



Mænd er generelt mere skeptiske over for finanssektoren end kvinder. Således har mændene en mere negativ opfattelse end kvinderne af især pengeinstitutterne men også forsikringsselskaberne, investeringsforeningerne og finanssektoren generelt. Til gengæld er mændene mere positivt indstillet over for pensionsselskaberne end kvinderne.

Ser man på aldersgrupper, er opfattelsen af finanssektoren mest positiv blandt de unge mellem 18 og 29 år. De yngste danskere er den eneste aldersgruppe, der har en positiv opfattelse af finanssektoren generelt. Mest negative er danskere mellem 40 og 70 år. Samme tendens ser man for pengeinstitutterne, forsikringsselskaberne og investeringsforeningerne. Kun pensions- og realkreditselskaberne bliver opfattet lige positivt blandt ældre og yngre danskere.

Opfattelsen af pengeinstitutterne er mest negativ i Region Hovedstaden og Region Sjælland, mens forskellen mellem landsdelene er mindre for de øvrige typer af finansvirksomheder.

Samlet rangering af alle virksomheder

Alle 69 virksomheder, der indgår i undersøgelsen, har fået en score på baggrund af respondenternes opfattelse af virksomheden (se mere om beregning af denne score i metodeafsnittet på side 9).

Scoren er beregnet på baggrund af spørgsmålet 'hvordan er din generelle opfattelse af virksomheden'. Spørgsmålet er alene stillet til respondenter, der kender virksomheden noget eller er nuværende eller tidligere kunder.