



FINANSTILLID

2019

PREVIEW

Vil du købe rapporten eller høre mere om FW Insight og priser?
Kontakt Lars Bräuner på tlf. 7171 7433 eller lars@infowatch.dk

calibér **FW**INSIGHT

Det indeholder rapporten

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

Metode

Udførlig beskrivelse af metoden bag undersøgelsen af befolkningens tillid til finansvirksomhederne i Danmark og internationalt.

Tillid til finanssektoren: Globalt overblik

Calibers analyse af de globale tendenser fra undersøgelsen af befolkningens tillid til finansvirksomhederne.

Samlede resultater: Tilliden til de danske finansvirksomheder Gennemgang af de samlede resultater fra undersøgelsen:

- Sammenligning af de fire delbrancher: banker, forsikringsselskaber, pensionsselskaber og realkreditselskaber
- Rangering af de 51 danske virksomheder på tværs af sektorer
- International sammenligning

Danskernes tillid til bankerne

- Rangering af de 25 banker
- Tilliden til bankerne i forskellige befolkningsgrupper
- International sammenligning
- Bankernes placering på otte udsagn om omdømme og brand
- Danskernes vilje til at interagere med bankerne

Danskernes tillid til forsikringsselskaberne

- Rangering af de 10 forsikringsselskaber
- Tilliden til forsikringsselskaberne i forskellige befolkningsgrupper
- International sammenligning
- Forsikringsselskabernes placering på otte udsagn om omdømme og brand
- Danskernes vilje til at interagere med forsikringsselskaberne

Danskernes tillid til pensionsselskaberne

- Rangering af de 12 pensionsselskaber
- Tilliden til pensionsselskaberne i forskellige befolkningsgrupper
- Pensionsselskabernes placering på otte udsagn om omdømme og brand
- Danskernes vilje til at interagere med pensionsselskaberne

Danskernes tillid til realkreditselskaberne

- Rangering af de fire realkreditselskaber
- Tilliden til realkreditselskaberne i forskellige befolkningsgrupper
- Realkreditselskabernes placering på otte udsagn om omdømme og brand
- Danskernes vilje til at interagere med realkreditselskaberne

Forord	5
Sektion 1	
Metode	6
Sektion 2	
Tillid til finanssektoren: Globalt overblik	12
Sektion 3	
Overordnede resultater	20
Sektion 4	
Tilliden til bankerne	25
Sektion 5	
Tilliden til forsikringselskaberne	45
Sektion 6	
Tilliden til pensionselskaberne	64
Sektion 7	
Tilliden til realkreditselskaberne	76
Appendiks	
Diverse tabeller	84

Forord

Velkommen til Finanstillid 2019. En ny rapport fra FW Insight, der tager temperaturen på befolkningens tillid til de største finansvirksomheder – både i Danmark og internationalt. Finanstillid 2019 udgives i et samarbejde mellem FinansWatch og Caliber.

Rapporten indeholder detaljerede resultater fra tillidsundersøgelsen med vurderinger af 51 danske finansvirksomheder: de største banker, forsikringsselskaber, pensionsselskaber og realkreditselskaber.

Tilliden til de danske finansvirksomheder er sammenlignet med tilliden til små 100 banker og forsikringsselskaber i 11 lande: Sverige, Norge, Finland, Tyskland, Frankrig, Italien, Spanien, Storbritannien, USA, Kina og Brasilien.

Undersøgelsen er baseret på næsten 4.000 besvarelser fra repræsentativt udvalgte respondenter – heraf godt 1.500 danskere.

Alle de undersøgte virksomheder er blevet vurderet på overordnet tillid samt på otte udvalgte parametre, der vedrører deres brand og omdømme. Derudover sætter undersøgelsen blandt andet tal på respondenternes vilje til at anbefale virksomhederne og deres lyst til at købe produkter fra virksomhederne.

Finanstillid 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



Shahar Silbershatz
CEO
Caliber

userneeds

Dataindsamlingen for denne rapport er sket i samarbejde med Userneeds.

Sektion 1

Metode

Undersøgelsen

Undersøgelsen er baseret på Real-time Brand & Reputation Tracker (RTT) – et studie, som måler tillid, brand og omdømme af virksomheder over hele verden. RTT er blevet gennemført af Caliber siden 2016 og besvares dagligt af hundredvis af mennesker fra hele verden gennem et digitalt spørgeskema distribueret online (CAWI).

Denne undersøgelses resultater er udtaget fra Calibers RTT i januar 2019.

Dataindsamlingen

Dataindsamlingen er fuldt automatiseret af Caliber og foregår via dedikerede respondentpaneler, som styres af Calibers samarbejdspartnere. Samtlige partnere er nøje udvalgte og følger ESOMAR-retningslinjer om kvalitet og integritet vedrørende panelundersøgelser. Calibers partnere er de største udbydere af online-paneler i deres verdensdele, hvilket muliggør robust og stabil sampling. I Norden samarbejder Caliber således med Userneeds.

Samtlige respondenter bliver bedt om at vurdere en række tilfældigt udvalgte virksomheder, som de har stort kendskab til. Interviewlængden overstiger ikke 10 minutter.

userneeds

Målgruppe og stikprøve

Målgruppen for denne undersøgelse er befolkningen i alderen 18 til 75 år i disse lande:

- Danmark
- Sverige
- Norge
- Finland
- Tyskland
- Frankrig
- Italien
- Spanien
- Storbritannien
- USA
- Kina
- Brasilien

I hvert land er respondenterne tilfældigt udvalgte, og stikprøven er repræsentativ i forhold til køn og aldersfordeling i aldersgruppen 18 til 75 år samt geografi (regioner/stater) inden for landene.

Der er i alt afgivet 15.686 besvarelser i undersøgelsen. De fordeler sig på 3.965 unikke respondenter, heraf 1.552 unikke respondenter i Danmark.

For at kvalificere sig til at vurdere en given virksomhed skal respondenterne demonstrere tilstrækkeligt kendskab til virksomheden. Dette sikres via to kvalificerende spørgsmål:

Hjulpet kendskab

Hvilke af de følgende virksomheder har du hørt om?

(Respondenten skal sætte kryds ved navne/logoer for de virksomheder, som hun/han har hørt om på en liste på 20 forskellige virksomheder vist i tilfældig rækkefølge)

Kvalificeret kendskab

Hvor godt kender du følgende virksomheder?

(Respondenten skal svare 4-7 om en given virksomhed på en 7-punktskala:

- 1 – 1 "Kender ikke"
- 2 – 2
- 3 – 3 "Har kun hørt navnet"
- 4 – 4
- 5 – 5 "Kender nogenlunde"
- 6 – 6
- 7 – 7 "Kender godt"

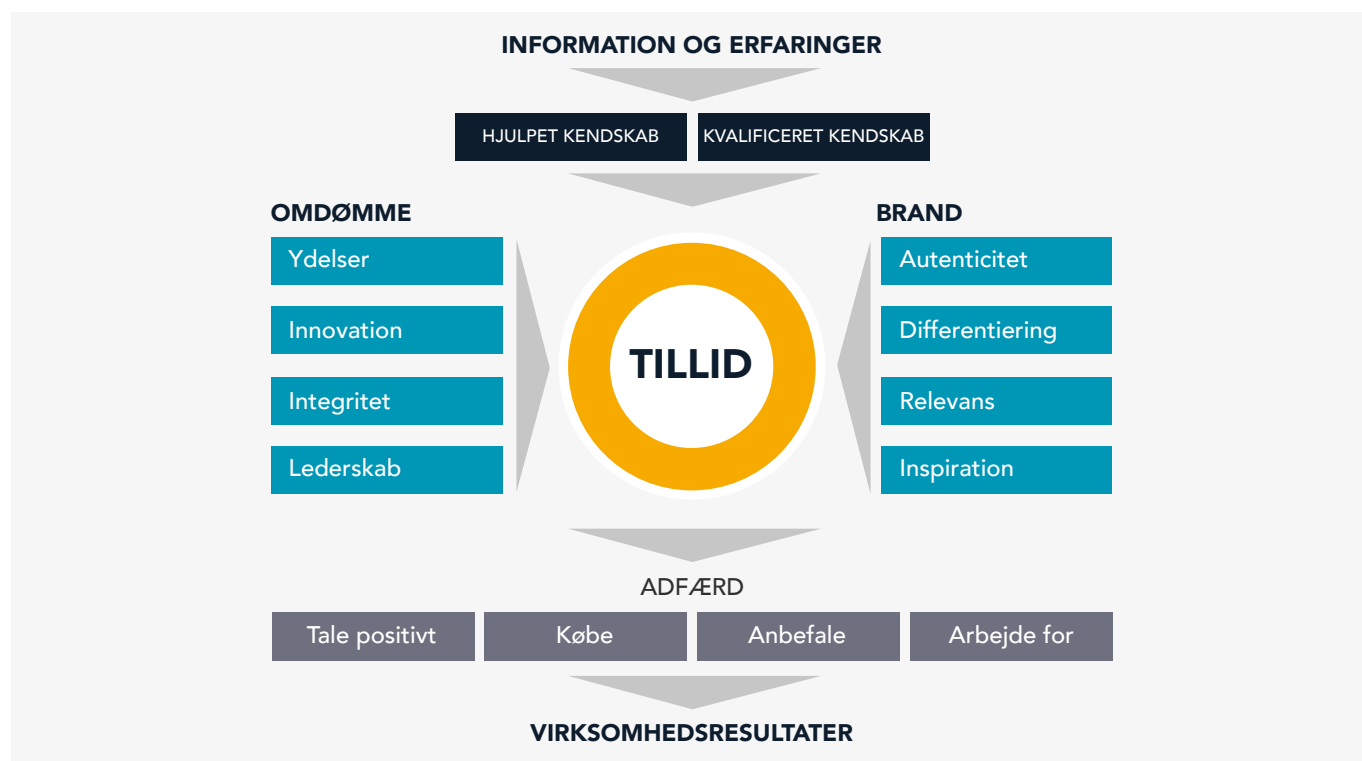
Kun respondenter, som kvalificerer sig på både hjulpet og kvalificeret kendskab, går videre og får lov til at vurdere respektive virksomheder. Herigennem sikres validitet af besvarelserne i og med, at respondenterne afgiver svar ud fra deres viden og erfaringer (og ikke ud fra kvalificerede gæt).

Vejning

Repræsentativiteten af stikprøven i dette studie opnås udelukkende via fastsættelsen af demografiske kvoter. Der foregår ingen vejning af rådata eller færdigbehandlede resultater.

Modellen

Det bærende element for denne undersøgelse er Calibers Tillid-model, som er illustreret nedenfor. Udgangspunktet er, at virksomheder er nødt til at stå for noget og have en udpræget ”karakter”, som påvirker interessenternes opfattelser, holdninger og følelser over for virksomheden og bidrager til øget tillid. Virksomheder, der nyder tillid kan opnå øget støtte fra interessenterne i form af positiv omtale og anbefaling, købevilje, tiltrækning af talent og andet.



1. Information og erfaring

Interessenternes opfattelse af en virksomhed er formet gennem tre kommunikationskilder: direkte erfaringer (f.eks. køb og brug af produkterne, interaktion med kundeservice, arbejde hos virksomheden eller besøg af dens kontorer eller butikker), virksomhedens egen kommunikation (PR, markedsføring, rapportering osv.) og tredjepartsinformation (såsom medier, ekspertudtalelser og mund-til-mund).

2. Omdømme

Omdømme er grundlæggende for, at virksomheden bliver accepteret af dens interessenter, en såkaldt ”licence to operate”. Et stærkt omdømme bidrager til øget tillid, mens et dårligt omdømme gør, at virksomheden ofte bliver valgt fra af interessenter grundet mangel på tillid. Omdømmet skal, med andre ord, opfylde et vist ”minimumskrav” fra interessenter for, at en virksomhed kan opnå forretningsmæssig succes. Omdømme er i undersøgelsen repræsenteret af fire udsagn om virksomhedernes ydelser, innovation, integritet og lederskab.

3. Brand

Brand hjælper med at adskille virksomheden fra sine konkurrenter og motivere interessenterne til at engagere sig i virksomheden (og det virksomheden tilbyder). Med andre ord er et stærkt brand med til at bygge præference – og derigennem kommerciel succes. Brand er i undersøgelsen repræsenteret af fire udsagn om virksomhedernes autenticitet, differentiering, relevans og inspiration.

4. Tillid

Tillid er det emotionelle bånd, som interessenterne har til virksomheden. Graden af tillid bliver påvirket af virksomhedens brand og omdømme og er katalysator for den adfærd, interessenterne udviser over for virksomheden.

5. Adfærd

Virksomheder, som formår at vinde og fastholde interessenternes tillid, vil nyde positiv adfærd, såsom positiv omtale og anbefaling, købevilje, tilgang af talenter og meget mere.

6. Virksomhedsresultater

Positiv adfærd gør det muligt for organisationen at nå sine forretningsmæssige resultater (opfylde kommercielle mål, penetrere nye markeder, lancere nye produkter og services med succes).

Skala

Spørgsmål i undersøgelsen vedrørende brand, omdømme og tillid besvares på en 1-7-skala og skaleres derefter om til 0-100 score for at lette fortolkningen. Der anvendes ingen multiplikatorer, omregninger eller anden form for manipulering af data ved omskaleringen.

80-100	Meget høj
70-79	Høj
60-69	Gennemsnitlig
40-59	Lav
0-39	Meget lav

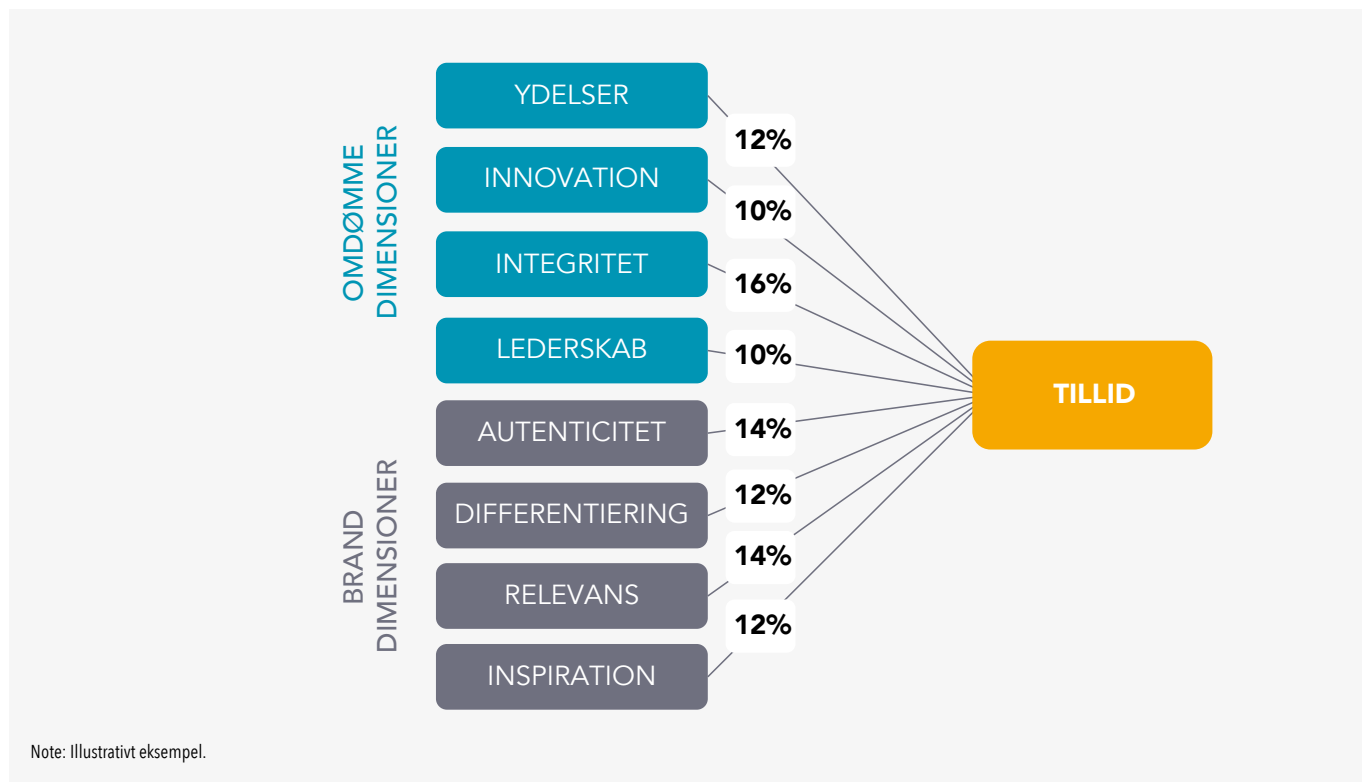
Baseret på Calibers database bestående af mere end 450.000 besvarelser fra 90.000 respondenter siden 2016 er der udarbejdet forskellige niveauer for, hvornår et resultat kan anses for godt eller dårligt:

Resultaterne for adfærd (tale positivt, købe, anbefale, arbejde for) angives i procent af top-2-svar. Det svarer til andelen af 6- eller 7-besvarelser på en 7-punktskala vedrørende adfærdsspørgsmål.

Driveranalysen

Ved hjælp af driveranalysen er det muligt at bestemme, hvor stor indflydelse de enkelte udsagn under brand og omdømme har på tilliden til virksomheden. Eller med andre ord, hvad en virksomhed skal fokusere på for at vinde og opretholde et acceptabelt tillidsniveau blandt sine interessenter.

Rent teknisk foregår driveranalysen ved, at der opstilles en faktorjusteret multinomial regression med tillid som afhængig variabel og de 8 udsagn inden for brand og omdømme som uafhængige variable. Resultatet bliver en relativ vigtighed af de 8 udsagn udtrykt i procent:



Det er en forudsætning for en valid driveranalyse, at samplestørrelsen (antal besvarelser) er tilstrækkelig stor, samt at besvarelserne er robuste. Driveranalyserne publiceret i denne rapport har gennemgået en række statistiske tests og er statistisk signifikante.




Virksomheder i undersøgelsen

Denne undersøgelse fokuserer på den finansielle sektor i Danmark, og virksomheder fra andre lande tjener udelukkende sammenligningsformål (benchmarking). Fra hvert land udover Danmark er således udvalgt de største banker og forsikringsselskaber, som tilsammen udgør mere end 50 pct. i markedsandele inden for deres respektive brancher. Det er derudover en forudsætning, at virksomheder fra andre lande har private kunder som deres hovedfokus eller en vigtig del af forretningen, hvorfor der f.eks. er fravalgt investeringsbanker og forsikringsselskaber, som udelukkende fokuserer på erhvervskunder.

Det er vigtigt at notere, at i mange lande opererer samme virksomheder både som bank og forsikringsselskab. Kvalificering af sådanne virksomheder under hhv. banker og forsikringsselskaber sker ud fra hvilket forretningsområde, der anses for at være det største målt på omsætning.

I alt er der i Danmark vurderet 25 banker, 10 forsikringsselskaber, 12 pensionsselskaber og 4 realkreditselskaber.

I de øvrige lande er der samlet vurderet 53 banker og 42 forsikringsselskaber.

Virksomheder i undersøgelsen				
	Banker	Forsikringsselskaber	Pensionsselskaber	Realkreditselskaber
Danmark 	Arbejdernes Landsbank	Alm. Brand	AP Pension	Jyske Realkredit (BRF Kredit)
	BankNordik	Codan	ATP	Nordea Kredit
	Danske Andelskassers Bank	GF Forsikring	Danica Pension	Nykredit (Totalkredit)
	Danske Bank	Gjensidige	Industriens Pension	Realkredit Danmark
	Den Jyske Sparekasse	If	Lærernes Pension	
	Djurslands Bank	Købstædernes Forsikring	PenSam	
	Ekspres Bank	LB Forsikring	PensionDanmark	
	Handelsbanken	Sygeforsikringen Danmark	PFA Pension	
	Jutlander Bank	Topdanmark	PKA	
	Jyske Bank	Tryg	Sampension	
	Lån & Spar Bank		Topdanmark Livsforsikring	
	Middelfart Sparekasse		Velliv (Nordea Liv & Pension)	
	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			
Sverige 	Banker	Forsikringsselskaber		
	Danske Bank	Folksam		
	DNB (DnB NOR)	If		
	Handelsbanken	Länsförsäkringar		
	Nordea	Trygg Hansa		
	SEB			
Swedbank				
Norge 	Banker	Forsikringsselskaber		
	Danske Bank	Gjensidige		
	DNB	If		
	Eika Alliansen	KLP		
	Handelsbanken	Storebrand		
	Nordea			
Sparebank 1				

Finland



Banker	Forsikringselskaber
Danske Bank	Fennia
Nordea	If
OP	LocalTapiola Group
	Mandatum

Tyskland



Banker	Forsikringselskaber
Commerzbank	Allianz
Deutsche Bank	Munich Re
DZ Bank	R+V Versicherung
Hypovereinsbank	Talanx
KfW	
LBBW	

Frankrig



Banker	Forsikringselskaber
BNP Paribas	Axa
BPCE	CNP Assurances
Credit Agricole	Covea
Credit Mutuel	Groupama
Societe Generale	

Italien



Banker	Forsikringselskaber
Banca Monte Dei Paschi	Allianz
Banco BPM	Gruppo Generali
Intesa Sanpaolo	Poste Vita
UBI Banca	Unipol
UniCredit	

Spanien



Banker	Forsikringselskaber
Banco De Sabadell	MAPFRE
Banco Santander	Mutua Madrilenia
Bankia	VidaCaixa
BBVA	
Caixa Bank	

Storbritannien



Banker	Forsikringselskaber
Barclays	Aviva
HSBC	Direct Line Insurance
Lloyds Banking Group	Legal & General
Royal Bank of Scotland	Old Mutual
TSB Bank	Prudential plc
	Standard Life

USA



Banker	Forsikringselskaber
Bank of America	Allstate
Citibank	Metlife
JPMorgan Chase Bank	Prudential Financial
Wells Fargo Bank	State Farm

Kina



Banker	Forsikringselskaber
Agricultural Bank of China	China Life Insurance
Bank of China	China Pacific Life Insurance
China Construction Bank	PICC
Industrial and Commercial Bank of China	Ping An

Brasilien



Banker	Forsikringselskaber
Banco do Brasil	Bradesco Seguros
Bradesco	
Ciixa Economica Federal	
Itau	

Sektion 2

Tillid til finanssektoren: **Globalt overblik**

Af Shahar Silbershatz, CEO, Caliber

Da investeringsbanken Lehman Brothers kollapsede den 15. september 2008, fik en ellers amerikansk finanskrise globale dimensioner – med en sammensmeltning af verdensøkonomien til følge. Det blev senere kendt under navnet den globale finanskrise eller den store recession. I de efterfølgende måneder og år blev tingene kun værre, og efter skatteyderfinansierede redningsaktioner i hele verden begyndte befolkningerne at stille spørgsmål ved bankernes rolle og integritet. Krisen førte til et alvorligt tillidsbrud uden fortilfælde mellem offentligheden og den finansielle sektor, og vi har siden da været vidner til en uendelig række overskrifter og undersøgelser.

I Finanstillid 2019-undersøgelsen, som er gennemført i januar 2019, har vi forsøgt at afdække, om tilliden til branchen er på vej tilbage – og i bekræftende fald hvor og hvordan. Vi har ønsket at få en bedre forståelse af den dynamik, som ligger bag offentlighedens tillid til den finansielle sektor: Hvad er den drevet af? Hvordan påvirker den branchens resultater? Hvordan indvirker den på andre faktorer, som i dag er med til at forme den finansielle sektor? Og sidst, men ikke mindst: Hvad skal virksomhederne fokusere på i deres løbende arbejde med at rette op på forholdet mellem samfundet og den finansielle sektor?

Ikke så dårligt, som man skulle tro

Lad os begynde med det vigtigste spørgsmål: Mangler offentligheden stadig tillid til de virksomheder, som tilbyder finansielle ydelser? Det er måske overraskende, men svaret er ikke entydigt ja.

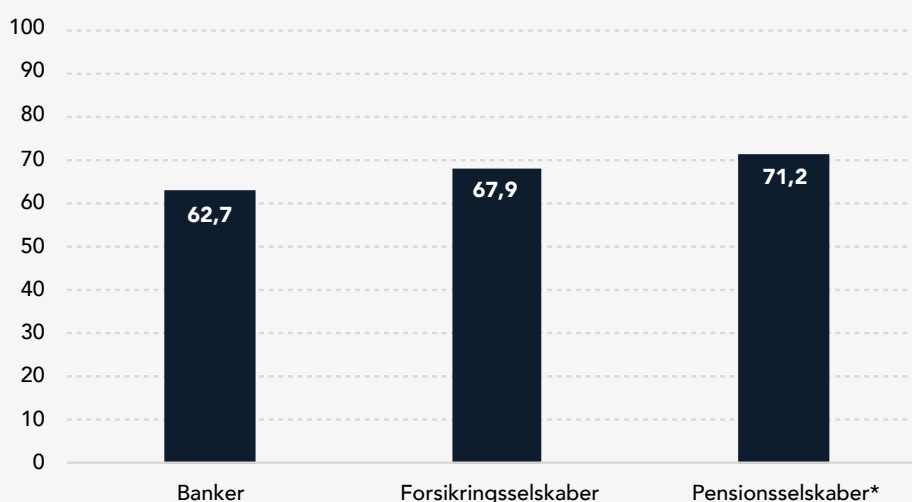
I undersøgelsen har befolkningen i 12 lande angivet, hvor stor tillid de har til 146 finansielle virksomheder. De 146 virksomheder opnåede en gennemsnitlig score på 65,3 ud af 100. Det er ikke noget højt tal, men resultatet er heller ikke dårligt: Det ligger midt i gennemsnitsbåndet, langt over kategorierne 'lav' og 'meget lav' (se mere i metodeafsnittet på side 9).

Når man tænker på, at det er en branche, som i de sidste ti år har været genstand for ubønhørlig kritik og ransagelse, er der tale om et ganske godt resultat.

65,3 Gennemsnitlig tillidsscore for **146** finansielle virksomheder i **12** lande. Baseret på **15.686** besvarelser.

Når vi i undersøgelsen opdeler den finansielle sektor i de tre hovedkategorier – banker, forsikringsselskaber og pensionsselskaber (den sidstnævnte kategori er kun undersøgt i Danmark) – kan vi konstatere, at resultatet er endnu mere positivt. Det viser sig nemlig, at forsikrings- og pensionsselskaberne nyder væsentlig større tillid end bankerne. Dette indikerer, at den negative opfattelse, nogle personer har af bankerne, ikke har den store afsmittende virkning på andre finansielle aktører, som ikke indgår i banksegmentet. Det er samtidig et tegn på, at offentligheden stadig sonderer i sin bedømmelse af sektoren og har en viden om de forskellige roller, virksomhederne udfylder.

GLOBAL TILLID: Gennemsnitlig tillidsscore for alle banker, forsikringsselskaber og pensionsselskaber



Note: Pensionsselskaber er alene bedømt i Danmark.

Billedet bliver endnu mere kompliceret, når man opdeler resultaterne efter land. Her kan det konstateres, at graden af tillid varierer meget – lige fra en høj grad af tillid i Kina til et meget lavt niveau i de fleste europæiske lande. Det er naturligt at spørge: Hvorfor?

Vi har alle den opfattelse, at offentlighedens stærkt faldende tillid til bankerne er et globalt fænomen. Hvis det er tilfældet, må vi spørge: Hvordan kan det være, at der stadig er tillid til de største banker i nogen lande? Dette spørgsmål er svært at besvare. Men der er en tendens til en tydelig forskel mellem de modne markeder (Europa og USA), hvor tillidsgraden generelt er gennemsnitlig eller lav, og emerging markets (Kina og Brasilien), hvor tillidsgraden er på et højt niveau.

Det kan være en indikation af, at tillidskrisen ikke var så alvorlig i emerging markets, eller at de finansielle institutioner i disse lande evnede at rette hurtigere op på situationen end i de vestlige lande. Det kan tilføjes, at Danmark ligger placeret midt i feltet.

Gennemsnitlig tillidsscore for selskaberne i de undersøgte lande

Land	Banker	Forsikring	Pension*
Brasilien	71,7	71,5	
Danmark	60,7	64,5	71,2
Finland	58,3	67,6	
Frankrig	61,7	66,2	
Italien	64,7	70,6	
Kina	82,5	75,8	
Norge	64,9	68,3	
Spanien	57,1	66,8	
Sverige	58,9	67,8	
Storbritannien	59,5	66,3	
Tyskland	59,9	64,0	
USA	62,4	69,9	

Note: Pensionselskaber er alene bedømt i Danmark.

En generationskløft, som giver anledning til mange spørgsmål

Et andet overraskende resultat af undersøgelsen er de forskelle på tilliden til den finansielle sektor, som opleves på tværs af generationerne. Det er almindelig kendt i virksomhederne i dag, at yngre personer har mere fokus på etik og integritet, og derfor må det forventes, at denne generation har mindre tillid til de finansielle virksomheder efter de senere års skandaler og kritiske røster.

Dataene lægger dog op til, at dette ikke er tilfældet. De yngste respondenter (personer mellem 18 og 24 år, som vi benævner generation Z) giver udtryk for den højeste grad af tillid til bankerne, globalt set, tæt fulgt af respondenter mellem 25 og 42 år (generation Y/Millennials).

Ældre respondenter – generation X, generation Jones (yngre Baby Boomers), generation Baby Boomers og generation Post-War – er fælles om at have væsentligt lavere tillid end de yngre respondenter.

Blandt forsikringsselskaberne er fordelingen af tillidsscorer mindre ensartet, og kløften mellem tilliden til banker og forsikringsselskaber bliver tydeligt større op gennem generationerne.