



Prosjektnotat nr. 1 - 2007

Lisbet Berg

## Burde det, skjønnere det, men gjøre det?

Om å bytte bank

**SIFO**

<b>Tittel</b> Burde det, skjønne det, men gjøre det?	<b>Antall sider</b> 31	<b>Dato</b> 16.03.2007
<b>Forfatter(e)</b> Lisbet Berg	<b>Prosjektnummer</b> 11-2004-45	<b>Faglig ansvarlig sign.</b> 
<b>Oppdragsgiver</b> SIFO		
<b>Sammendrag</b> I dette notatet operasjonaliseres og kvantifiseres en bankkundetypologi basert på en tidligere kvalitativ Sifo-studie av kundemobilitet mellom banker. Mange som tror de vil tjene på å skifte bank, regner likevel ikke med at de kommer til å gjøre det. Og mange som har tillit til at banken gir dem gode økonomiske betingelser har ikke regnet på dette.		
<b>Stikkord</b> Bankkunder, bankkundemobilitet, bytte bank.		



Burde det, skjønn det, men gjøre det?

Om å bytte bank

av

Lisbet Berg

2007

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING  
Postboks 4682 Nydalen, 0405 Oslo



## Forord

Dette notatet er basert på SIFO-surveyen 2007. Målsetningen med SIFO-surveyen er å få økt innsikt i forbrukernes situasjon, med vekt på hvordan forbrukerne orienterer seg og gjør sine valg i markedene. Respondentene har i år besvart spørsmål knyttet til forbrukerkompetanse, forbrukerøkonomi, betalingsproblemer, politisk forbruk, reklame, barnefamiliers forbruk, klimaproblematikk og telefonsalg. Tema for dette notatet er kundemobilitet mellom banker.

Årets studie er to-delt, der noen temaer blir besvart av to tusen respondenter, mens andre temaer besvares av tusen respondenter mellom 18 og 80 år. Innsamlingen ble foretatt i perioden 5. til 16. februar av datainnsamlingsbyrået Norstat. For at resultatene skal være mest mulig landsrepresentative for befolkningen i Norge anno 2007, er materialet vektet/stratifisert etter kjønn, alder og region.

I referansegruppen for SIFO-surveyen sitter Irene Solberg (Forbrukerrådet), Lars Sørgård (Konkurransetilsynet), Bjørn Erik Thon (Forbrukerombudet), Ole-Erik Yrvin (Barne- og likestillingsdepartementet), Ragnhild Brusdal (SIFO), Randi Lavik (SIFO), Christian Poppe (SIFO) og Lisbet Berg (SIFO). Referansegruppen er ikke ansvarlig for innholdet i notatet.



# Innhold

Forord.....	5
Innhold .....	7
1 Innledning med problemstilling.....	9
1.1 Metode .....	11
2 Åtte bankkundetyper.....	13
3 Forskjeller i ulike gruppers relasjon til bank .....	19
4 Burde det, skjønne det, men gjøre det?.....	23
5 Oppsummering.....	29
Litteratur.....	31





# 1 Innledning med problemstilling

Det er en vanlig antagelse at kundemobiliteten i et marked gjerne reflekterer konkurranse-nivået i dette markedet. Videre at konkurranse bidrar til lavere priser og er fordelaktig for samfunnets velferdsnivå (De nordiske konkurransetilsyn 2006: 75)<sup>1</sup>. Kundemobilitet er med andre ord nødvendig for at bankmarkedet skal fungere tilfredsstillende. Sett fra forbrukerne er bankbytte ofte økonomisk gunstig. Likevel er kundemobiliteten i bankmarkedet relativt lav. I dette notatet søkes det etter forklaringer til hvorfor ikke flere bytter bank.

Konkurransetilsynet mener konsentrasjon (noen få banker dominerer markedet) og få nykommere i markedet kan være tegn på dårlige konkurransevilkår, som gir høye priser og ineffektive finansielle markeder. Statistikk fra 2004 viser at konsentrasjonsraten i Norge er høy sammenlignet med andre europeiske land, men at Norge likevel har noe lavere konsentrasjon enn de andre nordiske landene. I sin rapport lister De nordiske konkurransetilsynene fem barrierer for mobilitet (De nordiske konkurransetilsyn 2006: 76,77):

- i) økonomiske transaksjonskostnader (switching costs)
- ii) ikke-øk. transaksjonskostnader knyttet til tidsbruk, og egen anstrengelse (searching costs)
- iii) komplekse bankprodukter som gjør markedet uoversiktlig for kunden (bundling)
- iv) informasjonstilgjengelighet (difficulties comparing)
- v) bankenes tilgjengelighet (geografisk/digital) (extensive transportation)

For at konkurransen skal fungere bra er det nødvendig, men ikke tilstrekkelig, å legge til rette for konkurranse mellom bankinstitusjonene. I tillegg er det en forutsetning at forbrukerne selv er aktive og gjør reflekterte og rasjonelle valg i markedene. *I dette notatet søker vi forklaringer til lav kundemobilitet mellom banker i forbrukernes egne vurderinger og anstrengelser for å tilegne seg informasjon som muliggjør økonomisk reflektert forbrukerpraksis i bankmarkedet.* Med økonomisk reflektert forbrukerpraksis menes praksis som er begrunnet ut fra priser på renter og gebyrer.

Dette betyr naturligvis ikke at vi mener de institusjonelle hindringen som er nevnt over er uten betydning. Tall fra Finansbarometeret 2007 (Finansnæringens Hovedorganisasjon og TNS Gallup) tyder på økt satsing på lojalitetsprogrammer i bankene (bundling). På tross av at ekspertene har advart mot fordelsprogrammer, har andelen total kunder i følge undersøkelsen økt fra 28 prosent i 2004 til hele 40 prosent i 2007 (Dahle 2007). Sett i et forbrukerperspektiv betyr fordelsprogrammene at det blir vanskeligere å sammenligne ulike banktilbud.

I følge tall fra Norges bank (2005) tjener bankene årlig fem milliarder kroner på gebyrer. Dagens Næringsliv har beregnet at en gjennomsnittkunde i banker med gebyrer betaler ca. 2.400 kroner i årlige gebyrer. I tillegg betaler gjerne gebyrbankene mindre rente på brukskontoen.

---

<sup>1</sup> It is widely accepted that increased competition results in a market outcome with low prices and maximum welfare benefit for society. ... In conclusion, the degree of customer mobility in a market is likely to reflect the level of competition on that market. However, it must be said that low customer mobility also occurs in markets with fierce competition. (De nordiske konkurransetilsyn 2006: 75)

Av nettbank-kundene har likevel 2,1 millioner 'valgt' gebyrbank mot bare 400.000 som har valgt gebyrfrie banker (Hoemsnes 2007)

Det er vanskelig å si hvor mange som bør bytte bank pr. år, både sett fra forbrukerne og fra markedet. I en studie i regi av Sparebankforeningen (2007) var det bare fire prosent som sa de hadde skiftet bank i løpet av de siste tolv månedene. I følge Finansnæringens Hovedorganisasjon (2007) var det seks prosent som byttet bank i løpet av de siste tolv månedene, mens ni prosent begynte å bruke en ny bank eller ble bankkunder for første gang. I Sifo-survey-en fra 2005 var det ni prosent som sa de hadde flyttet lån eller lønnskonto fra en bank til en annen siste tolv måneder. Tallene fra 2005 er antageligvis noe overestimerte fordi det under datainnsamlingen var ekstra stor landsdekkende media oppmerksomhet rundt renter og det å bytte bank<sup>2</sup>.

I årets Sifo-survey har vi ikke spurt om hvor mange som hadde byttet bank siste året. Men vi har spurt hvor mange som ville bytte bank, eller reforhandle sine bankbetingelser, i løpet av de neste seks månedene. Dette spørsmålet ble imidlertid stilt etter en rekke bankspørsmål som sikkert bidro til at mange, som vanligvis ikke vurderer sin egen bankøkonomi, ble 'tvunget' til å gjøre nettopp det. Det var 9 prosent som sa de kom til å skifte bank eller reforhandle sine betingelser i løpet av neste halvår. Men som kjent er det langt lettere så si at man kommer til å gjøre noe, enn virkelig å gjøre det.

Det er grunn til å tro at det blant de aktive og mobile bankkundene er mange gjengangere, men de færreste skifter bank hvert år. Dersom man har konkurransedyktige betingelser i egen bank er det ingen grunn til å skifte. Og omkostningene ved skiftet – både i tid å penger - må ikke overstige gevinsten. Vi er her mest opptatt av om forbrukerne har et reflektert forhold til sin bankøkonomi og følger med på sine betingelser (renter og gebyrer), eller ikke. Et enkelt mål på økonomisk reflektert praksis knyttet til bank, er å spørre om hvorvidt respondentene har sjekket egen bankrente opp mot renter i andre banker. I årets Sifo-survey var det 30 prosent som sa de jevnlig sjekket sin egen rente. En annen måte å måle refleksivitet på, er ganske enkelt å spørre om hvor godt man holder seg orientert om bankrenter. I årets Sifo-survey var det litt over en tredjedel (37%) som sa de holdt seg godt orientert om bankrenter. Anslagene er snarere over- enn underestimert (pga. mekanismen 'social desirability').

Basert på årets, og tidligere, Sifo-survey'er ser det altså ut til at rundt hver tredje forbruker i hvert fall følger med på endringer i rentenivåene (Berg 2005, 2006). Det har vært hevdet at det er tilstrekkelig at bare en liten andel er aktive for at markeder skal fungere etter hensikten og gi et best mulig utfall for alle. Hirschman (1970) mener at dette ikke gjelder for felles samfunns-goder der alle er brukere, eksemplifisert med skole og helse. Han argumenterer med at konkurranse, i stedet for å heve kvaliteten for alle tvert imot vil bidra til store kvalitetsforskjeller mellom institusjonen, fordi de ressurssterke kundene - de 'voiceable' som hele tiden sørger for kritiske tilbakemeldinger og opprettholdelse av høy kvalitet - samles i de beste institusjonene, mens de ressurssvake – og tause - samles i de andre (Hirschman 1970).

Imidlertid, mange bankers praksis med ulike rentesatser til ulike kundegrupper betyr at en og samme bank kan ha både ressursvake tause og ressurssterke 'voiceable' i samme bank. I disse bankene får de 'voiceable', som stadig reforhandler sine betingelser, bedre økonomiske betingelser på bekostning av de tause, såkalte lojale kundene. Denne praksisen bidrar til lavere kundemobilitet mellom bankene. Mye tyder imidlertid på at de aller rimeligste bankene har samme pris til alle sine (nett)kunder.

---

<sup>2</sup> Disse andelene kan også være overestimerte grunnet 'telescoping', dvs. at respondenter i telefonintervjuer på retrospektive spørsmål har en tendens til å inkludere hendelser som ligger lenger tilbake i tid enn det spørres om. I tillegg bidrar 'social desirability' til at enkelte tenderer til å presentere seg selv som mer aktive enn de i virkeligheten er.

Sparebankforeningens Nettbankundersøkelse (2007) viste som nevnt at bare 4 prosent hadde skiftet bank siste år. Hele 81 prosent sa de hadde brukt samme hovedbank i mer enn 5 år, og 68 prosent i mer enn 10 år. Administrerende direktør i Sparebankforeningen forklarer i følge Aftenposten den lave mobiliteten med at kundene jevnt over er fornøyde med banken sin. (Haraldsen 2007)

I en tidligere kvalitativ Sifo-studie av kundemobilitet mellom banker gjennomførte vi fokusgruppeintervjuer der vi sammenlignet forholdet til bank blant: i) kunder i rimelige banker som hadde skiftet bank siste året og ii) kunder i dyre banker som ikke hadde skiftet bank de siste fem årene. Resultatene tydet på at kundene i dyre banker hadde andre kjennetegn og andre relasjoner til sin bank enn kundene i de rimelige bankene. Det viste seg at de ikke-mobile kundene i dyre banker var mindre kritiske og de hadde sjeldent et økonomisk reflektert forhold til sin bankøkonomi. Noen ga uttrykk for at de nok burde bytte bank, men de antok at det ville være så tidkrevende og vanskelig, eller så kjedelig, at det ble med tanken. På bakgrunn av intervjuene, som ble forstått i lys av eksisterende teori, ble det konstruert en bankkundetypologi (Berg & Borgeraas 2004). I dette notatet vil vi prøve å estimere utbredelsen av de ulike kundetyperne. Hovedspørsmålene er:

- *Hvor mange har et økonomisk reflektert forhold til bankøkonomi?*
- *Er det forskjeller mellom ulike forbrukergruppers forhold til bankøkonomi?*
- *Skyldes lav kundemobilitet at kundene er fornøyde?*

Analysen tar altså utgangspunkt i en kundetypologi som er konstruert på bakgrunn av eksisterende teori og fokusgruppeintervjuer med bankkunder gjort i en tidligere SIFO-studie. I rapporten 'Hindringer for mobilitet i bankmarkedet (Berg & Borgeraas 2004) gis en detaljert beskrivelse av hvordan vi kom fram til disse kundetyperne.

## 1.1 Metode

Datamaterialet er basert på 1000 telefonintervjuer gjennomført av Norstat Norge AS i februar 2007. For at utvalget skal være mest mulig landsrepresentativt er resultatene som presenteres vektet på kjønn, alder og geografi.

Vi baserer oss på respondentenes selvrapporing av holdninger, praksis og kompetanse i forhold til sin bank. I følge den kvalitative bankkundemobilitetsstudien som den følgende analysen bygger på, har mange kunder et ikke-reflektert forhold til bankøkonomi. I en spørreundersøkelse kan man si at man gjennom spørsmålene 'tvinger' de vanligvis ikke-reflekterte til refleksjon rundt bankspørsmål. Når vi – etter å ha stilt en rekke spørsmål vedrørende bankøkonomi - spør om de tror de vil tjene på å skifte bank, og deretter om de kommer til å skifte bank de neste seks månedene, har vi med andre ord satt i gang en refleksjon de ellers sannsynligvis ikke ville hatt. Det er i tillegg lettere å si man kommer til å gjøre noe, enn virkelig å gjøre det. I tillegg kan det være hyggeligere å fremstå overfor intervjuer som mestrende bankkunde, enn som uvitende og slapp. Det er derfor grunn til å anta at anslaget som sier de kommer til å skifte bank kan være overestimert.

Fordelingen på sentrale bakgrunnsvariable i den kommende analysen er som følger:

**Tabell 1: Bakgrunnsvariable.  
Prosent/Gjennomsnitt. (N=1001)**

	2007
Kvinner	51%
18-29år	21%
30-44år	28%
45-59år	27%
60-80år	21%
Høyere utdanning	42%
Median husholds inntekt	545.000
Dårlig råd	5%
Middels	40%
God råd	55%
Median pers. inntekt	315.000
Inntil 120.000	16%
121-250.000	20%
251-350.000	26%
351-550.000	21%
Over 550.000	8%
Sysmis	9%
Aleneboer	40%
Gift/samboer	60%
Har lån	73%
Har ikke lån	27%

Den følgende analysen er i hovedsak deskriptiv, basert på enkle prosentberegninger. Hovedbidraget er videreutviklingen og estimeringen av kundetypologien, som gjør det mulig å skille mellom ulike relasjoner forbrukerne har til bank, samt beregne utbredelsen av disse.

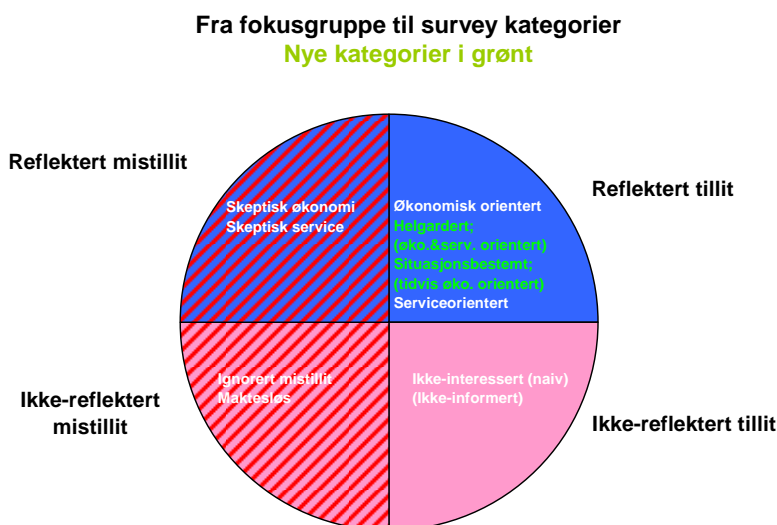
Kundetypologien inneholder fire hovedkategorier, som kan splittes opp i ni underkategorier, som viser til ulike måter å forholde seg til banken på. I presentasjonen er fargeleggingen i figurene sentrale for å synliggjøre disse dimensjonene. I søylediagrammene rangeres kundetyperne etter det vi kan kalle økonomisk årvåkenhet, fra mørkeblått som illustrerer de som har et forhold til banken preget av økonomisk orientert skepsis, til de som er uinteresserte i rentenivåer, men skeptiske til servicen (rødbrunt).

## 2 Ni bankkundetyper

Noe av hensikten med denne studien har vært å operasjonalisere kundetypologien som framkom i den foran nevnte kvalitative bankkundemobilitetsstudien (Berg & Borgeraas 2004). Studien var basert på fokusgruppeintervjuer med kunder som hadde boliglån i henholdsvis dyre versus rimelige banker. Ikke uventet fant vi store forskjeller i hvordan disse kundegruppene forholdt seg til sine banker. Kundene i de dyre bankene hadde ofte en nærmest uangrikelig tillit til sin bank – som de kanskje hadde vært kunder i siden de var små. Enkelte var på fornavn med, og hadde et tilsynelatende nært, personlig forhold til sin kunderådgiver, som de overlot mest mulig av sin økonomi. Disse kundene var ofte helt uinteresserte i bankøkonomi. Ikke så mye fordi bankøkonomi var vanskelig, men fordi det var kjedelig. Kundene i de rimelige bankene hadde, i motsetning til kundene i de dyre bankene, et rent økonomisk begrunnet forhold til sine banker. De skifter bank hvis andre banker har bedre priser på renter og gebyrer. De fleste sjekker jevnlig renten, men vi hadde også en informant som selv var uinteressert, men var plassert i den rimelige banken av sin nye kjæreste.

Basert på teori og fokusgruppeintervjuer ble det i bankkundemobilitetsstudien konstruert en bankkunde-typologi der vi i utgangspunktet skilte mellom: Tillit versus mistillit, refleksivitet versus ikke-refleksivitet, informert versus ikke-informert, samt økonomisk insentiver versus andre insentiver. Dette gir til sammen 16 kombinasjonsmuligheter. Ut fra Ragins 'Set Theory' (Ragin 2000:83), ble motstridende og ikke-sannsynlige kombinasjoner fjernet fra typologien. Når vi så bort fra ikke-sannsynlige kombinasjoner, endte vi opp med åtte analytisk ulike kundetyper (Berg & Borgeraas 2004: kap.4).

Med noen justeringer gjenfant vi kundetyperne fra bankkundemobilitetsstudien i datamaterialet. Av de opprinnelige åtte analytiske kundetyperne, er det én som ikke er mulig å lokalisere verken gjennom spørreskjemaer eller i fokusgruppe intervjuer: De ikke-informerte. I spørreskjemamaterialet framkom imidlertid to nye (blandings-) kategorier. Vi ender dermed opp med ni kategorier eller kundetyper med ulike relasjoner til sin bank. Før vi viser utbredelsen av de ulike gruppene skal vi kort presentere de ni typene, der hoveddimensjonene er tillit versus mistillit til banken og refleksivitet versus ikke-refleksivitet i forhold til bankøkonomi:



Figur 1: Analytisk kategorisering av ulike bank relasjoner, særlig basert på hvorvidt forholdet preges av tillit/mistillit og refleksivitet/ikke refleksivitet. Hvitt indikerer de opprinnelige analytiske kategoriene, og grønt indikerer nye kategorier.

Kundetyperne er navngitt etter hvordan de forholder seg til sin bank og bankøkonomi. I operasjonaliseringen av de opprinnelige kundetyperne har vi primært fokusert på forbrukernes økonomiske forhold til bank. Men også service og kundebehandling kan være grunnlag for henholdsvis tillit og skepsis. Kategorien ikke-informert er tatt ut, da det som nevnt ikke er mulig for respondenter å fortelle oss om de selv er misinformert eller ikke-informert.

I analysen av det kvantitative materialet oppsto to nye kategorier. For det første gruppen vi kaller *helgarderte*. Disse er - i følge dem selv - både opptatt av priser på renter og gebyrer (økonomisk orienterte) og kundefrådgivning (serviceorienterte). Dette kan i prinsippet være de mest ressurssterke superkundene, som i tillegg til egen finansielle kompetanse søker ekspertise for egne bankdisposisjoner. Den andre nye kundetyper, som vi har kalt *situasjonsbestemte*, er opptatt av bankøkonomi og sjekker renta i gitte situasjoner. Men når de først har tatt opp et økonomisk gunstig lån, eller plassert pengene i en bank med gode økonomiske betingelser, slapper de av i forhold til bank inntil de eventuelt skal gjøre nye større bankdisposisjoner.

De to blå kakestykkene representerer kundetyperne som har et reflektert forhold til sin bank, og som vi i utgangspunktet regner som potensielt aktive bankkunder: i) de som er *skeptiske* til bankens servicenivå ii) de som er *skeptiske* til bankens økonomiske betingelser, iii) de *økonomisk orienterte* som følger med på renten samtidig som de har tillit til banken, iv) de som *helgarderer* seg og både følger med på renten og søker kundefrådgivning, v) de *situasjonsbestemte* som er opptatt av bankøkonomi og renter når det gjelder, og vi) de *serviceorienterte* som er opptatt av god kundefrådgivning. Førstnevnte og sistnevnte grupper er ikke opptatt av priser på renter og gebyrer, men har et bevisst (positivt eller negativt) forhold til servicenivået i sin bank. Konkurransen om disse kundene bidrar til bedre servicenivå, men ikke lavere prisnivå. Vi skiller altså mellom fire grupper med noe varierende, men økonomisk, orientering til banken. Og to som bare er serviceorienterte.

De røde kakestykkene viser de ikke-reflekterte bankkundetyperne. Vi finner her de vii) *ikke-interesserte*, som er uinteresserte i bankøkonomi, men har tillit til banken sin. I den kvalitative studien framsto denne gruppen som naive i forhold til bankøkonomi. Dette er dyre bankers

drømmekunder. Blant de som har en ikke-refleksiv mistillit til banken, skiller vi mellom de som enten velger å ignorere dette forholdet, de viii) *ignorante* (ignorert mistillit) og de ix) *maktesløse* (fortrengt mistillit) som ikke forholder seg til bankøkonomi fordi de anser dette som for vanskelig og tidkrevende.

Vi ender altså opp med ni kundetyper. Spørsmålene som danner bakgrunn for kategorisering-  
en av bankkundetyper er:

- Sammenligner du jevnlig bankenes rentenivåer, eller er du stort sett lite opptatt av dette?<sup>3</sup>
- Har du tillit til at banken din gir deg gode betingelser?<sup>4</sup>
- Er din personlige rådgiver i banken avgjørende for ditt valg av bank?<sup>5</sup>
- Tror du det er tidkrevende og vanskelig å skifte bank?<sup>6</sup>

I tabell 2 viser vi en oversikt over hvordan de ulike kundetyperne skårer på de fire variablene som danner bakgrunn for operasjonaliseringen og inndelingen i kundetyper:

Tabell 2: Operasjonalisering og beskrivelse av ni ulike bankkunderelasjoner.

	Praksis: Sjekker renta?	Forhold til Hovedbank	Pers.rådgiver viktig?	Vanskelig/ Tidkrevende?
Skeptisk økonomi	<b>Sjekker</b>	<b>Mistillit</b>	Stort sett nei	Stort sett nei
Økonomisk orientert	<b>Sjekker</b>	<b>Tillit</b>	<b>Nei</b>	<b>Nei</b>
Helgardert	<b>Sjekker</b>	<b>Tillit</b>	<b>Ja</b>	Stort sett nei
Situasjonsbestemt	<b>Varies</b>	Varies	stort sett Nei	Stort sett nei
Serviceorientert	<b>Uinteressert</b>	<b>Tillit</b>	<b>Ja</b>	Stort sett nei
Ikke-interessert (naiv?)	<b>Uinteressert</b>	<b>Tillit</b>	<b>Nei</b>	Stort sett nei
Ignorant	<b>Uinteressert</b>	<b>Mistillit</b>	<b>Nei</b>	<b>Nei</b>
Maktesløs	<b>Uinteressert</b>	<b>Mistillit</b>	<b>Nei</b>	<b>Ja</b>
Skeptisk service	<b>Uinteressert</b>	<b>Mistillit</b>	<b>Ja</b>	Stort sett nei
Ingen mening*	Uinteressert	-	-	-

\*Sammen med ubesvart utgjør denne gruppen 2,8 prosent av utvalget.

Bakgrunnen for å konstruere disse kundetyperne var blant annet for å kunne drøfte i hvilken grad forbrukerne gjennom sin aktivitet bidrar til sunn konkurranse mellom bankene.

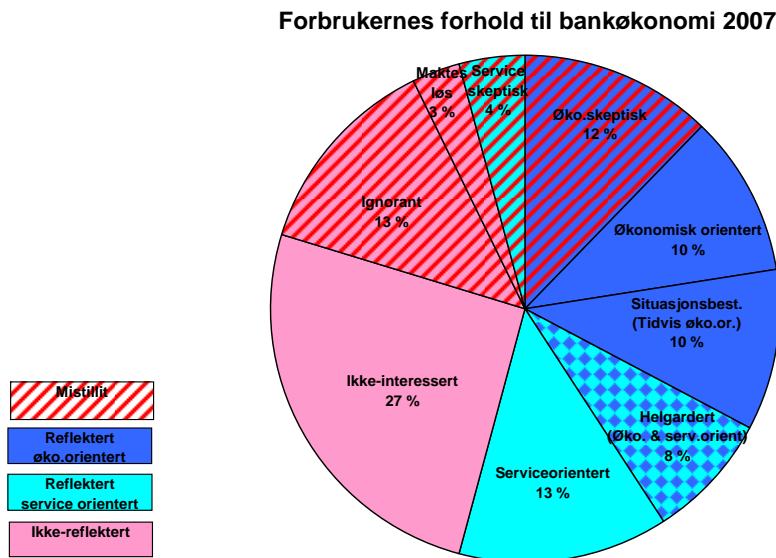
<sup>3</sup> 30% sammenligner, 10% varierer, 59% uinteressert

<sup>4</sup> 61% tillit, 10% varierer, 27% nei

<sup>5</sup> 70% nei, 30% ja

<sup>6</sup> 77% nei, 19% ja





Figur 2: Forbrukernes forhold til bankøkonomi 2007. Ni kunderelasjoner etter operasjonaliseringen i tabell 2. Prosent. Vektet for kjønn, alder og geografi. (N=1000)

Fargene i figur 2 illustrerer og skiller for det første på om forbrukerne har et reflektert forhold til bank, enten ved at de er opptatt av bankøkonomi (blått) eller av bankens servicenivå (turkis). Rosa illustrer et ikke-reflektert forhold til bank. For det andre illustrerer røde striper mistillit, mens det rutete og de ensfargede feltene illustrerer tillit.

Fire av gruppene, til sammen omtrent en tredjedel, har uttrykt mistillit til sin bank. Vi har kalt dem henholdsvis økonomisk skeptiske, service skeptiske, ignorante og maktesløse. Majoriteten, omtrent to tredjedeler gir dermed uttrykk for at de har tillit til sin bank (inkl. de situasjonsbestemte som ihvertfall ikke har gitt uttrykk for direkte mistillit). Når vi ser på de andre kjennetegnene til de som i utgangspunktet har tillit til sin bank, ser vi imidlertid at tilliten ikke alltid er økonomisk begrunnet: Over halvparten av de med tillit til sin bank er i utgangspunktet uinteressert i bankøkonomi og sjekker ikke hvorvidt eget rentenivå er akseptabelt eller ikke (ikke-interesserte og serviceorienterte).

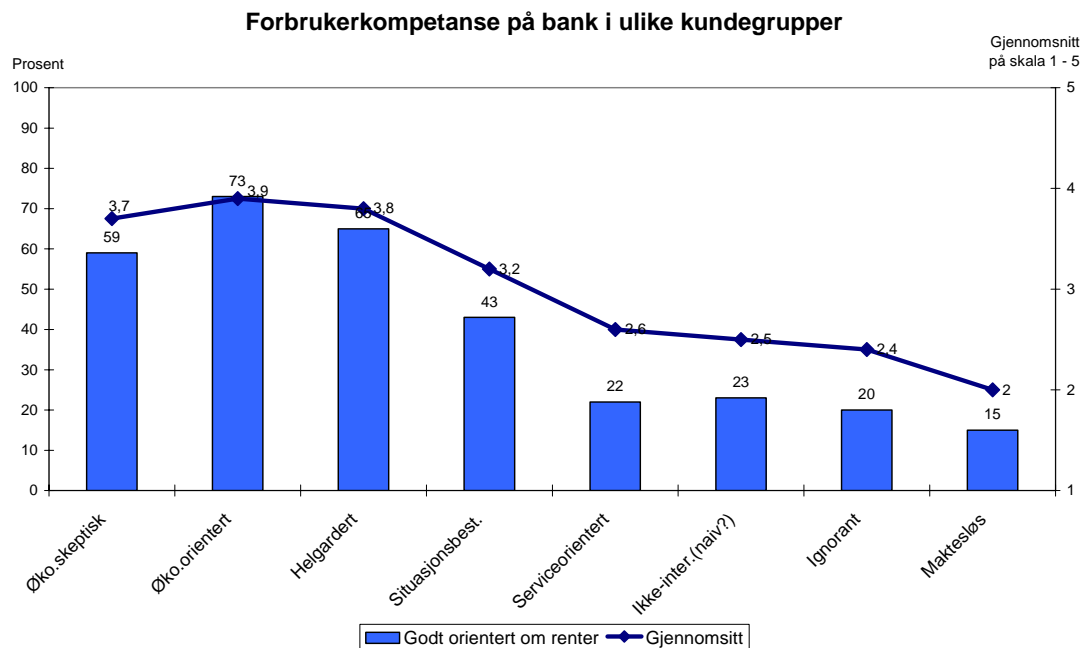
Det bankene i prinsippet kjøper og selger er penger. Det er derfor bemerkelsesverdig at bare 40 prosent har et økonomisk reflektert forhold til sin bankøkonomi og sammenligner jevnlig, eller i hvert fall av og til, økonomien i sine bankdisposisjoner. Av disse har 12 prosent mistillit til at banken gir dem gode økonomiske betingelser (økonomisk skeptiske), mens 28 prosent har tillit til at banken gir gode betingelser (de økonomisk orienterte, de helgarderte, samt de situasjonsbestemte som sjekker renta i varierende grad).

Basert på innsikt fra fokusgruppeintervjuene forut for denne studien (Berg & Borgeraas 2004) beskrives hver enkelt gruppe:

- De økonomisk skeptiske (12%): Denne gruppen holder et kritisk øye på banken, og er de mest aktive i bankmarkedet. De er klar over at bankens fremste mål er å tjene penger på kundene sine. Denne gruppen inneholder både de som er konstant skeptiske til banken sin, samt den gruppen som er på vei til å skifte bank grunnet mistillit på intervjutidspunktet.

- De økonomisk orienterte (10%): Denne gruppen har tillit til at deres årvåkenhet og engasjement i bankøkonomi sikrer at de tross alt benytter seg av de mest lønnsomme bankene til et hvert tidspunkt. De følger med, og skifter bank dersom det er grunnlag for det.
- De helgarderte (8%): Denne gruppen er både økonomisk orienterte og serviceorienterte. De er altså opptatt av bankøkonomi, men likevel er deres personlige rådgiver avgjørende for valg av bank. I denne gruppen kan det være superkunder med høy finansiell kompetanse som i tillegg henter inn ekspertise for at deres økonomiske disposisjoner skal være mest mulig økonomisk gunstige. Men gruppen kan også bestå av kunder som gjerne vil ha mest mulig avkastning av sine penger, men overlater til andre å sørge for at dette skjer. Det økonomisk reflekterte behøver altså ikke gå lenger enn til at de har overlatt økonomistyringen til en bankrådgiver de regner med gjør bedre økonomiske disposisjoner enn de ville gjort selv.
- De situasjonsbestemte (10%): Denne gruppen gjør tidvis gode økonomisk reflekterte valg i bankmarkedet. Når det er grunnlag for det – for eksempel ved skifte av bolig - gjør de dypdykk i informasjon om bankenes økonomiske tilbud før de tar opp et lån. Men når beste bank er valgt, bruker de minst mulig energi på bankøkonomi, inntil neste gang de skal gjøre økonomiske disposisjoner, eller at de blir gjort oppmerksomme på at deres antatte gode bank ikke lenger er spesielt økonomisk gunstig.
- De serviceorienterte (13%): Denne gruppen er opptatt av bankens service og at de har et godt forhold til sin personlige kunderådgiver. De er stort sett lite opptatt av bankøkonomi, som de overlater til en betrodd kunderådgiver. Denne kundegruppen kan finne på å følge sin kunderådgiver til en annen bank hvis denne skifter jobb.
- Ikke-interessert (naiv?) (25%): Dette er den største kundegruppen. Hver fjerde bankkunde har altså tillit til at banken deres gir dem gode betingelser, men er verken interessert i bankøkonomi eller av å ha en personlig kunderådgiver. De tror ikke det er spesielt vanskelig å skifte bank. Men de kommer neppe til å gjøre det.
- De ignorante (13%): I motsetning til de ikke-interesserte tror ikke denne kundegruppen at de har gode betingelser i sin bank. De tror ikke det er vanskelig å skifte bank, men de er i utgangspunktet stort sett lite opptatt av bankøkonomi, og velger (foreløpig?) å overse sine dårlige bank betingelser.
- Makteløse (3%): Denne gruppen mener også at de har dårlige bankbetingelser, men tror samtidig det er tidkrevende og/eller vanskelig å skifte bank. De har heller ingen personlig kunderådgiver.
- Service skeptiske (4%): For denne gruppen er kunderådgivning viktig. De er misfornøyd med den personlige servicen i sin bank, og er på let etter en bedre kunderådgiver i egen eller ny bank.

I SIFO-surveyen har vi også bedt respondentene vurdere sin egen bankøkonomikompetanse. Respondentene ble spurt om hvor godt de holder seg orientert om bankrenter på en skala fra én til fem, der én er svært dårlig og fem er svært bra. I neste figur skal vi undersøke hvor godt de ulike kundetyperne sier de holder seg orientert om rentenivåer:



Figur 3: Hvor godt vil du si at du holder deg orientert om bankrenter på en skala fra 1-5, der 1 er svært dårlig og 5 er svært godt orientert. Prosent godt orientert(4+5) og gjennomsnitt (1-5). (N= 1000)

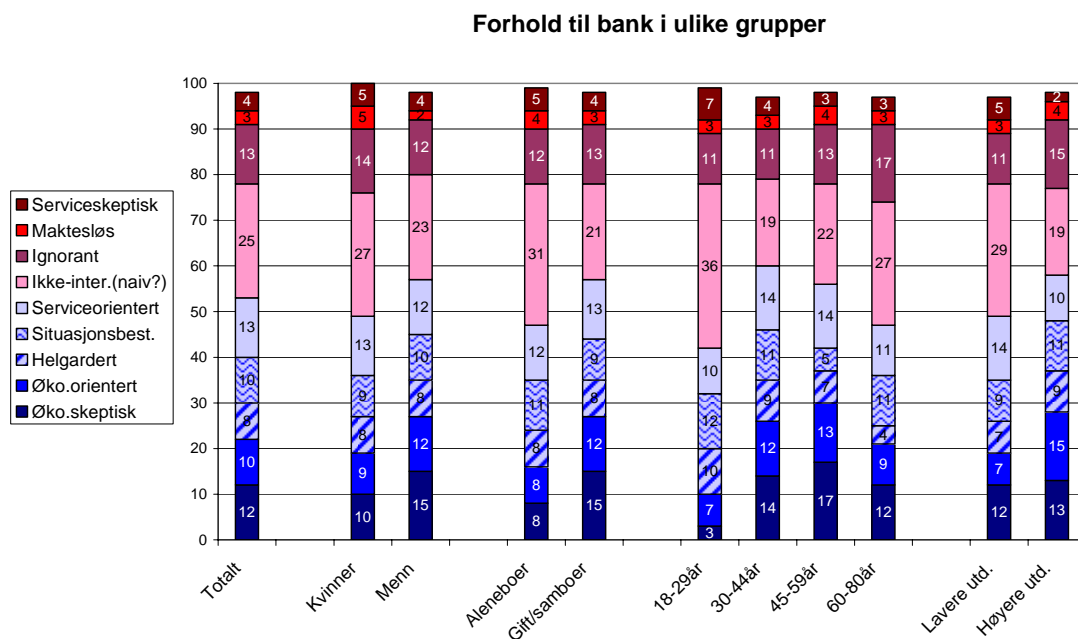
Figuren viser at de som holder seg best orientert om bankrenter er i gruppen økonomisk orienterte, tett fulgt av de økonomisk skeptiske og de som både er økonomisk- og serviceorienterte – de helgarderte. Dette tyder på at det i gruppen økonomisk skeptiske er en del midlertidige, som etter å skifte til en rimeligere bank gjenoppretter sin tillit og går over i andre grupper. Vi ser også at de rent serviceorienterte (opptatt av kunderådgiver) holder seg orientert omtrent på samme nivå som de ikke-interesserte og de som ignorerer sin dårlige bankøkonomi. De maktesløse og service-skeptiske er gruppene med klart lavest bankkompetanse.

### 3 Forskjeller i ulike gruppers relasjon til bank

Sett ut fra markedsøkonomisk teori er det fordelaktig med flest mulig aktive kunder som velger bevisst i bankmarkedene (Konkurransetilsynet). Men også sett fra den enkelte forbrukers ståsted er det lønnsomt å være økonomisk reflektert i bank saker.

I det følgende skal vi undersøke om ulike grupper har ulike relasjoner til sine banker. Har for eksempel menn oftere enn kvinner et økonomisk reflektert forhold til bank?

Man kan tenke seg flere forhold har betydning for en persons relasjon til bank. Vi skal i det følgende først undersøke om det er forskjell i kvinner og menns relasjoner til bank, om de som har etablert seg i par er mer økonomisk reflekterte enn aleneboere, om alder eller livsfase har betydning og om sosial bakgrunn målt gjennom utdanningsnivå har betydning for forbrukernes forhold til bankøkonomi. Deretter skal vi undersøke mer konkret om det er slik at de med god råd også ser ut til å være de som har de beste bankforbindelsene.



Figur 4: Andeler med et økonomisk skeptisk, økonomisk orientert, helgardert, situasjonsbestemt, serviceorientert, ikke-interessert, ignorant, makteløst eller service-skeptisk forhold til sin hovedbank i ulike grupperinger i 2007. Prosent. Vektet for alder, kjønn og geografi. (N=1000, 505,481, 395,590, 196,291,270,228, 564,420)

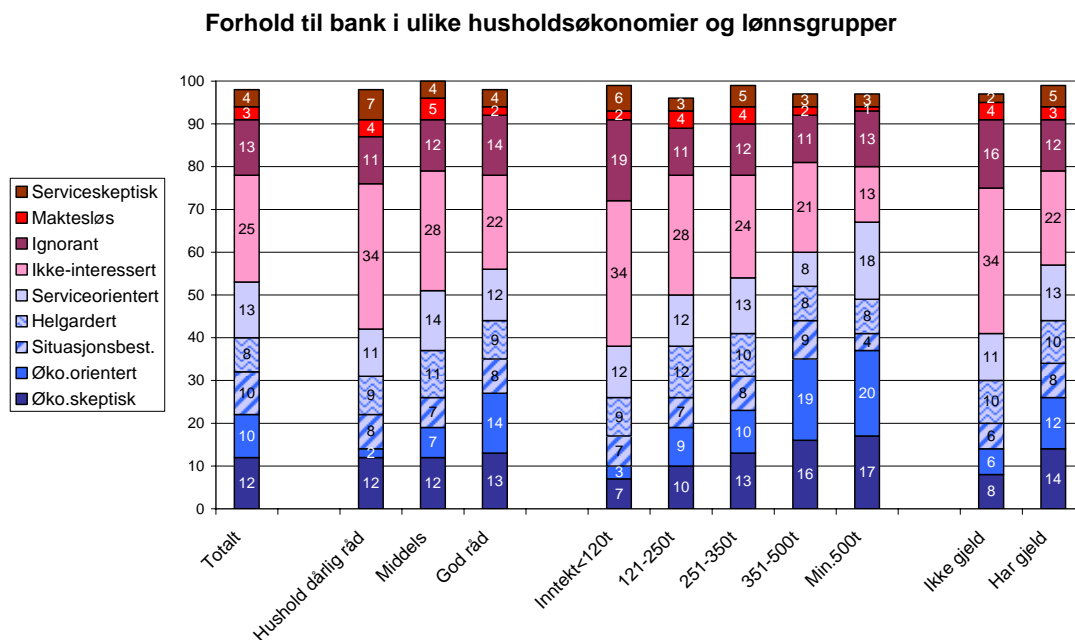
Fargene i Figur 4 illustrerer igjen grad av økonomisk refleksivitet. Jo blåere, jo mer refleksiv (kritisk reflektert) og økonomisk orientert er forbrukergruppens relasjon til banken (sjekker renter).

Vi ser at menn litt oftere enn kvinner faller i gruppene for de som har et økonomisk reflektert forhold til bank og sjekker renta (økonomisk skeptiske, økonomisk rasjonelle, helgarderte og situasjonsbestemte). Videre at de som er etablert i parforhold oftere har et økonomisk reflektert forhold til bank enn de som lever alene. Dette mønsteret går igjen i tidligere studier. Blant de som lever i parforhold rapporterte for eksempel menn oftere enn kvinner at de hadde hovedansvar for å betale regninger (Berg 2005), og menn rapporterte oftere enn kvinner at de hadde finansiell forbrukerkompetanse generelt, og at de holdt seg godt orientert om renter spesielt (Berg 2005, 2006). Det skal imidlertid nevnes at i årets SIFO-survey ser kjønnsforskjellene ut til å ha blitt mindre.

Ikke uventet betyr alder eller livsfase mye for den enkeltes forhold til bank. Vi finner flest økonomisk reflekterte i de aldersgruppene som er mest økonomisk aktive, det vil si de som gjerne er ferdige med utdanningsfasen (18-29), men enda ikke er kommet i trygde/pensjonsfasen (60 – 80). Vi ser at de yngste – som kanskje kun har en studiekonto - oftere enn andre har et ikke-interessert forhold til bank, mens de eldste – som oftere enn andre har nedbetalt sine lån, og har forholdt seg til bank den gang bank var noe man valgte en gang i livet, som oftest kommer i gruppen ignorante.

Datamaterialet viser at disse resultatene sammenfaller med inntektsnivået i gruppene. Gruppene med flest økonomisk reflekterte tjener mest: Mennene i utvalget tjener i gjennomsnitt mer enn kvinnene, de som lever i parforhold tjener mer enn de som lever alene. Men selv om det er de i etableringsfasen (30-44år) som oftest har et økonomisk reflektert forhold til bank, er det de middelaldrene (45-59år) som tjener mest. De yngste, som oftest har ikke-reflektert forhold til bank tjener også minst.

Dersom det er slik Hirschman argumenterer, at konkurranse kan gjøre at de mest ressursvake ender opp med de dårligste bankbetingelsene, mens de ressurssterke ender opp med de beste kontraktene, er dette sosialpolitisk uheldig. Dette kan vi ikke undersøke direkte, men vi kan se på hva slags relasjon ulike inntektsgrupper har til sine banker, og gjøre våre antagelser deretter.



Figur 5: Andeler med et økonomisk skeptisk, økonomisk orientert, helgardert, situasjonsbestemt, serviceorientert, ikke-interessert, ignorant, makteløst eller service-skeptisk forhold til sin hovedbank i ulike økonomiske grupperinger i 2007. Prosent. Vektet for alder, kjønn og geografi. (N=1000, 52,394,539, 154,201,261,209,74)

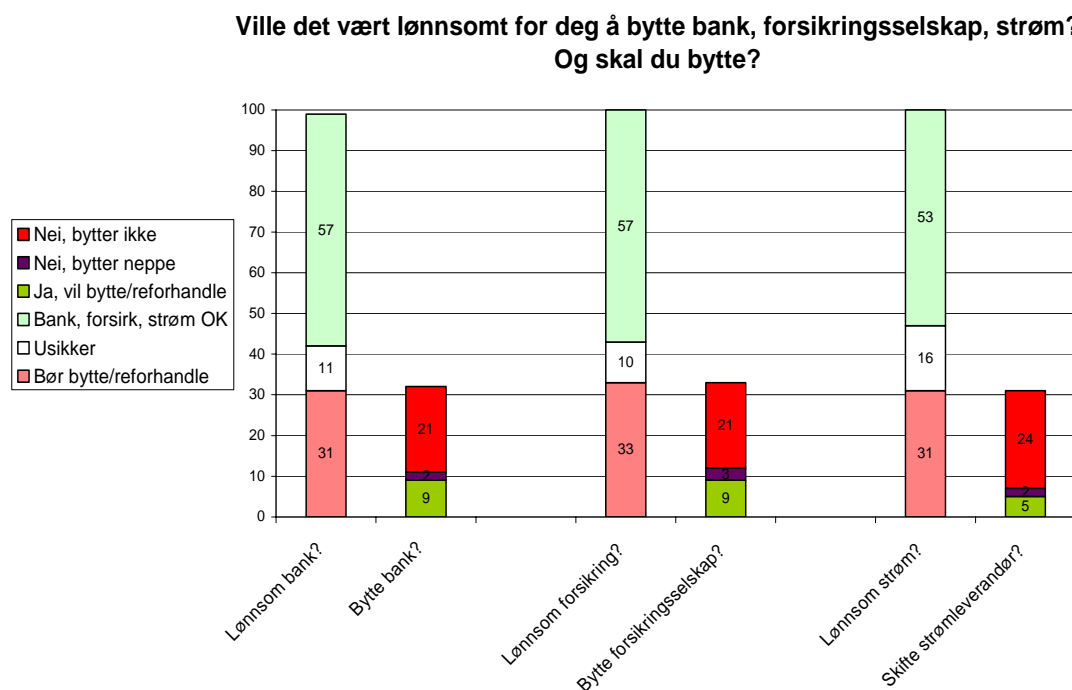
Mønsteret i Figur 5 er svært tydelig og kan kort sammenfattes til at jo bedre råd husholdet har, og jo mer en tjener selv, jo mer sannsynlig er det at man har et økonomisk reflektert forhold til sin bank. Det er de med dårlig råd og de med lavest inntekt som oftest har et ikke-interessert eller ignorant forhold til bankøkonomi. Noe av dette kan kanskje forklares av at de med dårlig råd har mindre å tjene på gode bankforbindelser fordi de har mindre gjeld og mindre kapital. Likevel viser Figur 5 en betenkelig sammenheng, som støtter Hirschman: de økonomisk ressursvake ser i mindre grad ut til å finne fram til de gode bankbetingelsene og skifter sjeldnere bank enn andre. Det er derfor grunn til å frykte at de ressursvake oftere enn andre ender opp med de dårligste bankavtalene. Dette forsterkes naturligvis av bankenes praksis: Det er de med god råd og økonomisk sikkerhet som er best mottatt og får de beste tilbudene.



## 4 Burde det, skjønne det, men gjøre det?

Sparebankforeningens nettbankundersøkelse 2007 konkluderes i A-posten (Haraldsen 26.02.2007) med at kundene sier det er lett å skifte bank, men de gjør det ikke. Administrerende direktør Hyttnes i Sparebankforeningen finner bare én rimelig grunn til dette: "Man bytter ikke, fordi man jevnt over er fornøyd med banken sin" siteres han.

Som det framgår av det foregående, er en mer sannsynlig forklaring på lav bankkundeforholdet at mange har et ikke-reflektert forhold til sin bankøkonomi. Fordi vi på bakgrunn av den kvalitative bankkundeforholdsstudien (Berg & Boregeraas 2004) antok at mange var misfornøyd, men likevel ikke skiftet bank, har vi stilt spørsmål direkte om dette:



Figur 6: Andeler som mener det ville være lønnsomt å reforhandle/bytte bank, forsikringsselskap og strømleverandør, med oppsplitting (lave søyler) på andeler som planlegger å gjøre noe aktivt med sine betingelser i løpet av de neste seks månedene. Vektet etter kjønn, alder og geografi. Prosent. (N=1000)

På spørsmålet: Tror du det ville vært økonomisk lønnsomt for deg å reforhandle dine nåværende bankbetingelser eller bytte bank? Var det 31 prosent, eller nesten hver tredje respondent som svarte ja. I tillegg var det 11 prosent usikre. Til de som i følge dem selv burde reforhandle eller bytte bank, spurte vi om de kom til å gjøre dette i løpet av de neste seks månedene. Mindre enn hver tredje av disse svarte 'ja' til dette. Som vist i figur 6 gjentas dette mønsteret både for forsikrings- og strømmarkedet.



Av alle er det ni prosent som sier de vil skifte bank eller reforhandle sine bankbetingelser, like mange sier de vil reforhandle eller skifte forsikringsselskap, mens bare fem prosent sier de vil skifte strømleverandør i løpet av de neste seks månedene. Disse anslagene er ganske sikkert overestimerte. Rekkefølgen på spørsmålene bidrar til at de som normalt ikke tenker på sin bankøkonomi tvinges til refleksjon før spørsmålet om bankbytte kommer. I tillegg er det lettere å svare bekreftende enn virkelig å bytte bank, forsikringsselskap eller strømleverandør.

Vi skal se videre på forholdet til bank, og i de to neste figurene på motstående side viser vi andeler i ulike grupper som sier de har en lite økonomisk gunstig bankforbindelse og andeler som vil skifte bank.

Figur 7 og 8 viser at uansett hvilke grupperinger vi ser på er andelene som sier det ville vært økonomisk gunstig å bytte bank eller reforhandle bankbetingelser langt høyere enn de som sier de vil reforhandle eller bytte bank i løpet av de neste seks månedene.

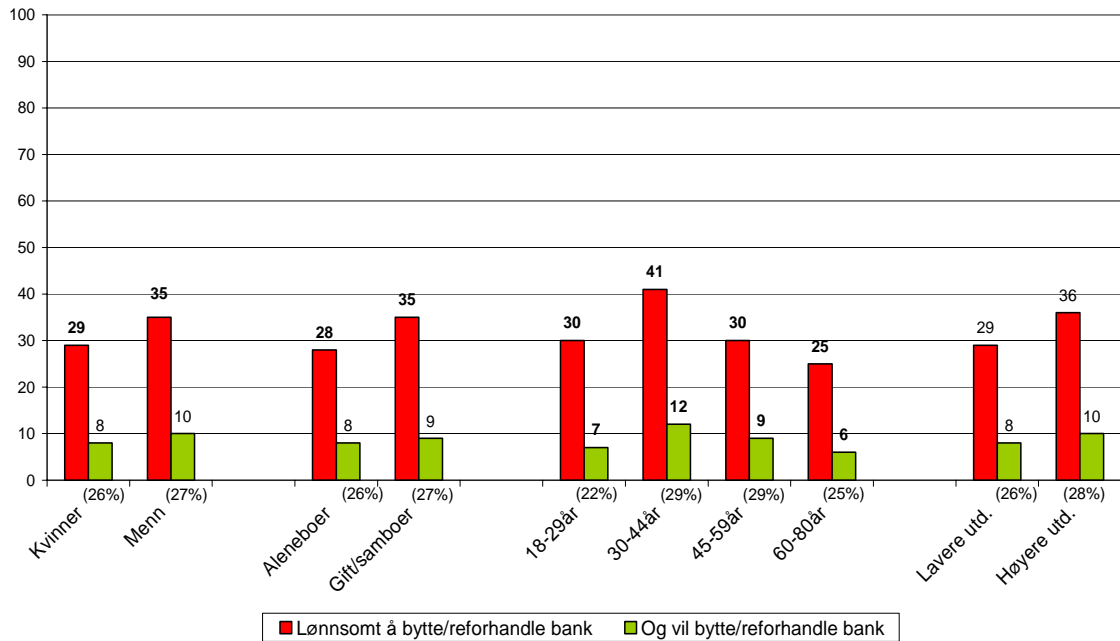
Gruppene som oftest mener det vil være lønnsomt å reforhandle eller bytte bank, er aldersgruppen 30 til 44 år - som er i etableringsfasen, og de med inntekter mellom 251 og 500 tusen - altså ikke de med lav inntekt, og heller ikke de med høyest inntekt. Vi ser at de med dårlig råd og lav inntekt sjeldnere enn andre sier det ville være lønnsomt å skifte bank, og i tillegg er andelen som vil skifte bank blant de som mener det ville vært lønnsomt, lavest i disse gruppene.

I figurene er estimatene som viser signifikante resultater (på minst 5%-nivå) i uthevet skrift. Vi ser at menn signifikant oftere enn kvinner mener at det ville vært økonomisk lønnsomt å bytte bank. At aldersgruppen 30- 44 år signifikant oftere enn andre mener det ville vært lønnsomt å bytte bank, og at de som er gift eller samboende signifikant oftere enn aleneboere mener det ville vært lønnsomt å bytte bank. Resultatene viser også at det er signifikante forskjeller etter inntektsnivå i andelene som mener det vil være økonomisk lønnsomt å bytte bank. Når vi deler inn etter husholdets økonomi gir ikke resultatene signifikante resultater. Dette skyldes antageligvis ikke at det ikke er forskjeller etter husholdsøkonomi, men at gruppen med dårlig råd bare utgjør fem prosent.

Det er også signifikante forskjeller etter alder og inntekt i andeler som sier de vil bytte bank.

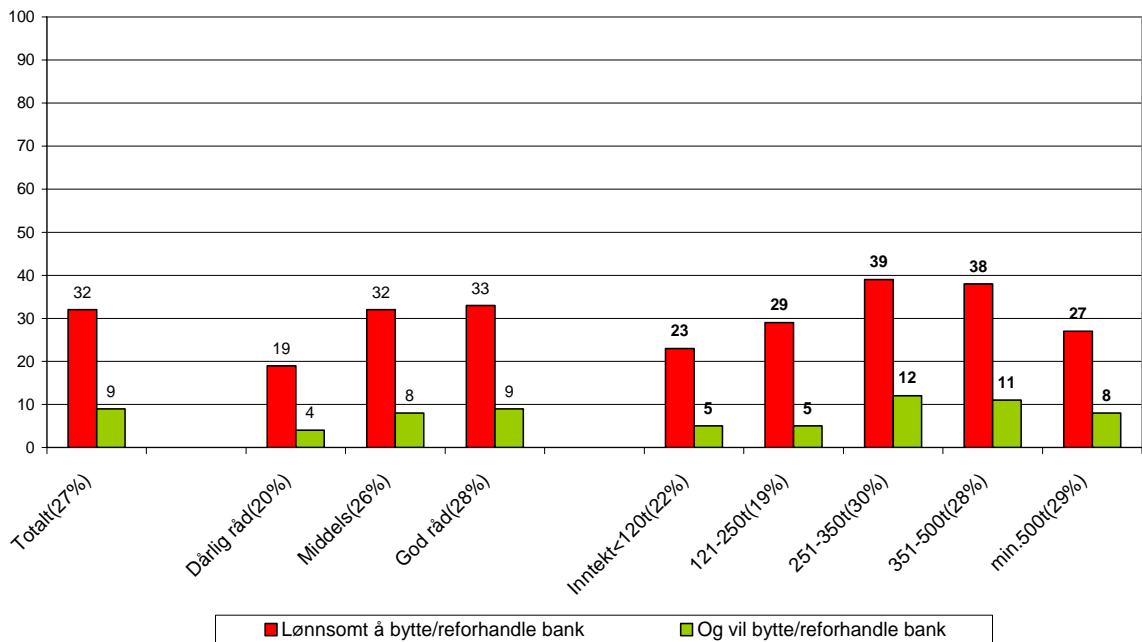
Ellers er det omtrent ingen forskjell i tendensene til å følge opp negative økonomiske vurderinger med aktiv handling.

**Burde skifte bank, men gjøre det?**



Figur 7: Andeler i ulike grupper som tror det ville vært økonomisk lønnsomt å reforhandle eller bytte bank. Og andeler som sier de vil reforhandle eller bytte bank i løpet av neste seks måneder. Vektet for kjønn, alder og geografi. Prosent. (I parentes andeler som vil bytte/reforhandle av de som mener de burde) (N=1000).

**Burde skifte bank, men gjøre det?**



Figur 8: Andeler i ulike husholdsøkonomi og inntektsgrupper som tror det ville vært økonomisk lønnsomt å reforhandle eller bytte bank. Og andeler som sier de vil reforhandle eller bytte bank i løpet av neste seks måneder. Vektet for kjønn, alder og geografi. Prosent. (I parentes andeler som vil bytte/reforhandle av de som mener de burde) (N=1000).

Avslutningsvis skal vi se på forventet bankkundeforhold innenfor de ulike bankkundeforholdene:

Tabell 3: Andeler som sier de vil reforhandle eller bytte bank i løpet av seks måneder (uthevet) etter bankkundeforhold. Vektet etter kjønn, alder og geografi. Prosent. (N=986)

Bankbetingelser:	OK*	Økonomisk lønnsomt å bytte bank eller reforhandle bet.		Usikker	Totalt
		Bytter/reforhandler	Bytter/reforh. Ikke		
Økonomisk orientert	77	4	14	6	101(104)
Ikke-interessert(naiv?)	67	1	23	9	100(249)
Serviceorientert	65	6	15	14	100(125)
Helgardert	64	7	24	5	100(75)
Ignorant	54	9	21	17	101(129)
Situasjonsbestemt	47	12	25	17	101(96)
Økonomisk skeptisk	33	29	31	7	100 (123)
Maktesløs	29	9	47	15	100(34)
Service-skeptisk	28	15	43	15	101(40)
Ingen mening	57	-	14	29	100(14)
Sum	57	9	23	11	100 (986)

\* Andeler som mener det ikke vil være økonomisk lønnsomt å bytte bank eller reforhandle betingelser.

I tabell 3 er bankkundeforholdene rangert etter hvor fornøyde de ulike bankkundeforholdene er med de økonomiske betingelsene i banken sin. Hvis vi først ser på kolonnen med de som ikke tror det er noe å spare på å bytte bank (OK), finner vi flest fornøyde blant de vi har kalt økonomisk orienterte, antageligvis fordi denne gruppen oftest har økonomisk gunstige banker. Deretter følger de vi har kalt ikke-interesserte, som på tross av lav bankkompetanse og at de er uinteresserte i bankøkonomi, tror at bankbetingelsene deres er gunstige. Bare én prosent i denne gruppen tror de kommer til å skifte bank i løpet av de neste seks månedene. Mye tyder på at denne gruppens vurderinger av egen bankøkonomi er overdrevent positiv.

De største forskjellene i andeler som sier de vil bytte bank eller reforhandle bankbetingelser går mellom de ikke-interesserte der bare 1 prosent sier de vil bytte bank eller reforhandle betingelser, og de økonomisk skeptiske der 29 prosent vil bytte eller reforhandle. Sagt på en annen måte går hovedskillelinjen mellom de som har en ikke-reflektert tillit til banken på den ene siden og de med en reflektert mistillit på den andre siden. Det er vel lite sannsynlig at de ikke-interesserte har bedre bankbetingelser enn de økonomisk skeptiske, men i følge tabell 3 tror de det.

Resultatene har vist at nesten hver fjerde forbruker (23%) tror de ville fått bedre betingelser hvis de reforhandlet eller byttet bank, men de regner likevel ikke med å gjøre det. I denne gruppen kan det naturligvis være mange som er villige til å betale ekstra fordi de er fornøyde med andre sider ved banken, som servicenivå eller beliggenhet. Men dette gjelder neppe alle. Det er særlig blant de maktesløse og de som er skeptiske til servicen at det er mange (47% & 43%) som ikke bytter bank selv om de tror de ville tjent økonomisk på dette. Når disse ikke skifter bank er det neppe uttrykk for at de er fornøyde med banken sin. Tabell 3 viser også at hver fjerde ikke-interesserte faktisk sier at de tror det ville lønne seg økonomisk å bytte bank, men de regner ikke med å gjøre det. Grunnen til at disse ikke regner med å bytte bank eller reforhandle betingelsene sine skyldes sannsynligvis først og fremst at de prioriterer andre sider ved livet høyere enn bankøkonomi, og de velger samtidig å ha tillit til banken fordi det er mest behagelig.

I tillegg har vi gruppene som har uttrykt mistillit til sin bank (de ignorante, økonomisk skeptiske, maktesløse og serviceskeptiske), uten at de tror det er særlig å tjene på å bytte bank,

kanskje fordi de har små lån eller lite penger på konto. Disse kan heller ikke kan kalles fornøyde bankkunder selv om de ikke planlegger å reforhandle betingelser eller bytte bank.

#### 4.1 Hvor mange er passive bankkunder fordi de er fornøyde med bankene sine?

Bakgrunnen for et av spørsmålene som er stilt i dette notatet var at administrerende direktør i Sparebankforeningen, i følge sitat i aftenposten (Haraldsen 2007), forklarte lav kundemobilitet med at kundene jevnt over var fornøyde med bankene sine. Den foregående analysen viser imidlertid at forbrukerne har svært ulike relasjoner og oppfatninger om sine banker. Mange er fornøyde, men langt fra alle. Og mange sier det ville vært økonomisk lønnsomt å bytte bank eller reforhandle sine betingelser uten at de planlegger å gjøre det.

Det er vanskelig å vite eksakt hvorfor respondentene forblir passive bankkunder selv om de mener de ville tjene økonomisk på å bytte bank. Men på bakgrunn av kundetypologien kan vi gjøre noen antagelser. En forenkling av tabell 3 (med totalprosent der alle kategoriene summerer seg til 100) gjør det mulig å foreta en forsøksvis beregning der respondentene kategoriseres etter hvorvidt de er fornøyde med bankene sine eller ikke:

Tabell 4: Andeler henholdsvis mobile, passive fornøyde og passive misfornøyde bankkunder. Vektet etter kjønn, alder og geografi. Totalprosent. (N=1000)

Bankkundetype:	Vil bytte/ reforhandle	Ville tjent på å bytte/r men gjør det ikke	Ingen ting å tjene på å bytte bank	Usikker
Økonomisk orientert	Mobile	Fornøyd og lojal	Fornøyd og lojal	13
Service orientert	3	7	25	
Øk&serv.orientert				
Situasjonsbestemt				
Ikke-interessert		Ubegrunnet lojal	Ubegrunnet lojal	
		6	17	
Service skeptisk	Mobile	Misfornøyd	Misfornøyd	
Økonomisk skeptisk	6	10	13	
Ignorant				
Avmakt				

Hvis vi slår sammen de som har en reflektert tillit til sin bank (de økonomisk orienterte, de service orienterte, de som er både service og økonomisk orienterte og de som er økonomisk orienterte når det gjelder) og beregner andelen som eksplisitt sier de er fornøyde med de økonomiske betingelsene de har i sine banker, finner vi 25 prosent fornøyde og lojale bankkunder. I tillegg er det 7 prosent i denne gruppen som (antageligvis) bevisst har valgt å forbli i banken på tross av mindre gunstige økonomiske betingelser fordi de er fornøyde med andre sider ved banken<sup>7</sup>. Til sammen utgjør dette 32 prosent fornøyde og lojale bankkunder.

Så har vi de som har en ikke-reflektert tillit til sin bank (de ikke-interesserte). Nesten ingen i denne gruppen planlegger å bytte bank (under 1% av totalen). I denne gruppen er det sannsynligvis mange som utviser en lojalitet til sine banker som er lite bevisst begrunnet, både blant de som sier det ville vært økonomisk lønnsomt å bytte bank, uten at de planlegger og gjøre det, og blant de som sier de ikke tror det er noe å tjene på å bytte bank. Av alle utgjør de hele 23 prosent av forbrukerne<sup>8</sup>. Det skal sies at unge og de uten gjeld er overrepresentert i denne gruppen.

<sup>7</sup> I og med at de sier at det ville lønne seg å reforhandle eller bytte bank, regner vi med at de har kalkulert inn omkostningene (tid og pris) ved å bytte/reforhandle.

<sup>8</sup> Avvik fra figur 2 skyldes at noen, her 2 prosent, faller i kategorien usikker.

Til slutt har vi de som har uttrykt mistillit til sine banker (Service skeptiske, økonomisk skeptiske, avmektige og ignorante). Disse kan ikke kalles for fornøyde bankkunder selv om de forblir tilsynelatende lojale i sine banker. Når de ikke har planer om å bytte bank – eller reforhandle sine betingelser - skyldes sannsynligvis dette for noen at de ikke ville tjene særlig på å bytte bank. For andre er grunnen sannsynligvis at de finner det vanskelig og tidkrevende å bytte bank, eller at de rett og slett velger å overse sin dårlige bankøkonomi for i stedet å bruke tid og engasjement på andre sider ved livet. Til sammen er det 23 prosent som forblir passive bankkunder på tross av at de ikke har tillit til banken.

Etter å ha blitt stilt en rekke bankspørsmål som tvinger respondentene til å tenke bankøkonomi var det som nevnt 9 prosent som sa at de vil bytte bank eller reforhandle sine bankbetingelser i løpet av de neste seks månedene. Dette er intensjoner på intervjudtidspunktet, og selv om langt fra alle disse kommer til å realisere intensjonene, er det uttrykk for at de er misfornøyde med sine banker.

Med store forbehold om tallenes omtrentlighet, kan vi altså inndele materialet som følger:

- 32 prosent fornøyde og lojale, selv om noen av disse (7%) er klar over at de ville tjent økonomisk på å bytte bank
- 23 prosent er ubegrunnet fornøyde og lojale
- 23 prosent har mistillit til banken, men ingen planer om å bytte selv om noen (10%) er klar over at de også ville tjent på dette økonomisk.
- 9 prosent potensielt mobile
- 13 prosent utbestemmelige

Denne oversikten viser at grunnen til lav kundemobilitet i bankmarkedet ikke bare skyldes at kundene er lojale og fornøyde med sine banker. Basert på forbrukernes egne rapporteringer finner vi at mange - 55 prosent - gir uttrykk for at de er fornøyde med sine banker. Ganske mange av disse har riktignok et ikke-reflektert forhold til bank, med en tilhørende - sannsynligvis - ubegrunnet lojalitet.

Hver tredje bankkunde sier enten; at de vil bytte eller reforhandle sine bankbetingelser (9%) eller; de har uttrykt mistillit til banken.

Resultatene i tabell 4 må tolkes omtrentlig og med varsomhet fordi beregningene er basert på omtrentlige kategorier. Uansett, den foregående analysen viser at passivitet i bankmarkedet ikke behøver å bety at bankkundene er lojale og fornøyde med sine bankbetingelser.

## 5 Oppsummering

*Hvor mange har et økonomisk reflektert forhold til bankøkonomi?*

- Majoriteten har tillit til at banken deres gir dem gode betingelser, men langt færre har regnet på det.
- Godt under halvparten (40%) av forbrukerne har et (mer eller mindre) økonomisk reflektert forhold til sin bankøkonomi.
- Vi finner fire forskjellige økonomiske måter å forholde seg til sin bank på: Først *de økonomisk skeptiske* (12%), der noen er på vei til å skifte bank, mens andre er jevnt over skeptiske til bank i seg selv og overvåker jevnlig sine betingelser. Så har vi de som har en *økonomisk begrunnet tillit* til sin bank. De følger med og benytter sannsynligvis banker med gode økonomiske betingelser. Så har vi de som i tillegg til *bankøkonomi* også er opptatt av *service* (8%). Her finnes både noen superrasjonelle som i tillegg til egen bankkompetanse benytter seg av bankens ekspertise, og de som er opptatt av økonomi, men tror andre ivaretar bankøkonomien bedre enn de ville gjort selv. Til slutt de *situasjonsbestemte* (10%), som vil orientere seg og gjøre økonomisk begrunnede bankvalg når de for eksempel skifter bolig eller eventuelt blir klar over at betingelsene ikke lenger er konkurransedyktige, mens de ellers egentlig er uinteressert i bankøkonomi.

*Er det forskjeller mellom ulike gruppers forhold til bankøkonomi?*

Ikke uventet betyr alder eller livsfase mye for den enkeltes forhold til bank.

- Vi finner flest med økonomiske begrunnelser for valg av bank i de aldersgruppene som er mest økonomisk aktive, det vil si de som gjerne er ferdige med utdanningsfasen (18-29), men enda ikke er kommet i trygde/pensjonsfasen (60 – 80). Vi ser at de yngste – som kanskje kun har en studiekonto - oftere enn andre har et ikke-interessert forhold til bank, mens de eldste – som oftere enn andre har nedbetalt sine lån, og har forholdt seg til bank den gang bank var noe man valgte en gang i livet, oftere enn andre kommer i gruppen ignorante.
- Menns forhold til bank er litt oftere preget av økonomiske vurderinger enn kvinners forhold til bank.
- De som lever i parforhold har oftere et økonomisk reflektert forhold til bankøkonomi enn de som lever alene.
- Vi ser også at jo bedre råd husholdet har, og jo mer en tjener selv, jo mer sannsynlig er det at man har et økonomisk reflektert forhold til sin bank. Det er de med dårlig råd og de med lavest inntekt som oftest har et ikke-interessert eller ignorant forhold til bankøkonomi.
- Gruppene som oftest mener det vil være lønnsomt å reforhandle eller bytte bank, er aldersgruppen 30 til 44 år – altså gruppen der mange er i etableringsfasen, og de med inntekter mellom 251 og 500 tusen – altså verken de med lavest eller høyest inntekt.

- Menn mener signifikant oftere enn kvinner at det ville vært økonomisk lønnsomt å bytte bank.

*Skyldes lav kundemobilitet at kundene er fornøyde og lojale?*

- Hver tredje forbruker mener det ville vært økonomisk lønnsomt å reforhandle betingelsene i sin gamle bank eller bytte bank. Men under én tredjedel av disse sier de kommer til å reforhandle eller bytte bank i løpet av et halvt år. Noen av disse velger sannsynligvis å forbli i sine dyre banker fordi de er fornøyde med andre sider av bankene, men dette gjelder neppe alle.

Forsøksvise, omtrentlige beregninger, der vi tar hensyn til et sett av forbrukernes vurderinger av sine banker, kan tyde på at:

- Omtrent en tredjedel av bankkundene er lojale og fornøyde bankkunder fordi de har grunn til det.
- I tillegg er det omtrent en fjerdedel som er ubegrunnet lojale.
- Omtrent en tredjedel av bankkundene gir uttrykk for misfornøye: Ni prosent *sier* de vil reforhandle sine lite gunstige betingelser eller bytte bank i løpet av neste halvår, mens 23 prosent er eksplisitt misfornøyde med sine banker, uten at de regner med å gjøre noe med det.

Mye tyder altså på at det er en betydelig andel passive bankkunder som ikke kan forklares med at de er fornøyde og lojale. Og i tillegg er det en relativt stor gruppe økonomisk ikke-reflekterte lojale kunder som sannsynligvis ville tjent på å følge bedre med på sin bankøkonomi.

## Litteratur

Berg, L & E. Borgeraas (2004): *Hindringer for mobilitet i bankmarkedet*. Sifo fagrapport 2 – 2004.

Berg, L (2005): *Kompetente forbrukere?* Om forbrukervalg og forbrukerkompetanse. Sifo fagrapport Nr. 3 – 2005.

Berg, L (2006): *Forbrukerkompetanse 2006*. Sifo Prosjektnotat nr. 7-2006.

Dahle, D.Y. (2007): Flere blir total kunder. *Forbruker.no* 14.03.2007)  
<http://forbruker.no/pengenedine/bankogforsikring/article1687860.ece>.

De nordiske konkurransetilsyn (2006): *Competition in Nordic Retail banking*. Report from the Nordic competition authorities No 1/2006:19

Haraldsen, C.H. (2007): Lett å skifte bank, sier kundene. *Aftenposten* 26.02.2007

Hirschman, A.O. (1970): *Exit, Voice and Loyalty*. Responses to Decline in Firms, Organizations, and States. Harvard University Press. Cambridge, Massachusetts.

Hoemsnes, A. (2007): Tjener rått på sløve kunder. *Dagens Næringsliv*, privat økonomi Nr. 3 – Årgang 4 – Mars 2007)

Ragin, C.C. (2000) *Fuzzy-set Social Science*. The University of Chicago Press, Chicago-London.

Sparebankforeningen (2007): *Nettbankundersøkelsen 2007*,  
[www.sparebankforeningen.no/index.gan?id=14810&subid=0](http://www.sparebankforeningen.no/index.gan?id=14810&subid=0) nedlastet 8 mars 2007