

## EPSI Rating Bank 2017

Dato: 2017-10-02

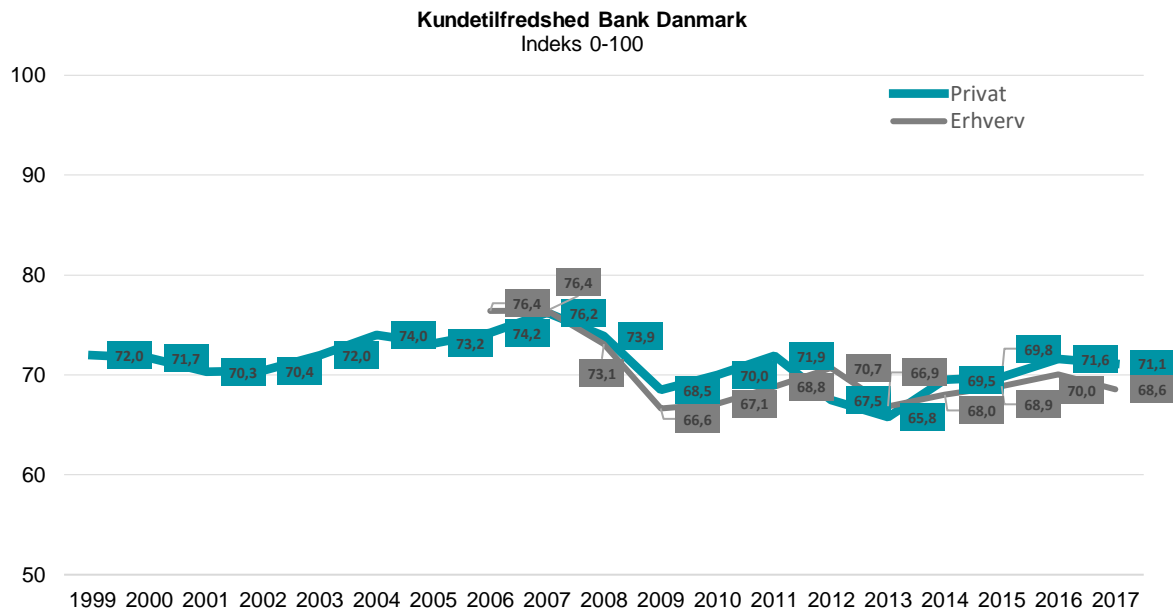
For yderligere information besøg vores hjemmeside ([www.epsi-denmark.org](http://www.epsi-denmark.org)) eller kontakt

Helene Söderberg, Direktør

Telefon: 31 75 40 38

E-mail: [helene.soderberg@epsi-rating.com](mailto:helene.soderberg@epsi-rating.com)

## Dansk økonomi vokser, mens bankkundernes tilfredshed falder



### Lille fald på privatmarkedet, og større fald i kundetilfredshed på erhvervsmarkedet

Efter tre års positiv udvikling i kundetilfredsheden i den danske bankbranche, er der en indikation af nedgang i 2017. På privatmarkedet er der sket et mindre fald i kundetilfredshed på 0,5 enheder, mens der på erhvervsmarkedet er sket en større nedgang på 1,4 enheder i forhold til 2016. Flertallet af banker viser signifikant nedgang i kundetilfredsheden på erhvervsmarkedet og specielt Jyske Bank og Nordea falder markant.

### Topscorerne har et godt image og leverer en stærk service

Generelt er bankernes image faldet og serviceleverancen er på et lavere niveau end tidligere og bankerne er blevet dårligere til at skabe mere værdi for pengene. Det er blevet endnu mere tydeligt, at de som er i top har et stærkt varemærke og er stærke i sin serviceleverance, og lykkedes med at skabe en god værdi for pengene til kunderne. Det er også dem som har en høj loyalitet hos sine kunder. De banker som falder, oplever specielt tab på deres service, samt er dårligere til at skabe værdi for pengene til deres kunder.

## Kundetilfredshed Danmark 2017

Privatkunder	2017 (Indeks 0-100)	Sammenlignet med 2016
Handelsbanken	76,8	-0,9
Spar Nord	74,5	-0,3
Øvrige	74,3	-1,5
Sparekassen Kronjylland	73,9	-0,5
Danske Bank	71,6	0,9
Nykredit Bank	71,2	0,2
<b>Branchen</b>	<b>71,1</b>	<b>-0,5</b>
Jyske Bank	70,4	-0,2
Sydbank	68,3	-2,0
Nordea	64,6	-1,4



- Handelsbanken har igen i år Danmarks mest tilfredse kunder på privatmarkedet. Handelsbanken er fulgt af Spar Nord.

Erhvervskunder	2017 (Indeks 0-100)	Sammenlignet med 2016
Øvrige	73,7	0,9
Handelsbanken	72,3	-3,4
Danske Bank	72,1	1,4
Spar Nord	71,6	1,6
Sparekassen Kronjylland	70,5	-
Sydbank	69,2	-1,2
<b>Branchen</b>	<b>68,6</b>	<b>-1,4</b>
Jyske Bank	65,8	-5,2
Nykredit Bank	62,9	-2,8
Nordea	58,5	-5,9

\*Gruppen 'Øvrige' indeholder analyseresultater fra interviews med kunder fra andre banker end de nævnte.

- Der er tæt løb mellem de individuelt målte banker, hvor Handelsbanken og Danske Bank er placeret i top. Danske Bank har igennem de sidste 5 år øget deres kundetilfredshed.

## Kunderne vil have et forhold til banken og føle sig unikke

I år er det blevet endnu tydeligere, at service har stor betydning for kunderne. Denne tendens viste sig allerede i 2016 i EPSIs svenske undersøgelse. Tendensen viser, at det ikke er nok for bankerne at være i kontakt med deres kunder. Bankerne skal opbygge personlige relationer til deres kunder, som er baseret på oprigtig interesse. Kunderne beder bankerne tilpasse deres tilbud til lige præcis deres behov og ønsker, og yde den hjælp og rådgivning, de har brug for. De skal give deres kunder oplevelsen af at være unikke.

Danskerne efterspørger mere proaktivitet fra deres bank, og her kan bankerne opfylde ønsket om den unikke oplevelse. Kunderne oplever i dag mindre uopfordret kontakt fra deres bank, sammenlignet med for fem år siden. I dag er bankerne nødt til at holde en løbende kontakt året rundt for at opnå en høj kundetilfredshed. Vigtigst af alt er dog, at kontakten er relevant og har betydning for kunderne.

Den personlige relation kan også skabes via rådgivningsmøder, hvilket bankerne er gode til, for de kunder der har været til møde i banken, er generelt mere tilfredse. Det er her kunden oplever at få den personlige rådgivning, der har værdi for dem. Derfor kan det være en god mulighed, at få flere kunder

ind til rådgivning, da det har stor betydning for kundetilfredsheden. Relationen kan også opbygges ved hjælp af en fast kontaktperson, hvilket skaber merværdi for kunden.

### Image påvirker kundetilfredsheden

Bankernes image har fået større betydning for kundetilfredsheden. Det sker i takt med, at den personlige kontakt er blevet mindre og digitaliseringen er øget. Derfor er de indtryk kunden får af banken udefra blevet endnu vigtigere. Det handler for bankerne om, at blive endnu mere tydelige omkring hvad de står for, og hvad der adskiller dem fra konkurrenterne – og naturligvis leve op til det. Det giver banken et stærkt image, som styrker kundetilfredsheden.

### Kunder er forskellige

Kunder er ikke ens. Branchen præges af mange forskellige kundesegmenter, hvorfor det virkelig gælder for bankerne at kunne forstå den enkelte kunde og kunne tilpasse sig til deres unikke behov. Bankerne er nødt til at differentiere deres strategi for kundetilfredshed i en endnu højere grad end tidligere.

I EPSI Ratings undersøgelse er det tydeligt, at der er store forskelle i tilfredshed mellem forskellige kundesegmenter – blandt andet imellem aldersgrupper på privatmarkedet, og imellem de forskellige virksomheds-størrelser på erhvervsmarkedet.

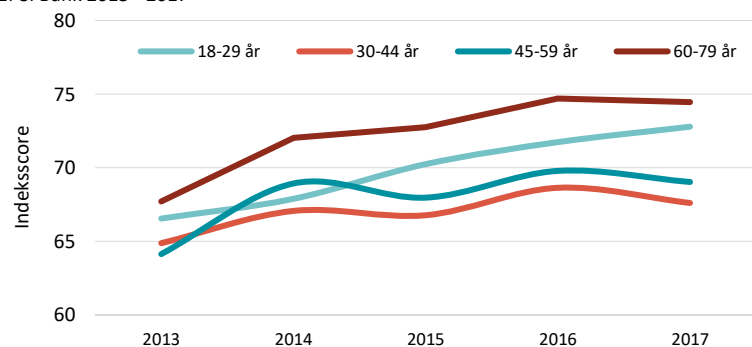
### De mindre virksomhedskunder er de mest utilfredse

Der er stor forskel i kundetilfredsheden blandt erhvervs kunderne. Generelt er det især de mindre virksomheder (med under 9 ansatte) der er mest utilfredse. Jyske Bank og Nordeas fald i kundetilfredshed skyldes i høj grad de mindre virksomheder, som er markant mindre tilfredse end tidligere. Til sammenligning er de mindre virksomhedskunder i Danske Bank blevet markant mere tilfredse.

### De unge er i dag mere tilfredse end for 5 år siden

På privatmarkedet har kundetilfredsheden blandt de unge (18-29 år) udviklet sig positivt de sidste 5 år. De er nu markant mere tilfredse. De sidste fire år har det været den ældste aldersgruppe (60+), der har været mest tilfredse med deres bank. Sådan er det også i år, hvor de ældste nu følges tæt af de yngste. De unge er markant mere positive overfor deres banks image end de øvrige grupper, og de er meget positive overfor de digitale services branchen tilbyder.

Kundetilfredshed aldersgruppe  
EPSI Bank 2013 - 2017



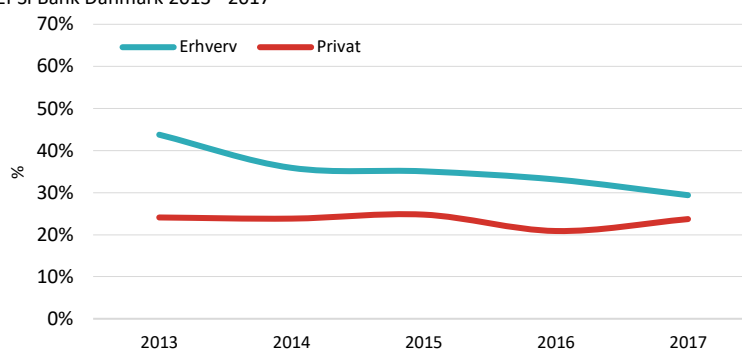
### Kundemobilitet vs. illoyalitet

6 ud af 10 private bankkunder har været kunde i deres bank i mere end 10 år. Flertallet af privatkunder angiver, at de er kunder, fordi de altid har været det. Når kunden aktivt har foretaget sit valg af bank, er de langt mere tilfredse. Nye kunder er mere tilfredse end ældre kunder. Hver femte privatkunde oplever, at det er svært at skifte bank. De kunder, som oplever, at det er svært at skifte, er mere utilfredse med deres bank. Det kan være en fordel for bankbranchen, hvis kunderne oplever det som nemmere at skifte bank, da det har en positiv effekt på kundetilfredsheden. Branchen præges af lav kundemobilitet og trofaste kunder, hvilket også er et fænomen vi ser i flertallet af andre lande. Det er imidlertid en anden tendens vi ser i Sverige, hvor kunderne, i stedet for at skifte bank, benytter sig af

flere banker. I Danmark kan vi ikke se denne tendens endnu, da der er en markant lavere andel af kunder, som spreder deres aktiviteter på flere banker ift. Sverige. Et spørgsmål er, hvis der ikke bliver mere mobilitet i branchen, om den danske bankbranche vil opleve flere illoyale kunder som i Sverige?

#### Andel af kunder der benytter sig af flere banker

EPSI Bank Danmark 2013 - 2017



### Bank-Danmark i procent

- 80% af erhvervskunderne og 70% af privatkunderne har været i kontakt med deres bank i løbet af de sidste 12 måneder. I 2013 var det tal 96% hos erhvervskunderne og 85% hos privatkunderne.
- 21% af danskerne siger, at den primære årsag til at de er kunde, er fordi 'de altid har været det'. 17% svarer, at de valgte deres nuværende bank på baggrund af en anbefaling. De kunder der er blevet anbefalet en bank, er markant mere tilfredse (6 enheder) end de, der har haft den samme bank, siden de fik deres første bankbog.
- 60% af privatkunderne bruger deres banks bankapp/mobilbank. For 5 år siden var dette tal 21%. 72% af danskerne bruger i dag Mobilepay. Danskerne er generelt meget tilfredse med deres banks digitale løsninger.
- 14% af privatkunderne følger deres bank på sociale medier. 2% har i løbet af de sidste 12 måneder kontaktet deres bank via de sociale medier.
- 50% foretrækker telefonen, når de har brug for hjælp. Herefter kommer mail, der foretrækkes af 25% af danskerne, mens 22 % foretrækker at besøge deres lokale filial. Det er den ældste aldersgruppe (60+) der er glædest for at besøge deres lokale filial.

### Kundetilfredshed 2013-2017

EPSI Bank Privatkunder	2013	2014	2015	2016	2017
Danske Bank	59,5	64,0	65,1	70,7	71,6
Handelsbanken	76,6	76,5	77,7	77,7	76,8
Jyske Bank	72,7	71,8	70,1	70,6	70,4
Nordea	69,4	69,9	68,8	66,0	64,6
Nykredit Bank	71,5	69,7	69,5	71,0	71,2
Spar Nord	-	-	75,8	74,8	74,5
Sparekassen Kronjylland	-	-	72,5	74,4	73,9
Sydbank	74,7	73,5	71,4	70,3	68,3
Øvrige banker	74,3	75,2	77,2	75,8	74,3
<b>Branchen</b>	<b>65,8</b>	<b>69,5</b>	<b>69,8</b>	<b>71,6</b>	<b>71,1</b>

EPS Bank Erhvervskunder	2013	2014	2015	2016	2017
Danske Bank	64,6	65,0	68,6	70,7	72,1
Handelsbanken	72,6	73,2	72,2	75,7	72,3
Jyske Bank	70,2	69,2	69,2	71,0	65,8
Nordea	68,7	66,8	66,3	64,4	58,5
Nykredit Bank	63,6	64,8	66,1	65,7	62,9
Spar Nord	-	-	-	70,0	71,6
Sparekassen Kronjylland	-	-	-	-	70,5
Sydbank	-	-	-	70,4	69,2
Øvrige banker	70,3	72,8	71,5	72,8	73,7
<b>Branchen</b>	<b>66,9</b>	<b>68,0</b>	<b>68,9</b>	<b>70,0</b>	<b>68,6</b>

## Om bankundersøgelsen 2017

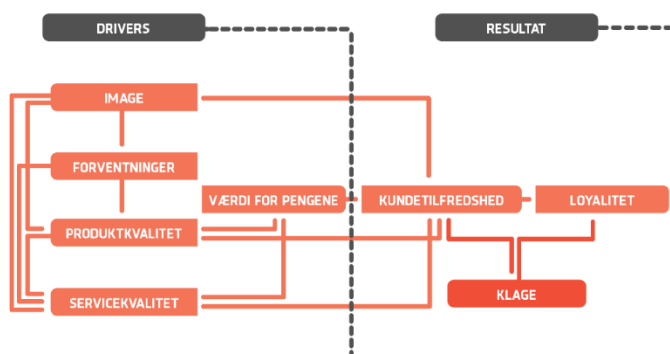
Undersøgelsen af kundetilfredsheden består af mere end 4.700 telefoninterviews med både privat og erhvervskunder. Interviewene er gennemført i perioden d. 8. august – d. 21. september 2017 af Norstat Danmark. Respondenterne for undersøgelsen består på privatmarkedet af personer mellem 18 og 79 år, der er bosat i Danmark og er kunde i en bank. Respondenterne for undersøgelsen af erhvervsmarkedet udgøres af virksomheder og organisationer, der er registreret i Danmark, er kunde i en bank og har mindst én medarbejder ansat.

Ud over de udvalgte banker, rapporteres også på gruppen 'Øvrige Banker'. Denne gruppe består af de øvrige banker, der er aktive på bankmarkedet, for eksempel Arbejdernes Landsbank, Lån & Spar, Middelfart Sparekasse, Vestjysk Bank, Sparekassen Sjælland, BankNordic, Alm.Brand, Coop Bank etc. Resultaterne præsenteres i form af en score på en skala fra 0 til 100. Scoren viser ikke procenter men enheder. Jo højere indeksværdi, des bedre oplever kunderne, at produkter og leverandører lever op til deres krav og forventninger. I gennemsnit er fejlmarginen 2,5 enheder. EPSI Rating anvender som standard 95% sandsynlighed. Tilsvarende undersøgelser er ligeledes gennemført i Finland, Norge, Sverige, Holland og UK.

For mere information om studiet, kontakt: Helene Söderberg, Direktør, telefon: 31 75 40 38, e-mail: [helene.soderberg@epsi-rating.com](mailto:helene.soderberg@epsi-rating.com).

## Kundetilfredshed – Hvordan beregner EPSI Rating det?

EPSI Ratings forskningsbaserede metode skaber grundlaget for en uafhængig og troværdig undersøgelse. Ved at stille spørgsmål om, hvordan kunder, eller andre interessenter, oplever kvaliteten af en vare eller serviceydelse, skabes en erfaringsbaseret undersøgelse, der giver værdifuld indsigt i egen og andres kundebaser. Kundetilfredshed og loyalitet er to nøgletal for virksomheder og organisationer. EPSI modellen undersøger desuden fem andre områder (aspekter), der bidrager til at forklare, hvad der gør kunderne tilfredse og loyale. Hvert aspekt består af en række underliggende spørgsmål. Figuren viser de aspekter, EPSI Rating-modellen er baseret på. Samtlige indeks opgøres på en skala fra 0 til 100. Jo højere indeksværdi, des bedre oplever kunderne deres leverandører. Gennemsnittet for virksomhederne findes normalt i området fra indeks 60 til 75. Virksomheder, som har et indeks på over 75, har en stærk position blandt deres kunder, mens virksomheder, som har et indeks under 60, har en risiko for at miste sit kundeunderlag.



## Om EPSI Rating

I EPSI måles og analyseres en række aspekter af kunderelationer til aktører i samfundet. Undersøgelsen er udført ved hjælp af en statistisk model, der muliggør analysen af årsagerne til kundernes vurdering, samt den tillid kunderne føler. Som baggrund måles image, forventninger, produktkvalitet, service og værdi for pengene. EPSI Rating Danmark er en del af EPSI Rating-Group, der udfører uafhængige og regelmæssige målinger af kundetilfredshed i forskellige brancher i de nordiske lande og i flere andre europæiske lande (i Sverige findes vi under navnet Svenskt Kvalitetsindex - SKI).