



BANK B2C & B2B

2025

Kundetilfredsheden stabiliseres.
Relationen til rådgiveren og digitale løsninger er
fortsat de to vigtigste konkurrenceparametre

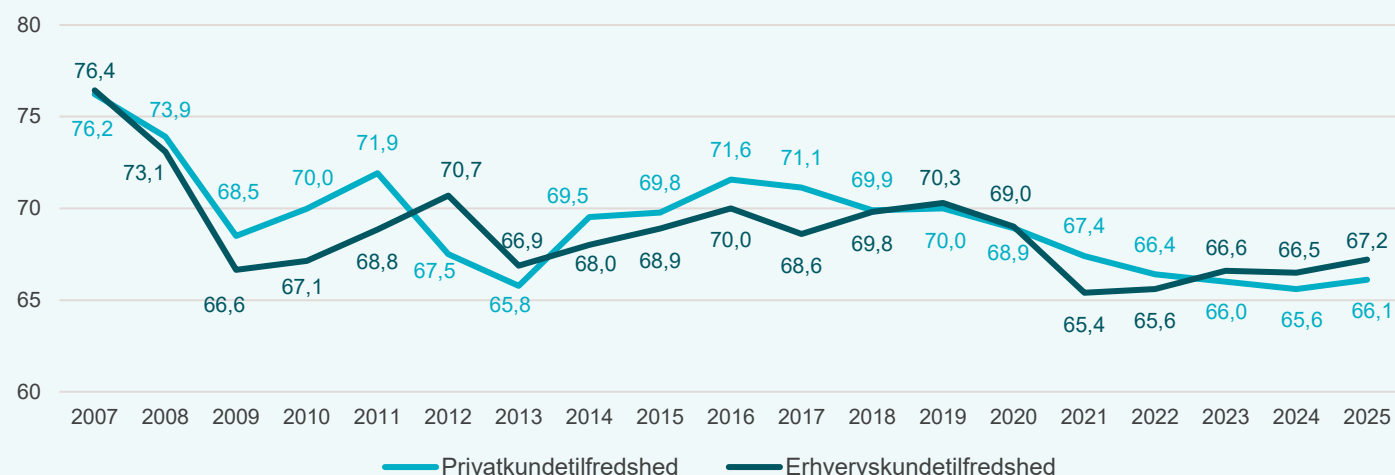
Kundernes tilfredshed med bankerne lysner – kompetence og nærvær i kontakten løfter oplevelsen

Kundetilfredsheden løftes for både privat- og erhvervskunder i Danmark i 2025

Det lysner. Det er den korte vurdering, når vi i år ser på kundetilfredsheden blandt de danske privat- og erhvervskunder. Der er usikkerhed på makro-niveau, men bankerne har i det seneste år været bedre til at tilbyde rådgivning og perspektiver på udviklingen. Kunderne har det seneste år oplevet en mere nærværende og kompetent kontakt med banken – både på mail, telefon og i møder.

»Årets højdespringere på privatmarkedet har især forbedret kontakt og opfølgning. Det lyder banalt – men konsistent, proaktiv kommunikation skaber tillid og oplevet værdi,« siger Sofie Breum.

FIGUR 1 Kundetilfredshed i de danske banker 2007-2025



TENDENSER 2025

Branchestudiet identificerer en række centrale tendenser, der påvirker bankernes evne til at fastholde og tiltrække kunder i et stadigt mere digitaliseret og konkurrencepræget marked. De væsentligste tendenser er:

Digitale løsninger: Udbredelsen af AI og chatbots accelererer, men kundernes oplevelse af kvalitet er ujævn, og leder til skepsis hos både privat- og erhvervskunderne. Sektoren peger på AI som nøgle til bedre rådgivning og drift, men bør huske på, at kundeoplevelsen ikke må tabes i et fokus på nye, spændende udviklinger. Generelt er kundernes tillid til den information og svar, de kan få fra digitale assistenter skræmmende lav.

Datadrevne anbefalinger: I takt med at kunderne oplever avancerede, proaktive, data-baserede løsninger hos andre leverandører, øges deres forventninger til bankernes brug af den data, banken har tilgængelig. Forventningerne til proaktiv, data-baseret kontakt udvikler sig hurtigere end de digitale løsninger; og der er et gap mellem forventning og værditilbud.

Svindel: PSD3 kommer tættere på, og bankerne arbejder med fokus på mindre svindel og mere transparens i gebyrer. Kunder, der har oplevet at deres bank har været aktiv ift. at forhindre svindel, er meget tilfredse med bankens håndtering.

Rådgiverskift: Flere kunder oplever rådgiverskift, hvilket kan have betydelige konsekvenser for kundetilfredsheden. Rådgiverskift kan skabe usikkerhed blandt kunderne, men også give muligheder for at introducere nye perspektiver og forbedre den personlige rådgivning. Enkelte banker lykkes med gode overleveringer, mens flere taber momentum.

Nye kunder i fokus: Mange banker har stort fokus på nye kunder, hvilket resulterer i en virkelighed, hvor kundetilfredsheden er lavere, jo længere kunderne har været tilknyttet banken. Flere banker arbejder på udfordringen fra flere vinkler: Churn prediction for at vide, hvem de skal tage fat i; øget kommunikation til kunder med lang anciennitet; loyalitetsprogrammer og andre initiativer med fokus på den eksisterende base. For en ny kunde er signifikant dyrere end en eksisterende.

Sparekassen Kronjylland holder fast i førstepladsen, mens Jyske Bank og Sydbank står bag de største stigninger i årets måling

Højeste kundetilfredshed hos Sparekassen Kronjylland

Årets højest scorende bank er (som i 2024) igen **Sparekassen Kronjylland** med en kundetilfredshed på 75,3 efter en lille stigning på 0,9.

»Sparekassen Kronjylland holder fast i førstepladsen for tredje år i træk. Kunderne oplever, at sparekassen er tæt på dem, forstår deres behov, og er stærke i kontakten med kunderne,« siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

Største stigning hos Jyske Bank og Sydbank

Årets største stigninger findes hos Jyske Bank og Sydbank.

Jyske Bank stiger særligt på vurderinger af kontakt med kunderne (svartid, imødekommenhed og oplevet kompetenceniveau), og også på løbende information til kunderne.

Sydbank forsætter de gode takter fra sidste år, hvor de også var højdespringer. Med en særlig styrke på en stor andel af kunderne, der er blevet proaktivt kontaktet – og som leder til en oplevelse af at være værdsat hos Sydbank.

»Sydbanks styrkeposition på proaktivitet skinner igennem på kundernes tillid – her står Sydbank for den største stigning i årets måling,« siger Sofie Breum.

Nykredit og Sparekassen Danmark i Top 3

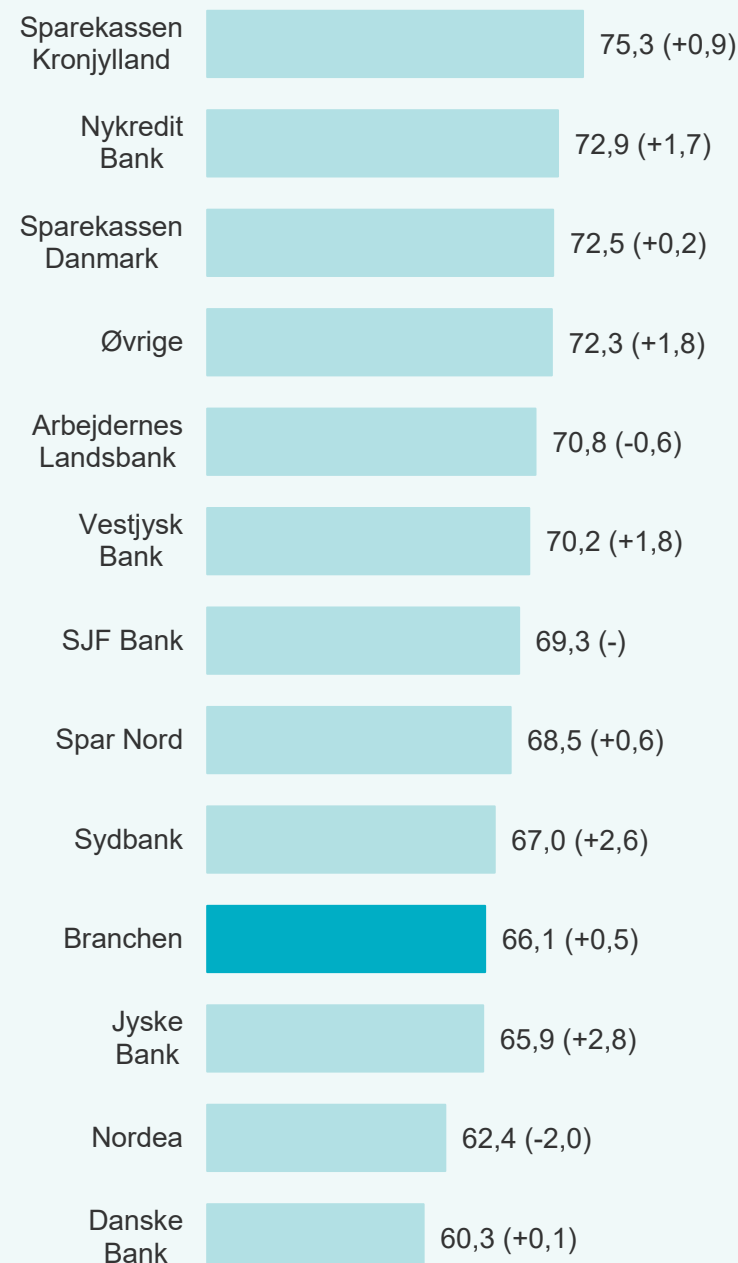
Nykredit er – på trods af travlhed i forbindelse med Spar Nord-opkøbet – været i stand til at holde fast i et stærkt værditilbud til kunderne. Kunderne føler sig værdsatte, og vurderingen af værdi for pengene er ligeledes høj.

Sparekassen Danmark vinder på den højeste tilfredshed med bankrådgiveren. Sparekassen er samtidig vurderet højest på S-dimensionen i ESG (udviser social ansvarlighed).

BEC er stærkest på netbank; Bankdata på mobilbank

BEC har på tværs af bankcentraler den bedst ratede internetbank (vurderet til 80,4 i gennemsnit), mens Bankdata står for den bedste vurdering af mobilbank/app på tværs af centralens banker.

FIGUR 2 Privatkundetilfredshed 2025



Bankrådgiverne gør det rigtig godt – men overdragelse fra rådgiver til rådgiver internt i banken påvirker tilfredsheden negativt

Kontaktpolitikken afspejles i kundetilfredsheden

68% af de adspurgte danskere har været i kontakt med deres bank det seneste år. For de største banker (Danske Bank, Nordea og Jyske Bank, men også AL Bank) er niveauet mellem 58% og 68%; mens det hos sparekasserne er mere end otte af ti kunder, der har været i kontakt det seneste år.

«Kunder, der vurderer en bank ud fra det digitale og generel perception, har som regel mindre affektion forbundet med deres vurdering, end de kunder, der har haft interaktion med mennesker. Derfor er det helt forventeligt, at andelen kan aflæses i gennemsnitlig kundetilfredshed – der er højere, jo tættere på tidspunktet for seneste kontakt, vi spørger (alt andet lige),» siger Sofie Breum.

Hurtige beslutninger er vigtigt i centrale kunderejser

Forståelse for vigtige kontaktpunkter og kunderejser er essentielt for at lykkes med bankkundetilfredshed anno 2025. Det gælder uanset om kunderne skal låne penge (fx til bolig), investere penge (fx i værdipapirer), oprette nye produkter (fx betalingskort) mv. Den oplevede hastighed i beslutningstagning er en vigtig parameter for mange kunder – og en vigtig driver for kundetilfredshed hos kunder, der netop har været igennem et vigtigt punkt i den privatøkonomiske kunderejse.

Spar Nord er i top på vurderingen af, om de træffer hurtige beslutninger efter en flot fremgang i årets måling – kun overgået i fremgang af hhv. **Nykredit** og **Jyske Bank**.

«Der har været mange forskelligrettede forventninger til effekten på Nykredit og Spar Nords fusionseffekter. Det er imponerende at se, at de holder skindet på næsen, og har været i stand til at vise fremgang på centrale parametre, der er vigtigst for netop deres kunder. Det kommer man ikke sovende til,» siger Sofie Breum.

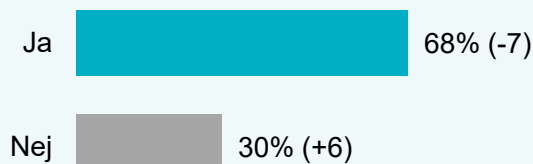
Rådgiverskift påvirker relationen

Rådgiverskift medfører et tab på kundetilfredshed. På brancheniveau er forskellen to point, mens den for en bank er mere end syv point. **Danske Bank** er den eneste bank, hvor kunder, der har prøvet at skifte rådgiver i banken, er mere tilfredse end dem, der ikke har.

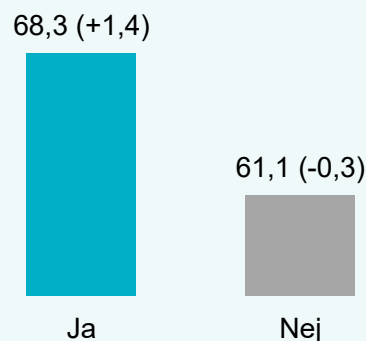
«Rådgiverskift er et sårbart moment. Når overleveringen bliver en intern procesøvelse fremfor en kundeopgave, falder tilfredsheden markant. De banker, der lykkes, arbejder med tidlig kommunikation, fælles møde og klar aftale om næste skridt,» siger Sofie Breum.

FIGUR 3 Kontakt

I kontakt det seneste år



Kundetilfredshed splittet på kontakt



FIGUR 4 Træffer hurtige beslutninger

Top 5

- 1 Spar Nord
- 2 Sparekassen Danmark
- 3 Nykredit
- 4 Sparekassen Kronjylland
- 5 Vestjysk Bank



EPSI SPECIAL "Rådgiverskift"



Sætter fokus på kundernes forventninger til rådgiverskift – herunder kommunikation, proces og praktik. Udgivet marts 2025.

Erhvervskundetilfredsheden stiger en smule – store stigninger hos Nordea og Sparekassen Danmark

Højeste kundetilfredshed hos Sparekassen Kronjylland

Sparekassen Kronjylland er for andet år i træk det bedst placerede pengeinstitut på kundetilfredshed.

«Sparekassen Kronjylland holder fast i et meget flot niveau; med særlige styrker i relation til en kombination af stærkt kundefokus og en evne til at gøre det nemt at være erhvervskunde. Kunderne oplever i høj grad, at Sparekassen Kronjylland forstår deres behov,» siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

Største stigninger hos Nordea og Sparekassen Danmark

Årets målinger viser flotte udviklinger hos særligt to aktører: Sparekassen Danmark og Nordea.

Sparekassen Danmark vurderes højt på temaer relateret til kontakt med kunderne, hvor de bl.a. er helt i top på hastighed og imødekommenhed.

Nordea løftes særligt af flotte stigninger på elementer relateret til convenience, oplevet konkurrencedygtighed og relevant proaktivitet.

Stor forskel på segmenter

Der er forskel på, hvor de enkelte banker er stærkest.

De små erhvervskunder (0-20 mDKK i omsætning) er mest tilfredse med Sparekassen Kronjylland, Nykredit og Sparekassen Danmark.

De mellemstore erhvervskunder (20-100 mDKK i omsætning) er mest tilfredse med Sparekassen Danmark, Spar Nord og Sparekassen Kronjylland

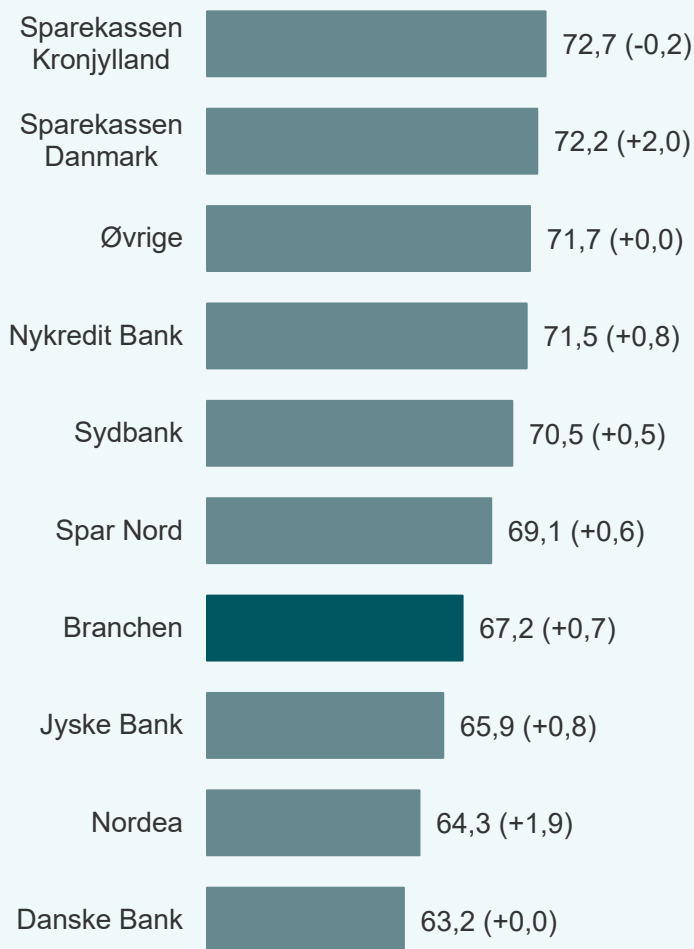
De store erhvervskunder (100+ mDKK i omsætning) er mest tilfredse med Nykredit og Sydbank.

Forstår kundernes behov

Årets studie viser, at 71% af erhvervskunderne har et billede af, at deres bank forstår deres behov.

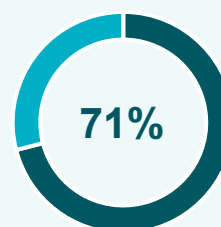
»Kunderne oplever, at banken forstår, hvad de har brug for – og vi ser i årets måling flotte fremgange på leading indicators for kundetilfredshed. Så hvis vi antager en alt-andet-lige-betragtning, tror vi på, at kundetilfredsheden på erhvervsmarkedet vil fortsætte med at stige i de kommende år,» siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

FIGUR 5 Erhvervskundetilfredshed 2025



FIGUR 6 Bankerne forstår kundernes behov

Vurdering: Vi oplever, at banken har en god forståelse for vores behov



Branchen

Erhvervsrådgiveren bør fungere som strategisk sparringspartner – understøttet af digitale løsninger, der datadrevet kan anbefale handlinger

Strategisk sparringspartner ...

44% af danske erhvervskunder oplever, at deres bank fungerer som en "strategisk sparringspartner". Det er især de større virksomheder, der ser banken som en relevant medspiller (muligvis fordi kompleksitet og behov for proaktiv rådgivning stiger i takt med størrelse).

Sydbank skiller sig positivt ud: 54% af deres erhvervskunder deler denne oplevelse.

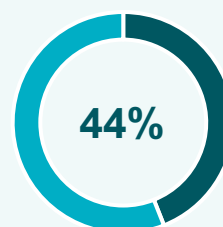
«Banker forventes at kombinere finansielle løsninger med indsigt i drift, vækst og risikostyring, ikke kun transaktioner i hverdagen længere,» siger Sofie Breum.

Erhvervsrådgiverne spiller en stor rolle

Erhvervsrådgivere er afgørende, fordi de oversætter komplekse finansielle muligheder til konkrete beslutninger for virksomheden. De forstår forretningen, ser risici og potentialer, og kobler kredit, cash management og finansiering med kundens strategi. De sparrer om likviditet, investeringer, digitalisering og eksport, og mobiliserer bankens specialister, når behovene ændrer sig. Relation og tilgængelighed betyder hurtigere svar, færre fejl og bedre vilkår. Når det fungerer, er kundetilfredsheden meget høj.

FIGUR 7 Strategisk sparringspartner

Banken er en strategisk sparringspartner



FIGUR 8 Tilfredshed med erhvervsrådgiver

Top 5

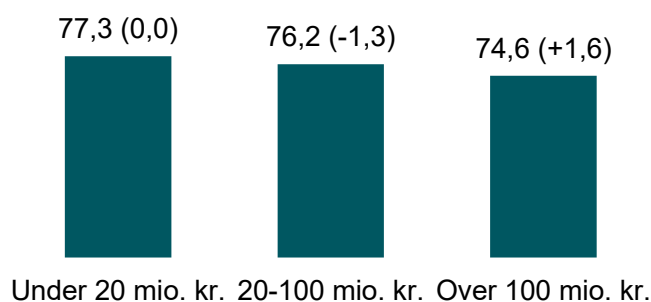
- 1 Spar Nord
- 2 Sparekassen Kronjylland
- 3 Sydbank
- 4 Sparekassen Danmark
- 5 Nykredit Bank



DIGITAL Erhvervskunderne forventer bedre digitale løsninger end dem, de præsenteres for

FIGUR 9 Digitale løsninger

Vurdering af internetbank
Splittet på omsætning



FIGUR 10 Hvad mangler i det digitale...

Erhvervskundernes perspektiver på even-better-if i de digitale løsninger kan opsummeres i nedenstående temaer:



Savner funktioner i netbanken



Savner data-drevne forslag til ændringer



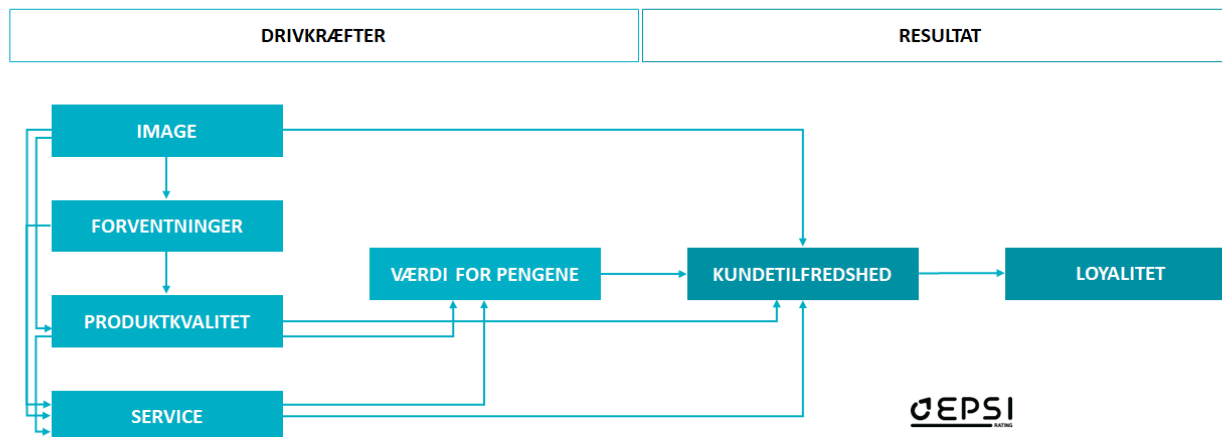
Irritation over forældede digitale løsninger



...og særligt de større banker får negative kommentarer om deres digitale setups. Forventningerne synes at være større til dem end til de mindre pengeinstitutter.

OM STUDIET

EPSI-modellen



Publiceringsdato

Branchestudiet publiceres **15. september 2025** og inkluderer resultater på en lang række temaer – både direkte relateret til EPSI-modellen, men også relevante temaer som digitalisering og AI, bæredygtighed, kontakt, tillid, relation mv.

Om EPSI Rating

EPSI Rating har målt kundetilfredsheden i Danmark siden 1999 på tværs af en række brancher, herunder banksektoren.

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 hedder vi Svenskt Kvalitetsindex - SKI).

Actionable Insights.

Om studiet

EPSI's bankstudie er i 2025 baseret på 5.857 interviews.

Undersøgelsen af kundetilfredsheden i banksektoren er baseret på 3.663 interviews med danske privatkunder og 2.194 interviews med danske erhvervskunder. Interviewene er hhv. gennemført i perioden 25. juni til 27. august og 25. juni til 30. august af Norstat Danmark for EPSI Rating Danmark. Respondenterne i undersøgelsen af privatkunder er danskere i alderen 18-75 år, mens det for erhvervskunder er repræsentanter fra en virksomhed med kontor i Danmark.

Tilsvarende undersøgelser er gennemført i Sverige, Finland og Norge.

Resultater opgøres på en skala fra 0 til 100. Jo højere indekssværdi, desto 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 kundegrundlag. EPSI Rating anvender som standard 95% konfidensinterval for sandsynlighed.

EPSI UDGIVER LØBENDE SPECIAL-RAPPORTER OM RELEVANTE TEMAER FOR DEN FINANSIELLE SEKTOR

Forstå forventninger til og konsekvenser af rådgiverskift – og helt konkret hvad kunderne oplever som det gode skift

I EPSI SPECIAL Rådgiverskifte 2025 får du blandt andet svar på...

- EPSI's branchestudie 2024 viste, at de danske banker har en **udfordring ift. rådgiverskift**
- ...hvad er **implikationen**?
- Ønsker kunderne at blive **orienteret** om rådgiverskift med det samme, eller vil de **hellere vente** til ny rådgiver er på plads?
- ...og hvordan skal det **kommuniker**es?
- Hvad er **ingredienserne i det gode rådgiverskift ifølge kunden**?
- ...og hvor stor en del af processen kan **automatiseres vs. bør være håndholdt**?
- Er der forskel på **forskellige segmenters** opfattelse af rådgiverskift?
- ...og hvilke segmenter er **særligt vigtige** at håndtere hurtigt ifm. rådgiverskift (hvem er mest følsomme)?
- Hvordan håndterer bankerne rådgiverskift **efterspurg**t af kunden selv?
- ...og hvilke faktorer driver særligt kundernes eget **ønske om at skifte rådgiver**?
- Hvordan opfatter kunderne muligheden for at blive **tildelt et team** frem for en personlig rådgiver?
- ...og hvilke kunder er **tilbøjelige** til at ønske flere rådgivere end én?



For mere information
Mette Jakobsen, mette.jakobsen@epsi-denmark.org
Sofie Breum, sofie.breum@epsi-denmark.org

PUBLICERING: 30. OKTOBER 2025

Forstå forskelle blandt bankkunderne på tværs af regioner - er de loyale mod deres bank og hvad vil de egentlig have?

I EPSI SPECIAL 'Bankkundernes loyalitet 2025' får du bl.a. svar på...

- Er bankkunderne loyale mod deres bank?
- ...og hvordan varierer loyaliteten mellem regioner?
- Hvilke banker ville danskerne vælge i dag, hvis de skulle vælge bank på ny?
- ...og er der forskel på, hvilke banker der vinder – eller taber – i de forskellige landsdele?
- Hvor stor er skiftevillighed blandt bankkunderne?
- ...og er der noget, der karakteriserer kunderne, som har høj skiftevillighed?
- Er det personlig service, digitale løsninger eller noget tredje, der betyder mest for kunderne?
- ...og er der forskelle i præferencerne fra region til region?
- Betyder bankernes tilstedeværelse lokalt stadig noget?
- ...og er det i højere grad relevant i nogle landsdele?

Vi har spurgt mere end 3.500 danske privatkunder til deres loyalitet og præferencer mod deres bank. Spørgsmålene dækker bl.a.:

- Hvor mange gange har du skiftet bank de seneste 5 år?
- Hvis du skulle vælge bank i dag, hvilken bank ville du så vælge?
- Vurdering af vigtige parametre i kundeforholdet

For mere information
Mette Jakobsen, mette.jakobsen@epsi-denmark.org
Sofie Breum, sofie.breum@epsi-denmark.org



EPSI UDGIVER LØBENDE SPECIAL-RAPPORTER OM RELEVANTE TEMAER FOR DEN FINANSIELLE SEKTOR

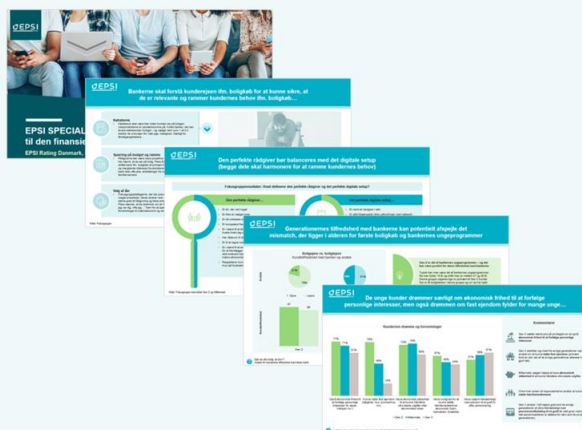
EPSI SPECIAL: DE UNGE KUNDERS FORVENTNINGER TIL DEN FINANSIELLE SEKTOR

I EPSI SPECIAL Unge 2024 får du blandt andet svar på...

- Hvilke **drømme og forventninger** fylder mest for de yngre generationer (Gen Z og Millennials)?
- ...og hvordan afviger de fra deres forældres generation (Gen X)?
- **Hvornår** forventer de unge kunder at høre fra deres bank eller pensionsselskab?
- ...og hvilke kanaler er deres foretrukne til kontakt?
- Kan de unge forstå de **ord og begreber**, de møder i den finansielle sektor?
- ...og hvad kan evt. bidrage til en øget forståelse?
- Hvilke former for **arrangementer** er de unge interesserede i at deltage i?
- ...og hvilke temaer er mest relevante?
- Ønsker de unge kunder en **personlig rådgiver**?
- ...og hvad karakteriserer den perfekte rådgiver ifølge de unge generationer?
- Forventer de unge at deres bank og pensionsselskab arbejder med **bæredygtighed**?
- ...og hvilke former for bæredygtighedsarbejde er mest relevante i kundernes øjne?
- Hvad karakteriserer de kunder, der ønsker at **investere** selv online?
- ...og hvad karakteriserer dem, der foretrækker at gøre det via banken/pensionsselskabet?
- Er der forskel på kundetilfredsheden for **boligejere** og -lejere inden for de unge generationer?
- ...og hvad savner dem, der allerede har købt bolig?

For mere information

Mette Jakobsen, mette.jakobsen@epsi-denmark.org
Sofie Breum, sofie.breum@epsi-denmark.org



EPSI Rating Danmark



Kunderejse og proces-analyser
Indsigt i de interne arbejdsprocesser forbundet med diverse kunderejser og hvad der fungerer bedst med tanke på både kunden og effektiviteten.



Segmenterings-analyser
Dybere kendskab til jeres kunder, som giver specifik indsigt i forskellige segmenter.



Churn-analyser
Indsigt i hvad der driver kundeafgangen – med mulighed for udvikling af churn prediction.

For mere information

Anders Schriver, anders.schriver@epsi-denmark.org
Sofie Breum, sofie.breum@epsi-denmark.org

