

BANK B2C & B2B

2026

Konsolideringer og forandringer skaber store forskelle på tværs af bankerne – nærhed til kunden bliver afgørende

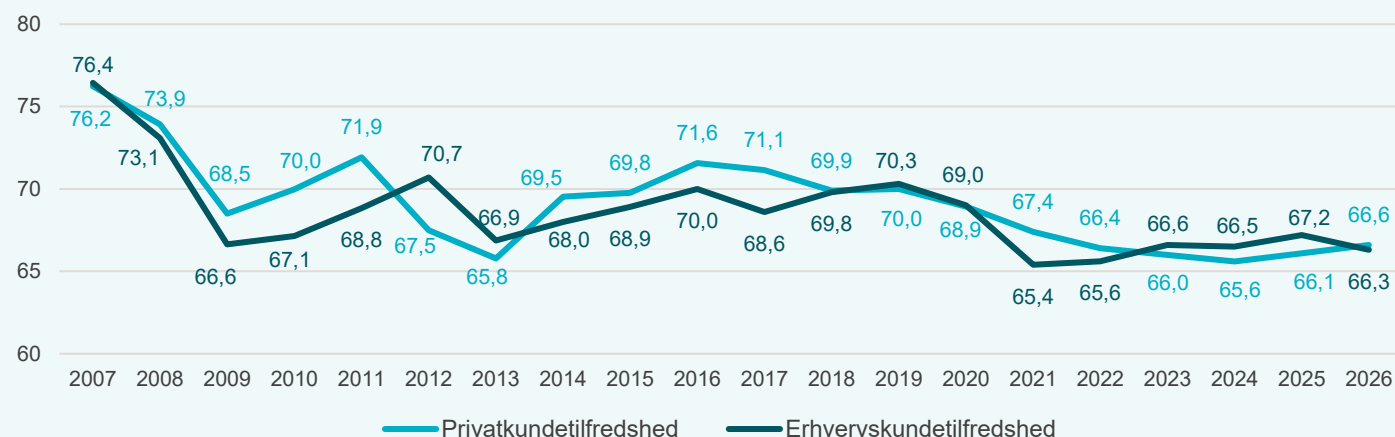
Små ændringer i samlede kundetilfredshed dækker over store forskelle i en banksektor i forandring

Bankmålingen i 2026 viser forskelligrettede udviklinger på tværs af privat og erhverv, men også bankerne imellem

Årets bankmåling viser en mindre stigning i privatkundetilfredsheden og et svagt fald i erhvervskundetilfredsheden – men bag udviklingerne på overordnet niveau, gemmer der sig store forskelle mellem bankerne. Nogle løfter kundeoplevelsen, mens andre går tilbage i en tid præget af fusioner i branchen, rivende digital udvikling og geopolitisk usikkerhed. Alligevel står bankerne generelt stærkere på danskernes tillid end tidligere, og det er et vigtigt positivt signal. Men mindre udviklinger i den samlede tilfredshed dækker samtidig over, at flere underliggende drivkræfter for kundetilfredsheden falder i vurdering. Det betyder, at bankerne skal være varsomme med at tage kundernes tillid for givet.

»Den stigende tillid er et stærkt udgangspunkt for bankerne, men den må ikke blive en sovepude. Når flere af de underliggende drivkræfter bag kundetilfredsheden falder, bliver det afgørende, at bankerne har styr på kerneoplevelsen: det skal være nemt at være kunde – hvilket vi ved, der i høj grad afhænger af, om produkter og services passer til kundens behov, at banken er proaktiv, at kunden får den nødvendige hjælp, og at de digitale løsninger er nemme at bruge,« siger Anders Schriver, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

FIGUR 1 Kundetilfredshed i de danske banker 2007-2026



TENDENSER 2026

Branchestudiet identificerer en række centrale tendenser, der påvirker bankernes evne til at fastholde og tiltrække kunder i et marked præget af konsolidering, digitalisering og hård konkurrence. De væsentligste tendenser er:

Konsolideringer: Bankmarkedet er i disse år præget af konsolidering, opkøb og store teknologiske integrationer. For bankerne kan større enheder give mere investeringskraft, stærkere digitale løsninger og bedre mulighed for effektivisering. Men årets resultater viser også, at forandringerne kan mærkes hos kunderne, når systemer ændres, rådgivere skifter, svartider bliver længere, og en ny fælles kultur skal samle flere banker.

Nærhed i en større banksektor: I takt med at bankerne bliver større, bliver det vigtigere at fastholde oplevelsen af en relation til banken. Kunderne belønner banker, der kender dem, forstår deres behov og opleves som nemme at være kunde hos. Det gælder både for privatkunder, hvor tillid og fast rådgiverkontakt fylder meget, og for erhvervskunder, hvor forståelse for virksomheden og dens behov er afgørende.

Rådgiverskift: Rådgiveren er fortsat et centralt omdrejningspunkt i kunderelationen og rådgiverskift er et sårbart punkt i bankerne. Når rådgiveren skifter, risikerer kunden ikke kun at miste en kontaktperson, men også historik, tryghed og kontinuitet i relationen. Det går ud over tilfredsheden med banken.

Digitale løsninger og AI: Bankernes digitale løsninger vurderes fortsat højt, men de kundeorienterede AI-løsninger er endnu ikke modnet i kundernes øjne. Kun en mindre andel af kunderne har benyttet bankernes AI-løsninger, og de kunder, der har anvendt dem, føler ikke at de fik den ønskede hjælp. Samtidig er kunderne generelt ikke ret komfortable med, at banken bruger AI til at målrette forslag og rådgivning.

Sparekasserne har højeste kundetilfredshed hos privatkunderne – fusionsbankerne udfordres på kundeoplevelsen

Sparekassen Kronjylland vinder for 4. år i streg

Siden 2023 har **Sparekassen Kronjylland** været helt i front på privatkundetilfredsheden og med et gennemsnit på 75,9 er i år ingen undtagelse.

»Sparekassen Kronjylland bliver ved med at lykkes med noget af det, der er afgørende i en bankrelation: at gøre relationen personlig, nærværende og relevant,« siger Anders Schriver, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

Største stigninger hos Sparekassen Danmark og Jyske Bank

Som årets højdespringer mindsker Sparekassen Danmark afstanden til toppen af rangeringen, mens Jyske Bank med en flot udvikling for 2. år træk kravler op af rangstigen og nu ligger over branchegennemsnittet.

Sparekassen Danmark vinder især på den stærke relation mellem rådgivere og kunder – kundernes oplevelse, når de er i kontakt med banken, er ekstraordinær. Kunderne i Sparekassen Danmark har i år den højeste tilfredshed med deres rådgiver.

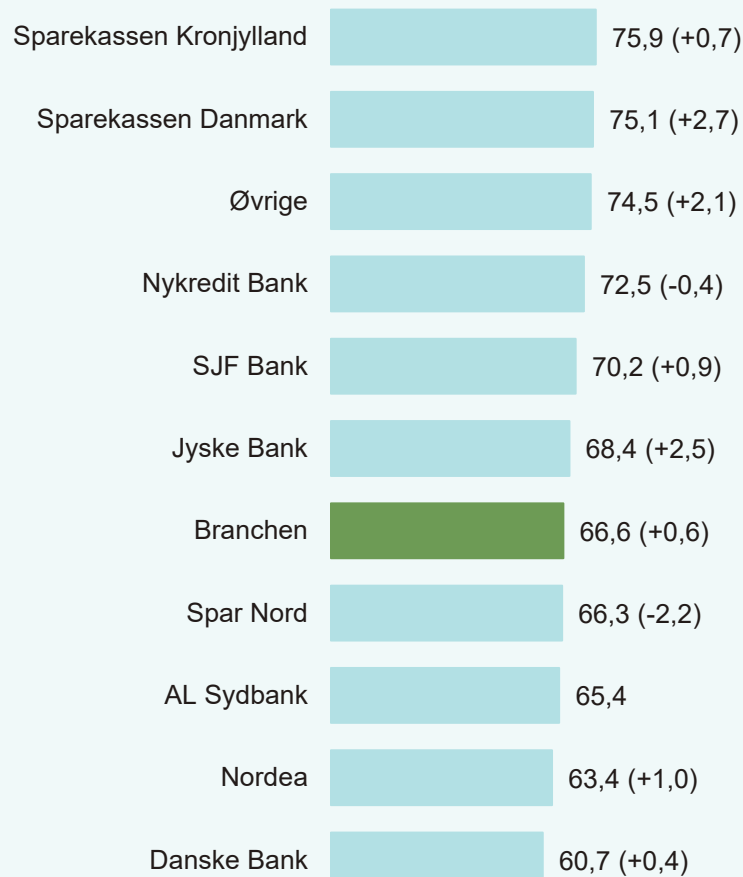
Jyske Bank fortsætter de flotte takter fra sidste år, hvor de var årets højdespringer. Kunderne oplever, at det er blevet nemmere at være kunde, bl.a. grundet en større tilgængelighed. Samtidig er kunderne virkelig tilfredse med Jyske Banks app og internetbank.

Fusionsbankerne under pres, men Nykredit holder stand

Vi ser ikke kun positive udviklinger i årets måling. Flere af de banker, der står midt i eller kort tid efter større fusioner og opkøb, går tilbage i kundetilfredshed på privatmarkedet. Alligevel formår **Nykredit** at holde et stabilt niveau fra sidste år.

»Både Nykredit og Spar Nord klarede sig overraskende flot igennem sidste år, men vi begynder at se følgerne af fusionen hos Spar Nord nu. Omvendt er det virkelig flot, at Nykredit holder sig i top 4 af rangeringen kun overgået af sparekasserne. Selvom kunderne hos Nykredit også mærker konsekvenserne, så har kunderne fortsat en høj tillid til banken, og anser dem for meget pålidelige,« siger Anders Schriver.

FIGUR 2 Privatkundetilfredshed 2026



Når forskellige kundegrupper skal samles

Fusioner giver ikke kun en opgave i at samle systemer og produkter, men også forskellige kundebaser, som kommer med forskellige forventninger og relationer. For **AL Sydbank**, som har samlet tre banker under et nyt brand, ligger der en helt central opgave i at skabe en ny fælles bankoplevelse. Det handler i høj grad om kultur: at medarbejdere, rådgivere og kunder får en fælles forståelse af, hvad den nye bank skal være. AL Sydbank står imidlertid på et godt fundament til opgaven med en stærk relation mellem rådgivere og kunder på tværs af de tidligere brands.

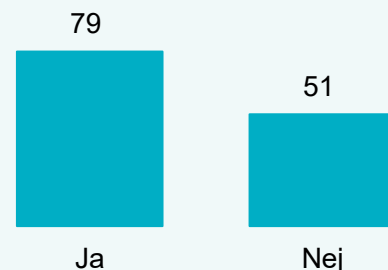
Relation og rådgiverkontakt er fortsat nøgleparametre

Årets måling viser endnu en gang, at relationen til banken og rådgiveren er afgørende for kundetilfredsheden. Kunderne er markant mere tilfredse, når de oplever, at banken kender dem, forstår deres behov og viser interesse.

Flere banker går i år frem på netop denne del af relationen. **SJF Bank** skiller sig særligt ud, hvor langt flere kunder bl.a. oplever, at banken interesserer sig for deres økonomiske udvikling. Også **Jyske Bank** og **Nordea** viser positive takter på området.

Vigtigheden af rådgiverrelationen betyder samtidig, at rådgiverskift fortsat er et sårbart punkt, som kan udfordre tryghed og historik. Når rådgiveren skifter, risikerer kunden at opleve, at relationen starter forfra. Derfor er det afgørende, at bankerne sikrer, at viden om kunden følger med, og at skiftet opleves som en naturlig overgang frem for et brud i relationen.

FIGUR 3 Kundetilfredshed splittet på 'interesse for økonomisk udvikling'



FIGUR 4 Hurtig beslutningstagning – top 4

- 1 Sparekassen Danmark
- 2 Sparekassen Kronjylland
- 3 Øvrige
- 4 SJF Bank

Kunderne kræver opfølgning og hurtige beslutninger

I mange tilfælde er en god oplevelse med en enkeltstående kontakt ikke nok – det handler mindst lige så meget om, hvad der sker bagefter. Kunderne har brug for, at banken tager ansvar, følger sager til dørs og hjælper dem videre.

Desværre betyder travlhed i mange af bankerne, at vi ser en negativ tendens, hvor opfølgning i flere tilfælde udebliver og beslutningerne er langsommere om at blive taget. De eneste pengeinstitutter, som i år ikke falder i vurderingen af beslutningshastighed, er **Sparekassen Danmark**, **Sparekassen Kronjylland** og **SJF Bank**.

Digitale løsninger som en hygiejnefaktor

Kunderne forventer digitale løsninger, der fungerer – og med vurderinger af app og internetbank over 75 for alle banker, er det et af de områder, hvor vi ser de højeste scores og samtidig mindst variation i bankernes performance. Men mens bankerne investerer massivt i AI, automatisering og digitale platforme, skal digitaliseringen balanceres med kundernes behov for tillid og personlig rådgivning.

»De højeste tilfredshedsniveauer findes fortsat dér, hvor banken også formår at være nærværende, proaktiv og personlig i rådgivningen. Stærke digitale løsninger kan i mange tilfælde ikke stå alene,« siger Anders Schriver.

FIGUR 5 Tilfredshed med digitale løsninger



Brugen af kundevedte AI-løsninger er fortsat minimal

Kun 10% af privatkunderne angiver, at de ved, at de har benyttet en AI-løsning hos deres bank. Andelen er højest blandt kunderne hos **Nordea** efterfulgt af **Danske Bank**.

Vurdering af, om AI-løsningerne kan hjælpe med at løse kundernes problemer, er virkelig lav – og det afspejler sig også i, at kunder, som har anvendt en AI-løsning, er mindre tilfredse med bankerne.

»Lige nu tyder resultaterne på, at de kundevedte AI-løsninger stadig har et stykke vej igen. Hvis teknologien ikke hjælper kunden hurtigt og trygt videre, risikerer den at skabe frustration frem for tilfredshed. Derfor skal bankerne være varsomme med at lade AI stå alene i kundernes interaktion med banken. AI kan sagtens blive et stærkt supplement, men det kræver, at løsningerne opleves som relevante, kompetente og lette at bruge,« siger Anders Schriver.

Erhvervskundetilfredsheden falder en smule – Sparekassen Kronjylland har de mest tilfredse kunder i årets måling

Svagt fald i kundetilfredsheden dækker over tydelige advarselstegn hos flere banker

Erhvervskundernes samlede tilfredshed med bankerne falder i årets måling, men bag det samlede tilfredshedsniveau gemmer der sig tydelige advarselstegn hos flere af bankerne. Hvis bankerne ikke får styrket erhvervskundernes oplevelse, er der derfor risiko for, at den samlede erhvervskundetilfredshed falder yderligere i den kommende tid.

Højeste kundetilfredshed hos Sparekassen Kronjylland

For tredje år i træk topper **Sparekassen Kronjylland** rangeringen på erhvervskundernes kundetilfredshed og formår endda at udbygge førerpositionen med en flot positiv udvikling. Sparekassen Kronjyllands stærke position er båret af en tæt og tillidsfuld kunderelation. Pengeinstituttet vurderes højest i branchen på image og skiller sig positivt ud på centrale parametre som pålidelighed, kundefokus og oplevelsen af at være nem at være kunde hos.

Største stigning hos Jyske Bank

Jyske Bank skiller sig ud som den helt store højdespringer i årets måling med en stigning på 4,2 indekspoint.

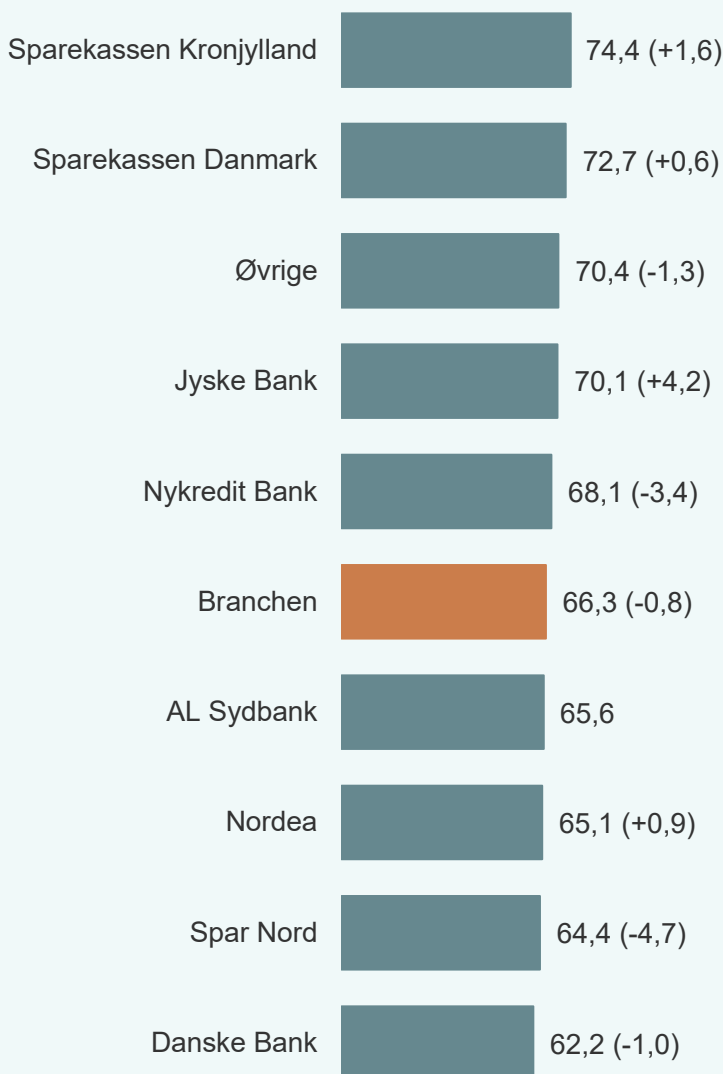
»Vores resultater peger på, at kunderne hos Jyske Bank oplever at få større værdi af erhvervsrelationen. Banken er bl.a. lykkedes rigtig flot med de dele, der handler om service, tilgængelighed og en oplevelse af høj kompetence blandt rådgiverne. Samtidig oplever langt flere, at banken er tæt på dem og engagerer sig i deres virksomhed og økonomiske udvikling,« siger Anders Schriver, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

Udfordringer hos fusionsbankerne

Ligesom blandt privatkunderne viser årets erhvervsmåling, at fusionsbankerne har et arbejde foran sig. Det er tydeligt, at bankerne skal tilbage og have styr på nogle af de helt grundlæggende ting i relationen med kunderne. Samtidig har bankerne en særlig udfordring i at skabe en ny fælles kultur på tværs af de fusionerede bank.

»Fusioner kan give bankerne større skala og stærkere muskler, men kunderne vurderer først og fremmest banken på hverdagsoplevelsen. Derfor handler integration ikke kun om systemer og organisation, men også om at fastholde relationen og skabe en samlet kultur. Fusionsbankerne skal skabe en fælles måde at møde kunderne på og tydeligt forklare kunderne, hvad forandringerne betyder for dem,« siger Anders Schriver.

FIGUR 6 Erhvervskundetilfredshed 2026



Mødet og kontakten med banken gør forskellen

Når bankerne skal tilbage til det grundlæggende, handler det blandt andet om noget så basalt som at være i kontakt med kunderne. Igen og igen viser resultaterne, at kunder, som har været i kontakt, har haft møder med banken og er blevet proaktivt kontaktet, er mere tilfredse. Særligt i en tid, hvor flere banker er præget af forandringer, bliver rådgiverkontakt et vigtigt sted at fastholde relationen.

Det er selvfølgelig afgørende, at banken i mødet med kunden giver en god oplevelse. Her skiller **Sparekassen Danmark** sig positivt ud.

»Den gode kunderelation starter ofte med det helt basale: kan kunden få fat i banken, får kunden et kompetent svar, og bliver der fulgt op? Sparekassen Danmark viser, hvor meget den konkrete kontaktoplevelse betyder. Når banken lykkes i mødet med kunden, skaber det højere tilfredshed,« siger Anders Schriver.

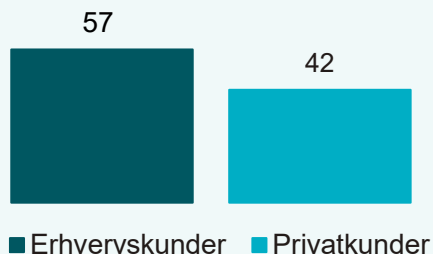
Fra kontakt til konkret værdi

32% af danske erhvervskunder har det seneste år oplevet, at deres bank er kommet med konkrete forslag eller tilbud til dem som kunde. Men proaktivitet handler ikke kun om at tage kontakt eller komme med flere tilbud. Det afgørende er, om initiativet opleves som relevant, rettidigt og værdiskabende for kunden.

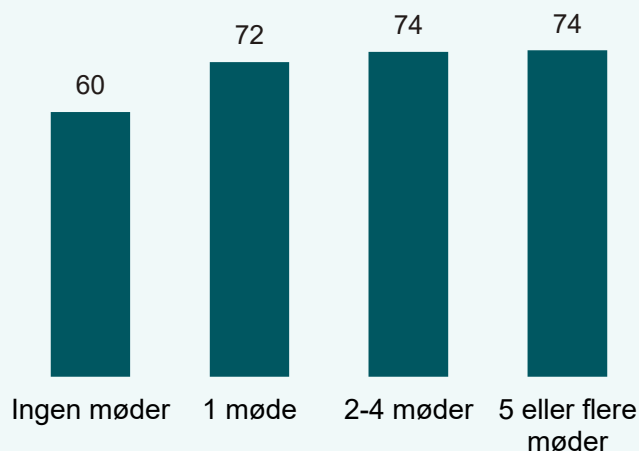
Årets resultater viser igen, at banker, der formår at være relevant proaktive, står stærkere på kundetilfredshed. Når erhvervskunderne selv beskriver, hvad banken kan gøre for at være mere relevant og proaktiv, efterspørger de især en bank, der sætter sig ind i virksomheden, følger op og kommer med konkrete forslag til finansiering, likviditet, investeringer og effektivisering af den daglige forretning.

FIGUR 9 Vurdering af AI-løsninger

AI-løsningen er i stand til at hjælpe med at løse dit problem/behov



FIGUR 7 Kundetilfredshed splittet på møder med bankrådgiver det seneste år



FIGUR 8 Er kommet med konkrete forslag eller tilbud i løbet af de sidste 12 måneder – top 5

- 1 Øvrige
- 2 Jyske Bank
- 3 AL Sydbank
- 4 Sparekassen Kronjylland
- 5 Nykredit Bank

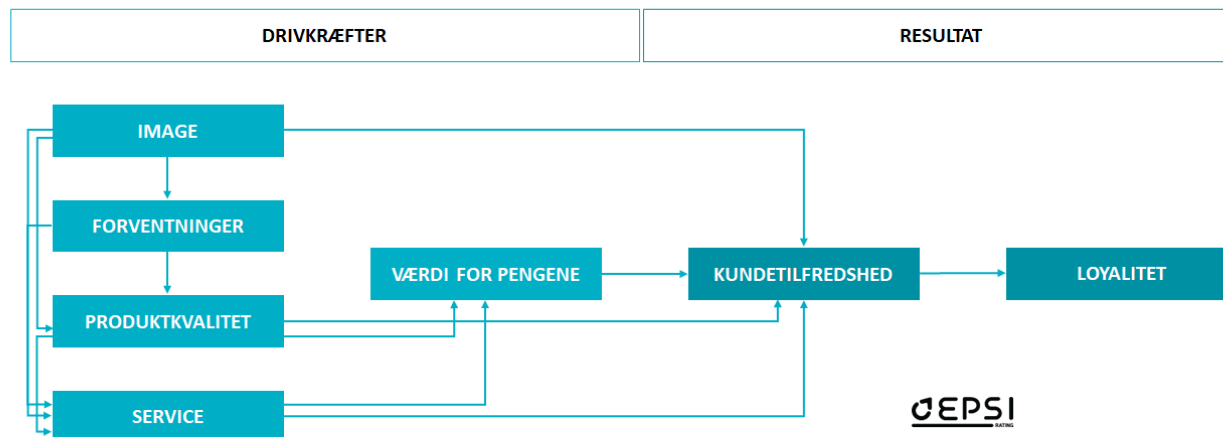
AI-løsningerne er længere fremme på erhverv end privat

15% af erhvervskunderne har anvendt en AI-løsning hos deres bank. Den største andel findes hos Danske Bank efterfulgt af Nordea.

Brugen AI-løsninger er altså heller ikke specielt udbredt blandt erhvervskunderne, men sammenlignet med privatmarkedet tyder resultaterne på, at de kundefremmede AI-løsninger i højere grad er begyndt at finde fodfæste hos erhvervskunderne. Her vurderes løsningerne højere, kunderne er mere komfortable med, at AI anvendes til at målrette forslag og rådgivning, og de kunder, der har anvendt AI-løsninger, er ikke mindre tilfredse med banken, som det er tilfældet blandt privatkunderne.

OM STUDIET

EPSI-modellen



Publiceringsdato

Branchestudiet publiceres **21. september 2026** 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

EPSIs bankstudie er i 2026 baseret på 5.440 interviews.

Undersøgelsen af kundetilfredsheden i banksektoren er baseret på 3.269 interviews med danske privatkunder og 2.171 interviews med danske erhvervskunder. Interviewene er hhv. gennemført i perioden 26. juni til 24. august og 30. 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.

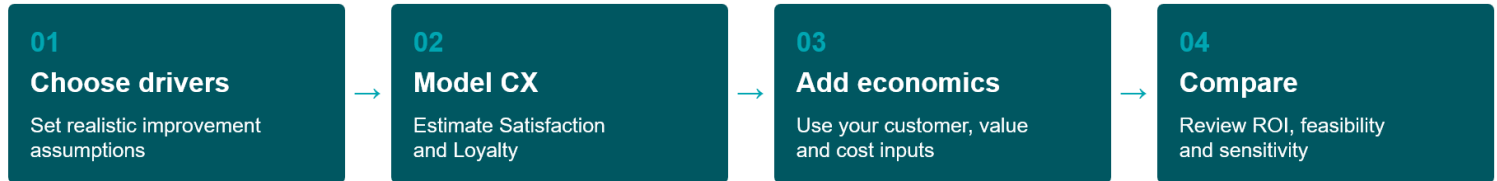
Tilsvarende undersøgelser er gennemført i Sverige, Finland og Norge.

Resultater opgøres på en skala fra 0 til 100. Jo højere indeksværdi, 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.

What is improving customer experience worth?

EPSI CX Scenario Analyzer turns improvement hypotheses into a transparent business case – before you commit the investment.

TEST THE CASE IN FOUR STEPS



**FROM CX INSIGHT TO
BUSINESS IMPACT**

35+ years
of comparable
CX research

Your numbers
customer base,
margins, cost & horizon

Transparent
assumptions you can
see, adjust & compare

See what your next CX investment could be worth.

info@epsi-rating.com

BOOK A 30-MIN DEMO

