



Mobiliteten i den nordiske finansielle sektor

Henrik Juul

Mobiliteten i den nordiske finansielle sektor

TemaNord 2006:507

© Nordisk Ministerråd, København 2006

ISBN 92-893-1274-2

Publikationen kan bestilles på www.norden.org/order. Flere publikationer på www.norden.org/publikationer

Printed in Denmark

Nordisk Ministerråd

Store Strandstræde 18
1255 København K
Telefon (+45) 3396 0200
Fax (+45) 3396 0202

Nordisk Råd

Store Strandstræde 18
1255 København K
Telefon (+45) 3396 0400
Fax (+45) 3311 1870

www.norden.org

Det nordiske samarbejde

Det nordiske samarbejde er et af de ældste og mest omfattende regionale samarbejder i verden. Det omfatter Danmark, Finland, Island, Norge og Sverige samt Færøerne, Grønland og Åland. Samarbejdet styrker samhørigheden mellem de nordiske lande med respekt for de nationale forskelle og ligheder. Det øger mulighederne for at hævde Nordens interesser i omverdenen og fremme det gode naboskab.

Samarbejdet blev formaliseret i 1952 med *Nordisk Råds* oprettelse som forum for parlamentarikerne og regeringerne i de nordiske lande. I 1962 underskrev de nordiske lande Helsingforsaftalen, som siden har været den grundlæggende ramme for det nordiske samarbejde. I 1971 blev *Nordisk Ministerråd* oprettet som det formelle forum til at varetage samarbejdet mellem de nordiske regeringer og de politiske ledelser i de selvstyrende områder, Færøerne, Grønland og Åland.

Indholdsfortegnelse

Forord	7
1. Sammenfatning	9
1.1 Summary	10
1.2 Tiivistelmä	12
2. Introduktion	15
2.1 Indledning	16
2.2 Formål	16
2.3 Metode	18
3. Den nordiske finansielle sektor	21
3.1 Udviklingen	21
3.2 Koncentration	24
3.2.1 Danmark	25
3.2.2 Finland	26
3.2.3 Island	26
3.2.4 Norge	27
3.2.5 Sverige	27
4. Undersøgelse af priserne for en families kontohåndtering	29
4.1 Udviklingen i gebyr- og provisionsindtægter	29
4.2 Prisundersøgelsen	33
4.2.1 Danmark	33
4.2.2 Finland	34
4.2.3 Island	35
4.2.4 Norge	36
4.2.5 Sverige	37
4.3 Det vægtede gennemsnit	38
4.4 Sammenfatning	39
5. Undersøgelse af etableringsgebyrer, rentesatser og flyttegebyrer	41
5.1 Danmark	41
5.2 Finland	43
5.3 Island	44
5.4 Norge	45
5.5 Sverige	45
5.6 Sammenfatning	47
6. Kundernes valg af pengeinstitut m.m.	49
6.1 Valg af bank	49
6.2 Forhandlinger med banken	51
6.3 Hvor stor skal besparelsen være?	53
7. Loyalitetsprogrammer	57
7.1 Baggrund	57
7.2 Stigende kompleksitet	58
7.3 Tre forskellige loyalitetsprogrammer	59
7.4 En simpel segmenteringsmodel	60
7.5 Udbredelsen af loyalitetsprogrammer	62
7.6 Fordele og ulemper ved loyalitetsprogrammer	62
7.6.1 Fordele	62
7.6.2 Ulemper	62
7.7 Fremtiden	63
8. Undersøgelse af mobilitet	67
8.1 Mobiliteten i de nordiske pengeinstitutter	69
8.2 Hvad siger kunderne?	72
8.3 Den generelle kundetilfredshed	75

8.4 Klager.....	76
8.4.1 Danmark.....	77
8.4.2 Finland.....	81
8.4.3 Island.....	82
8.4.4 Norge.....	84
8.4.5 Sverige.....	85
8.5 Sammenfatning.....	87
9. Samlet konklusion.....	89
9.1 Omkostningerne for en modelfamilie.....	89
9.2 Undersøgelse af etableringsgebyrer, rentesatser og flyttegebyrer.....	90
9.3 Loyalitetsprogrammer.....	90
9.4 Gebyrfølsomhed.....	91
9.5 Forbrugermobilitet.....	92
10. Mulige løsninger.....	95
10.1 Vælg mellem de gode argumenter.....	96
10.2 Oplysningspligt om rente- og gebyrindtjening.....	97
10.3 Information contra gennemsigtighed.....	97
10.4 Prissammenligningsdatabaser.....	99
10.5 Årlig prisinformation.....	100
10.6 Fælles betalingsystemer.....	102
10.7 Forbud mod visse aftalevilkår.....	103
10.8 Oplysningspligt om mobilitet.....	104
10.9 Klageansvarlig og offentlighed om klager.....	105
11. Litteraturfortegnelse.....	107
Bilag 1.....	109

Forord

De finansielle markeder udgør ifølge Nordisk Ministerråds samarbejdsprogram for 2005-2010 en særlig prioritet. Det danske formandskab afholdte i efteråret 2005 en konference, hvor der bl.a. blev sat fokus på de finansielle markeder. På konferencen blev de foreløbige resultater af dette projekt: ”Mobiliteten i den nordiske finansielle sektor” præsenteret.

Pengeinstitutterne er udvalgt som fokusområde, dels for at begrænse problemstillingen, men også fordi det er pengeinstitutterne der har den primære kontakt med kunderne, og pengeinstitutterne i øvrigt nyder stor tillid blandt kunderne.

Det overordnede formål med dette projekt er at søge løsninger til forbedring af forbrugernes vilkår ved at styrke gennemsigtigheden og mobiliteten på og mellem de nordiske finansielle markeder. Projektet omfatter følgende delmål:

- Undersøgelse af priserne for en modelfamilie, herunder etableringsgebyrer, årlige gebyrer og flyttegebyrer. Undersøgelsen omfatter endvidere udbredelsen af loyalitetsprogrammer og andre kundefastholdelsesprogrammer.
- Forbrugermobilitet – herunder forbrugerens gebyrfølsomhed på de nordiske finansielle markeder og dennes betydningen for sektorens konkurrence.

Projektgruppen bestod af:

Kenneth Skov Jensen, Forbrugerstyrelsen, Danmark (projektleder)

Christine Maxner, Forbrugerstyrelsen, Danmark

Ari Luukinen, Konsumentverket, Finland

Elling Borgeraas, SIFO, Norge

Catarina Öström, Jordbruksdepartementet, Sverige

Herudover har *Tryggvi Axelsson*, Neytendastofu (Consumer Agency), Island bidraget med oplysninger om de islandske forhold.

Rapporten er finansieret af Nordisk Ministerråd og er udarbejdet som led i projektet: ”Samarbejdsprogrammet for 2005 – 2010 på konsumentområdet”. Det samlede projekt er finansieret af Nordisk Ministerråd og gennemført under EK-konsument.

Det er mit håb, at rapportens resultater kan tjene som inspiration for beslutningstagere, myndigheder, brancheorganisationer, virksomheder og forbrugerorganisationer.

Jeg overdrager hermed rapporten: ”Mobiliteten i den nordiske finansielle sektor”. Rapporten indeholder resultatet af de gennemførte undersøgelser af priserne for en modelfamilie, undersøgelsen af loyalitetsprogrammernes udbredelse og undersøgelse af forbrugermobilitet. Rapporten indeholder afslutningsvis en række anbefalinger, der kan styrke gennemsigtigheden og mobiliteten på og mellem de nordiske finansielle markeder.

Det skal bemærkes, at specielt spørgsmålet om pengeinstitutternes rente- og gebyrfastsættelse er kompliceret, idet der er en række modsatrettede interesser.

Pengeinstitutterne ønsker som andre erhvervsdrivende selv at fastsætte prisen på deres produkter med henblik på at optimere indtjeningen. Pengeinstitutsektoren argumenterer endvidere for, at sektoren er præget af en sund og betydelig konkurrence, og at det er konkurrencen, der er bedst egnet til at regulere sektorens prissætning.

Forbrugerne (forbrugerorganisationerne) ønsker de bedst mulige priser, og at prissætningen er fair og gennemsigtig. Den teknologiske udvikling har i øvrigt betydet, at stort set alle, der har en indkomst, hvad enten der er tale om lønindkomst eller offentlige ydelser, er nødsaget til at have en lønkonto i et pengeinstitut. Dermed indtager pengeinstitutterne en helt central rolle i samfundet, der naturligt giver anledning til at drøfte pengeinstitutternes samfundsmæssige ansvar.

Myndighederne (Nationalbanken og Finanstilsynet) ønsker, at den finansielle sektor har den fornødne stabilitet, således at den finansielle sektor kan løse opgaven som effektive formidlere af kapital til såvel virksomheder som de private kunder.

En forbedring af forbrugernes vilkår, herunder styrkelse af gennemsigtigheden og mobiliteten vil således forudsætte, at der må vælges mellem de forskellige interessenters gode argumenter.

København, december 2005

Henrik Juul

Lektor

1. Sammenfatning

Formålet med dette projekt er at søge løsninger til forbedring af forbrugernes vilkår ved at styrke gennemsigtigheden og mobiliteten på og mellem de nordiske finansielle markeder. Projektet omfatter følgende delmål:

- Undersøgelse af priserne for en modelfamilie, herunder etableringsgebyrer, årlige gebyrer og flyttegebyrer. Undersøgelsen omfatter endvidere udbredelsen af loyalitetsprogrammer og andre kundefastholdelsesprogrammer.
- Forbrugermobilitet – herunder forbrugerens gebyrfølsomhed på de nordiske bankmarkeder og dennes betydningen for sektorens konkurrence.

Den overordnede konklusion på undersøgelsen af omkostningerne for en modelfamilie er, at der både nationalt og specielt mellem de nordiske lande er store forskelle på hvad omkostningerne er for den anvendte modelfamilie. Herudover viser undersøgelsen, at der er meget betydelige forskelle mellem de forskellige serviceydelser både nationalt og mellem de nordiske lande, hvilket betyder, at der skal udvises stor forsigtighed ved fortolkningen af sådanne landeundersøgelser. Endelig viser undersøgelsen at en stor del af de undersøgte pengeinstitutter anvender forskellige former for loyalitetsprogrammer, kundepakker og produktpakker. Disse programmer og pakker er i væsentlig omfang medvirkende til at komplicere sammenligningerne.

Den overordnede konklusion på undersøgelsen af etableringsgebyrer, rentesatser og flyttegebyrer er, at også etableringsgebyrer og de tilbudte rentesatser er ganske forskellige såvel nationalt som mellem de nordiske lande. Danmark og Norge er de eneste nordiske lande, hvor der ikke anvendes flyttegebyrer.

På renteområdet tegner der sig ikke et entydigt resultat, men hvis undersøgelsernes delelementer tillægges samme værdi eller betydning vil det betyde, at Finland totalt set er det billigste land. På andenpladsen kommer Norge, Danmark vil indtage tredjepladsen, Sverige fjerdepladsen og Island er det dyreste land. Det skal bemærkes, at flere pengeinstitutter har oplyst, at det ikke er muligt at oplyse en rentesats, idet det i disse pengeinstitutter er pengeinstitutternes filialer, der er ansvarlige for den enkelte kunderelation og dermed selv fastsætter renten. Der findes således ikke en centralt fastsat rente.

Undersøgelsen viser, at 79 % af de adspurgte pengeinstitutter anvender en eller anden form for loyalitetsprogrammer, fordelsprogrammer, produktpakker eller kundepakker. Det er værd at bemærke, at brugen af

kreditscoring og adfærdsscoring må forventes at blive anvendt proaktivt, eksempelvis i forbindelse med prissætninger af kundernes samlede engagement eller i forbindelse med afsætning af nye produkter. En sådan udvikling vil betyde, at både prissætningen og brugen af loyalitetsprogrammer (eller skræddersyede løsninger) vil blive endnu mere individuelle og dermed vil gennemsigtigheden blive yderligere reduceret.

Med henblik på at undersøge forbrugermobiliteten er de respektive pengeinstitutter blevet anmodet om, at oplyse antallet af private kunder pr. 31. december 2004 og antallet af tilkomne og afgivne kunder i 2004. Undersøgelsen viser, at 4–5 % af kunderne har skiftet pengeinstitut i 2004. Undersøgelsen afdækker dog ikke om det samtidig betyder, at kunderne definitivt har forladt det hidtidige pengeinstitut eller der blot er tale om at der er oprettet et delengagement i det „nye“ pengeinstitut. Selvom undersøgelsen er forbundet med en vis usikkerhed understøttes resultatet af en række kvantitative befolkningsundersøgelser. Det kan således konstateres, at mobiliteten i den nordiske finansielle sektor er lavere end i andre brancher.

Rapporten afsluttes en række anbefalinger, der har til formål at styrke gennemsigtigheden og mobiliteten på og mellem de nordiske finansielle markeder. Det anbefales bl.a.:

- at de finansielle virksomheder skal give yderligere oplysninger om rente- og gebyrindtjeningen,
- at der etableres prissammenligningsdatabaser,
- at de finansielle virksomheder årligt skal oplyse om betalte gebyrer og vurdere om kunderne på den baggrund har de optimale produkter,
- at det forbydes, de finansielle virksomheder, der udbyder loyalitetsprogrammer, kundepakker, produktpakker og andre fastholdelsesprogrammer forbydes, at sammenkoble disse programmer med ikke-finansielle produkter,
- at de finansielle virksomheder pålægges en oplysningspligt om kundemobilitet og
- at finansielle virksomheder med en markedsandel på mere end x procent, skal have en central klageansvarlig.

1.1 Summary

This project aims to find ways of improving consumer conditions by boosting transparency and mobility in and among the Nordic financial markets. The project includes the following sub-goals:

- Price survey for a model family, including up-front fees, annual fees and account transfer fees. In addition, the survey seeks to determine

the spread of loyalty programs and other customer retention programs.

- Consumer mobility – including consumer sensitivity to fee changes in the Nordic bank markets and how this affects competition in the sector.

The general conclusion of the survey of a model family's costs is that they fluctuate greatly both nationally and among the Nordic countries. The survey also shows that the various services offered differ significantly both nationally and among the Nordic countries, for which reason the relevant country surveys should be interpreted with great caution. Finally, the survey shows that many of the surveyed financial institutions use different types of loyalty programs, customer packages and product packages. These programs and packages significantly compound the complexity of any comparisons.

The general conclusion of the survey of up-front fees, interest rates and account transfer fees is that up-front fees and the offered interest rates differ a great deal both nationally and among the Nordic countries. Denmark and Norway are the only Nordic countries that do not use account transfer fees.

The result is not unambiguous when it comes to interest rates, but if the sub-elements of the surveys are accorded the same value or importance, then Finland is the cheapest country in overall terms. Norway comes in second, Denmark third, Sweden fourth and Iceland, in last place, ranks as the most expensive country. It should be noted that several financial institutions have said that they are unable to state a general interest rate, as their branches are responsible for individual customer relations and thus fix the interest rates independently. For this reason, interest rates are not determined at a central level.

The survey shows that 79 % of the financial institutions interviewed use some sort of loyalty program, advantage program, product package or customer package. It is worth noting that credit and behaviour scoring will presumably be used proactively in future, for instance in connection with pricing a customer's total commitment or with marketing new products. If so, such development would further individualize pricing and the use of loyalty programs (or tailor-made solutions) and thus further reduce transparency.

With a view to examining consumer mobility, the respective financial institutions have been requested to state the number of private customers at 31 December 2004 and the number of new customers and departed customers in 2004. The survey shows that 4–5 % of customers changed banks in 2004. However, the survey does not show whether this also means that these customers have left their former banks for good or simply established another commitment with the "new" banks. Although the survey is subject to some uncertainty, a number of quantitative population

surveys support the result. Thus, it can be ascertained that mobility in the Nordic financial sector is less pronounced than in other sectors.

The report concludes with a number of recommendations intended to boost transparency and mobility in and among the Nordic financial markets. The recommendations include the following issues:

- financial institutions need to provide additional information about their earnings from interest, fees and charges;
- price comparison databases need to be established;
- financial institutions need to disclose fees paid by customers on an annual basis and to assess on that background whether customers have the optimal products;
- financial institutions offering loyalty programs, customer packages, product packages and other customer retention programs should be prohibited from tying such programs with non-financial products;
- financial institutions should become subject to a duty of disclosure regarding customer mobility; and
- financial institutions with a market share of more than X% should have a central function responsible for handling complaints.

1.2 Tiivistelmä

Projektin tavoitteena on löytää keinoja kuluttajien toimintamahdollisuuksien ja aseman parantamiseksi sekä pohjoismaisilla että niiden välisillä rahoitusmarkkinoilla lisäämällä markkinoiden läpinäkyvyyttä ja sitä kautta kuluttajien liikkuvuutta. Osatavoitteita ovat:

- Tutkimus malliperheelle rahoituspalveluiden käytöstä aiheutuvista kustannuksista, mukaan lukien perus-, vuosi- ja siirtomaksut. Tutkimuksessa huomioidaan myös kanta-asiakkuusohjelmat ja muut asiakkaita sitovat ns. lojaliteettiohjelmat.
- Kuluttajien liikkuvuus markkinoilla – mukaan lukien kuluttajien tapa vastata maksujen vaihteluun ja tämän merkitys kilpailuun pohjoismaisilla pankkimarkkinoilla.

Tutkimuksen perusteella voidaan päätellä, että malliperheen kustannuksissa on suuria eroja sekä kansallisesti että erityisesti eri Pohjoismaiden välillä. Lisäksi tutkimus osoittaa, että erilaisissa palvelumaksuissa on huomattavan suuria eroja sekä kansallisesti että eri Pohjoismaiden välillä. Tämä merkitsee sitä, että tulosten tulkinnassa on oltava erittäin varovainen. Suuri osa tutkituista rahoituslaitoksista käyttää erilaisia kanta-asiakkuusohjelmia, asiakas- ja tuotepaketteja, jotka vaikeuttavat oleellisesti palveluiden vertailua.

Yleinen päätelmä perusmaksuja, korkokantoja ja siirtomaksuja koskevasta tutkimuksesta on, että sekä perusmaksut ja tarjotut korkokannat ovat melko erilaisia sekä kansallisesti että eri Pohjoismaiden välillä. Tanska ja Norja ovat ainoat Pohjoismaat, joissa ei käytetä siirtomaksuja.

Korkoja tarkasteltaessa ei päästä yhdenmukaiseen tulokseen, mutta jos tutkimuksen osatekijöille annetaan sama arvo tai merkitys, voidaan todeta, että Suomi on kokonaisuudessaan halvin maa. Toiseksi tulee Norja, Tanska saa kolmannen sijan ja Ruotsi neljännen Islannin ollessa kaikkein kallein maa. Tässä yhteydessä on huomioitava myös se, että monet rahoituslaitokset ovat ilmoittaneet, ettei yksiselitteistä korkokantaa ole mahdollista ilmoittaa. Näiden pankkiryhmien paikalliset edustajat ovat vastuussa asiakassuhteistaan ja määräävät itse asiakkaidensa korot. Ei siis ole olemassa määrättyä yhtenäistä korkoa.

Tutkimus osoittaa, että 79 % haastatelluista rahoituslaitoksista käyttää jonkinlaista kanta-asiakkuus- tai etuohjelmaa, tuote- ja asiakaspaketteja. On myös syytä huomioida, että asiakkaan luottokelpoisuuden ja asiakassuhteen arvioinnin (credit scoring) voidaan olettaa yleistyvän tulevaisuudessa, esimerkiksi asiakkaan kokonaissitoumuksen hinnoittelun tai uusien tuotteiden myynnin yhteydessä. Tämä saattaa merkitä sitä, että sekä hinnoittelu että kanta-asiakkuusohjelmien (tai räätälöityjen ratkaisujen) käyttö yksilöityy entistäkin enemmän ja samalla palvelujen läpinäkyvyys ja vertailtavuus huononee.

Kuluttajien liikkuvuuden osalta rahoituslaitoksia on pyydetty ilmoittamaan yksityisten asiakkaiden lukumäärä 31. joulukuuta 2004, sekä vuoden 2004 aikana tulleiden uusien ja poistuneiden asiakkaiden lukumäärät. Saadut vastaukset osoittavat, että 4–5 % asiakkaista vaihtoi rahoituslaitosta vuonna 2004. Tutkimuksesta ei kuitenkaan käy ilmi, merkitseekö tämä samalla sitä, että asiakkaat ovat kokonaan hylänneet rahoituslaitoksen, vai ovatko he vain osittain siirtyneet toiseen rahoituslaitokseen. Vaikka tutkimukseen liittyy tiettyä epävarmuutta, useat kansalaistutkimukset tukevat em. tulosta. Voidaan siis todeta, että liikkuvuus pohjoismaisilla rahoitusmarkkinoilla on alhaisempaa kuin muilla aloilla.

Lopuksi raportissa annetaan suosituksia toimenpiteistä, joiden avulla voidaan lisätä rahoituspalveluiden läpinäkyvyyttä ja kuluttajien liikkuvuutta sekä pohjoismaisilla että Pohjoismaiden välisillä markkinoilla. Raportissa suositellaan muun muassa, että:

- rahoituslaitokset antavat lisätietoja korko- ja palvelumaksutuotoistaan,
- perustetaan hintavertailutietokantoja,
- rahoituslaitokset ilmoittavat vuosittain saamistaan maksuista ja arvioivat tältä pohjalta, saavatko asiakkaat parhaimmat mahdolliset palvelut/tuotteet,

- kielletään rahoituslaitoksia yhdistämästä kanta-asiakkuusohjelmia, asiakas- ja tuotepaketteja sekä muita asiakkaita sitovia ohjelmia tuotteisiin, jotka eivät liity rahoitukseen,
- rahoituslaitoksille asetetaan velvollisuus tuottaa tietoa asiakkaiden vaihtuvuudesta ja
- rahoituslaitoksilla, joilla on yli x prosentin markkinaosuus, on keskeinen vastuu asiakasvalitusten käsittelemisessä.

2. Introduktion

Den finansielle sektor spiller en væsentlig rolle i infrastrukturen for vækst og velstand i et moderne samfund. Pengeinstitutterne har en unik rolle i samfundet, idet stort set alle voksne danskere og alle virksomheder har et forretningsforhold til et pengeinstitut. Ifølge Finansrådet i Danmark vil det moderne samfund ikke kunne fungere uden de ydelser pengeinstitutterne leverer. Det er derfor naturligt, at den finansielle sektor igennem mange år har været undergivet en betydelig interesse fra forbrugerorganisationer, beslutningstagere, myndigheder, forbrugere, forskningsmiljøet og pressen.

Pengeinstitutterne beskæftiger sig med mange opgaver – indlån, udlån, betalingsformidling, handel med værdipapirer, likviditetsstyring, rådgivning og finansiering. Produkterne retter sig mod forskellige kundegrupper; private, små og store virksomheder, investorer, børsmæglerselskaber m.v. Pengeinstitutter har eneret på at avertere efter indlånsmidler¹. Pengeinstitutter må alene beskæftige sig med opgaver, der har relation til omsætningen af penge, kreditmidler og værdipapirer og de dertil hørende ydelser. Pengeinstitutter må gennem særlige datterselskaber også beskæftige sig med forsikringer, realkreditlån og ejendomsformidling.

De seneste 10–15 år har været præget af en betydelig brancheglidning og en liberalisering, der har muliggjort, at pengeinstitutternes produktudbud er blevet stærkt forøget. Når denne udvikling kombineres med pengeinstitutternes centrale rolle, herunder muligheder for specielt på udlånssiden at sige ja og nej til kundernes låneønsker, bliver den finansielle sektor en samfundsmæssig magtfaktor. Det er på den baggrund ikke overraskende, at perioden fra begyndelsen af 1990'erne har været præget af begreber som etik, moral og god skik. Et af de ord der i særlig grad har præget debatten de seneste 10–15 år er gennemsigtighed², herunder om der er den fornødne gennemsigtighed – om kunderne har tilstrækkelig information om prisfastsættelsen på markedet og derved er i stand til at vælge det produkt der bedst tilfredsstiller kundens behov.

¹ Det skal bemærkes, at Sverige ved indførelsen af lov om bank- og finansieringsrørelse pr. 1. juli 2004 har ophævet bankernes monopol på modtagelse af indlån.

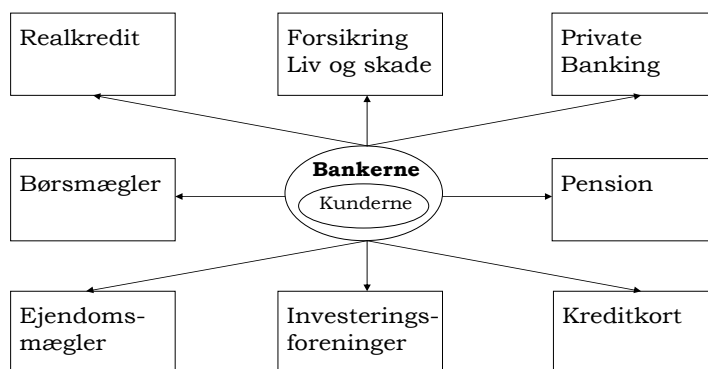
² Se NEK Arbejdsrapport: "Rådgivning om finansielle ydelser" (1990), Nord 1990:82: "Hindringer for valgfrihed og mobilitet på det finansielle marked" (1990), Nord 1993:33: "Finansfusionerne i de nordiske lande" (1993), TemaNord 1994:569: "Forbrugerpolitik i forhold til finansielle tjenesteydelser" (1994), Nord 1995:19: "Forbrugere og finansielle tjenester - forbrugeratferd i et liberaliseret kreditmarked" (1995), TemaNord 1997:615: "Loyalitetsprogrammer i Norden og forbrugerbeskyttelse" (1997), TemaNord 2001:557: "Produktpakker i det nordiske finansmarkedet" (2001) og TemaNord 2002:502: "Bankservice – på hvilke vilkår" (2002). Herudover har spørgsmålet om gennemsigtighed været genstand for behandling i en lang række rapporter og redegørelser fra de nationale tilsynsmyndigheder, herunder specielt konkurrencemyndighederne.

2.1 Indledning

Pengeinstitutterne indtager en central rolle i den finansielle sektor, idet det er pengeinstitutterne der har den primære kontakt med kunderne, og pengeinstitutterne i øvrigt nyder stor tillid blandt kunderne. Pengeinstitutternes centrale rolle i forhold til kunderne illustreres af figur 1.

Figur: 1

Bankernes centrale rolle



Figuren viser, at det er bankerne der er omdrejningspunktet når det gælder kundernes kontakt til det finansielle system. Denne situation blev cementeret i forbindelse med etableringen af de finansielle supermarkeder.

2.2 Formål

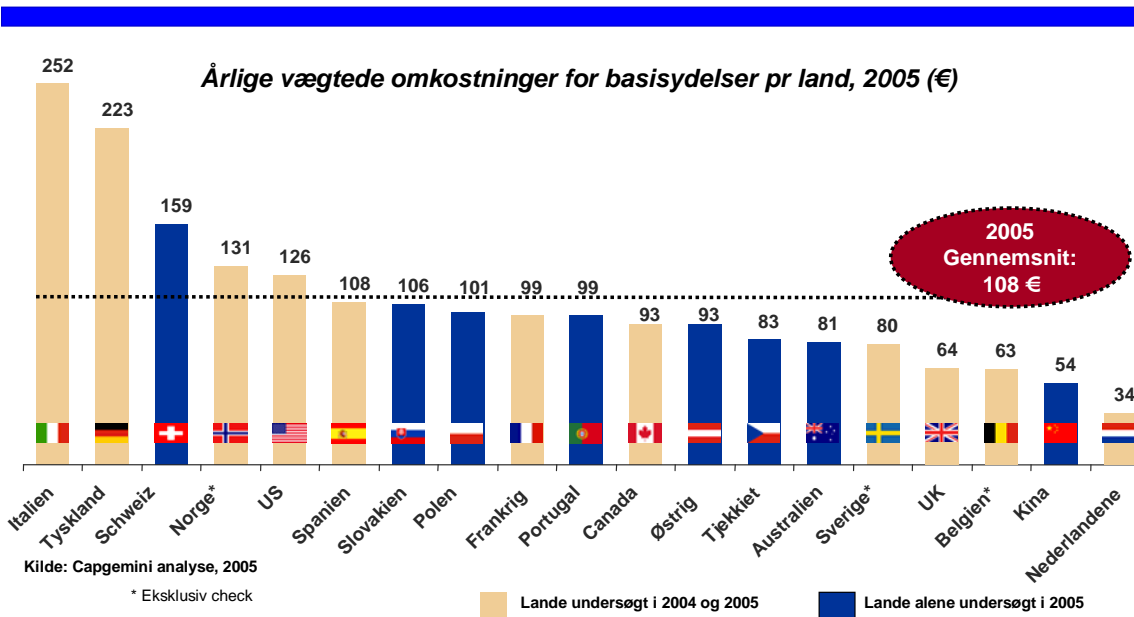
Det overordnede formål med projektet er at søge løsninger til forbedring af forbrugernes vilkår ved at styrke gennemsigtigheden og mobiliteten på og mellem de nordiske finansielle markeder. Projektet omfatter følgende delmål:

- Undersøgelse af priserne for en modelfamilie, herunder etableringsgebyrer, årlige gebyrer og flyttegebyrer. Undersøgelsen omfatter endvidere udbredelsen af loyalitetsprogrammer og andre kundefastholdelsesprogrammer.
- Forbrugermobilitet – herunder forbrugerens gebyrfølsomhed på de nordiske finansielle markeder og dennes betydningen for sektorens konkurrence.

Vedrørende det første delmål er der taget udgangspunkt i ING³, EFMA⁴ og Capgemini Ernst & Youngs⁵ rapport: „World Retail Banking 2004“, der påpeger at der er betydelige forskelle på hvad det koster at være bankkunde i forskellige lande. Resultatet af „World Retail Banking 2005“ fremgår af figur 2:

Figur: 2

World Retail Banking rapport (2005).



Undersøgelsen i 2005 omfattede 79 banker, herunder 4 norske banker og 6 svenske banker⁶. Undersøgelsen omhandlede priserne for en række basisydelser, såsom kontohåndtering, betalinger og overførsler, kontant-håndtering og særskilte ydelser i form af spærring af bankkort og check, ekstra kontoudtog og adresseændringer. Undersøgelsen omfattede ikke opsparingskonti, depoter, udlån og kreditter og andre produkter og services.

Den gennemførte undersøgelse viser, de vægtede omkostninger for en række basisydelser⁷. Capgemini har efterfølgende oplyst, at man er usik-

³ ING er en af de største finansielle virksomheder i Europa med mere end 60 mio. kunder i mere end 50 lande. ING beskæftiger mere end 115.000 ansatte.

⁴ The European Financial Management & Marketing Association.

⁵ Capgemini Ernst & Young er en af verdens største konsulentvirksomheder inden for IT og management. Capgemini har en medarbejderstab på ca. 60.000 og er repræsenteret i mere end 30 lande i Europa, USA og Asien. Alene i Skandinavien beskæftiger selskabet ca. 3000 medarbejdere.

⁶ Danmark, Finland og Island var ikke omfattet af undersøgelsen.

⁷ Det vægtede prisindex er opstået som konsekvens af listepriserne for de adspurgte/undersøgte banker multipliceret med en kurv af forbrugerprofilers transaktionsmønstre. Disse transaktionsmøn-

ker på, om der er sket minutiøs vægtning i forhold til markedsandel i alle lande. Derfor er tallene forbundet med en vis usikkerhed og derfor skal analysen primært anvendes som en indikation af, hvordan priserne udvikler sig imellem landene.

Vedrørende det andet delmål er der taget udgangspunkt i *Lisbet Berg* og *Elling Borgeraas*: „Hindringer for mobilitet i bankmarkedet“, SIFO, Fagrapport nr. 2–2004. Undersøgelsen tager udgangspunkt i den norske finansielle sektor og peger på flere faktorer der har betydning for mobiliteten på det finansielle marked. Rapporten konkluderer således, at kunderne i de „dyre“ banker er kendetegnet ved, at bankvalget er tilfældigt, kunderne har altid været kunde i banken, kunderne har et nærmest familiært forhold til banken og et forbavsende nært forhold til bankrådgiveren. Kunderne i de ”billigere” banker er kendetegnet ved, at bankvalget er økonomisk begrundet, kunderne overvåger bankvilkårene nøje og disse kunder har en høj tilbøjelighed til at skifte bank. Om den manglende mobilitet konkluderer rapporten, at det bl.a. skyldes, at kunderne har et ureflekteret forhold til bankmarkedet, at bankområdet er et lav interesseområde, at bankskifte er forbundet med høje transaktionsomkostninger og kunderne ikke har tilstrækkelige informationer, hvilket gør det vanskeligt at foretage sammenligninger.

2.3 Metode

Med henblik på at undersøge priserne for en modelfamilie, herunder etableringsgebyrer, årlige gebyrer og flyttegebyrer er der taget udgangspunkt i en familie med følgende adfærd:

- 15 regningsbetalinger via internetbank pr. måned
- 1 separat kvittering pr. måned
- 15 kontanthævninger i pengeautomat pr. måned
- 2 kontoudtog via pengeautomaten pr. måned
- 1 hævnings i pengeinstitutts filial pr. måned
- 1 girobetaling i pengeinstitutts filial pr. måned
- 5 betalinger via automatisk betalingstjeneste pr. måned
- 1 overførsel til et andet nordisk land pr. måned
- 2 debetkort
- 2 VISA kombinationskort.

Modelfamiliens adfærd er fastsat i samarbejde med den nordiske projektgruppe.

Herefter er de fem største pengeinstitutter (målt på indlån) i hvert af de fem nordiske lande blevet anmodet om at oplyse prissætningen for en

stre er i nogle lande fundet ved at benytte statistisk materiale, bankernes egne transaktionsanalyser eller ved at spørge forbrugere om, hvordan de rent faktisk benytter retail banking.

familie med det skitserede adfærdsmønster. Herudover er de adspurgte pengeinstitutter blevet anmodet om at oplyse om de anvender produkt-pakker, loyalitetsprogrammer, kundepakker eller andre kundefastholdelsesmodeller og i hvilket omfang sådanne modeller vil have indflydelse på omkostningerne for modelfamilien.

Pengeinstitutterne er endvidere blevet anmodet om at afgive oplysninger om omkostningerne, herunder rentesatserne, ved at etablere et kontoforhold, der består af et boliglån på DKK 250.000, en lønkonto med en tilknyttet kassekredit på DKK 50.000 og et billån på DKK 150.000. Kunden er på en skala fra 1–5, hvor 1 er den bedste kundetype en type 2 kunde. Det betyder, at kunden har en positiv formue og et månedligt rådighedsbeløb på DKK 16.000 til mad, tøj og fornøjelser. Familien består af 2 voksne og 2 børn på 5 og 10 år. Herudover har pengeinstitutterne skulle oplyse om omkostningerne ved at flytte et kontoforhold, der består af et boliglån på DKK 250.000, en lønkonto med en tilknyttet kassekredit på DKK 50.000 og et billån på DKK 150.000.

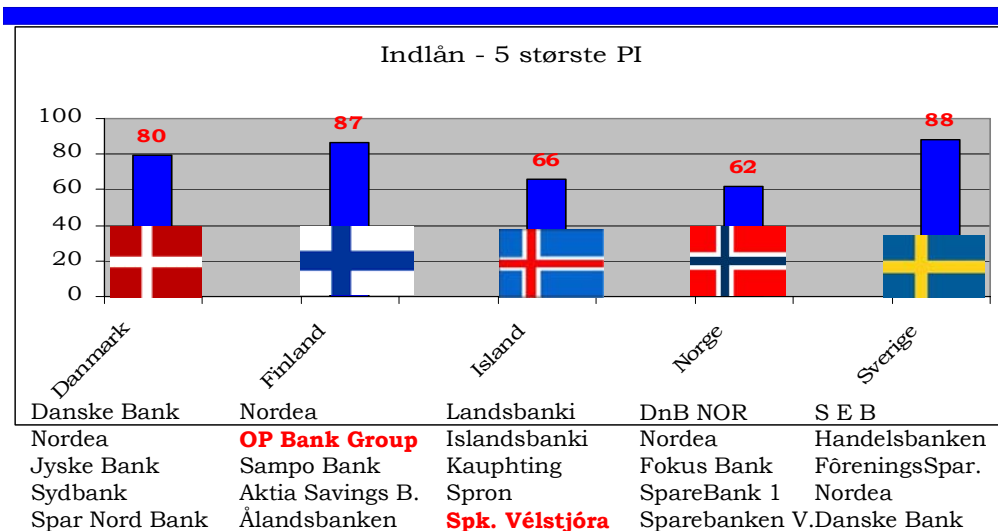
Med henblik på at undersøge forbrugermobiliteten er de omtalte pengeinstitutter blevet anmodet om, at oplyse antallet af private kunder⁸ pr. 31. december 2004. Hvor mange nye private kunder modtog pengeinstituttet i 2004, og hvor mange private kunder afgav pengeinstituttet i 2004. Oplysningerne om antallet af kunder, herunder tilgang og afgang vil ikke blive offentliggjort for hvert enkelt pengeinstitut. Oplysningerne vil alene blive anvendt, således at det på landeplan er muligt at oplyse antallet af til- og afgang blandt de 5 største pengeinstitutter i hvert af de nordiske lande. Hermed burde der være taget fornødent hensyn til ønsket om eventuel fortrolighed.

Som beskrevet omfatter undersøgelsen de fem største pengeinstitutter (målt på indlån) i hvert af de fem nordiske lande. Af figur 3 fremgår, hvor stor en andel de fem største pengeinstitutter har af det samlede indlån.

⁸ En privat kunde defineres som en kunde over 18 år, hvis indkomst ikke stammer fra selvstændig virksomhed.

Figur: 3

De fem største pengeinstitutters andel af det samlede indlån



Det skal bemærkes og beklages, at OP Bank Group (Finland) ikke har ønsket at afgive de fornødne oplysninger. Jeg har adskillige gange rykket OP Bank Group for oplysninger og det samme har det finske medlem af projektgruppen Ari Luukinen. Det skal endvidere bemærkes, at det ikke har været muligt at fremskaffe de ønskede oplysninger fra Sparisjóður Vélstjóra (Island).

3. Den nordiske finansielle sektor

I de såkaldte „gamle dage“ bestod det finansielle marked af fire aktører:

1. Ejendomsmæglerne, der formidlede salg af ejendomme.
2. Forsikringsselskaberne, der forsikrede liv og skade og håndterede pensionsopsparring.
3. Realkreditinstitutterne, der mod passende sikkerhed belånte fast ejendom til en fast rente, baseret på obligationsudstedelse.
4. Pengeinstitutterne, der håndterede indlån, udlån, kapitalformidling og betalingsformidling.

Udviklingen i den nordiske finansielle sektor har de seneste 20–25 år været præget af specielt tre forhold:

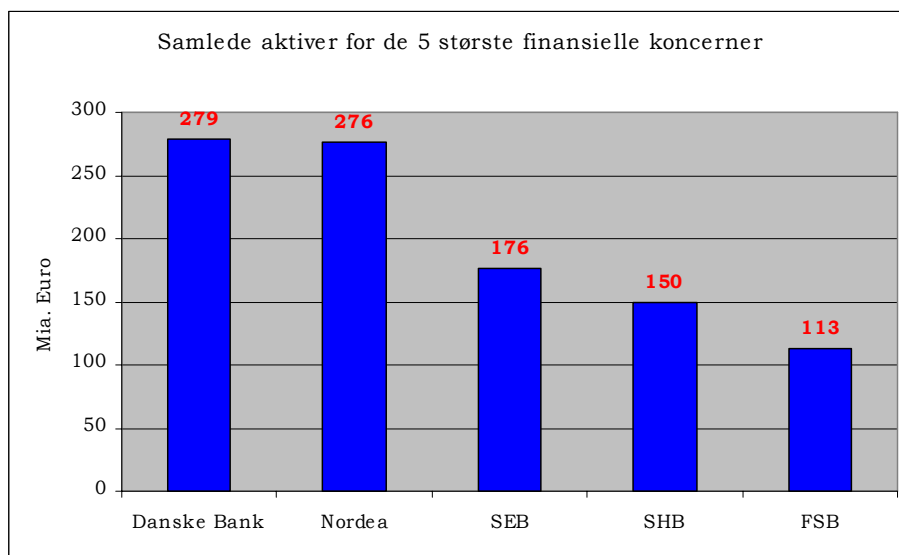
1. fusionerne i den finansielle sektor, i et vist omfang forårsaget af bankkriserne fra midten af 1980'erne til begyndelsen af 1990'erne,
2. dereguleringen af den finansielle sektor og
3. etableringen af de finansielle supermarkeder (konglomerater).

Dermed er de traditionelle skel flyttet betydeligt. Pengeinstitutterne formidler i dag både realkreditlån og forsikring, og en række pengeinstitutter er kraftigt involveret i ejendomsmæglerbranchen. Skadesforsikringsselskaberne har udvidet produktpaletten til også at omfatte pensionsopsparring. Ejendomsmæglerne tilbyder nu også køberrådgivning, og visse markedsførere sig som „Privatkunderådgivere“, der rådgiver om kundens samlede boligøkonomi.

3.1 Udviklingen

Etableringen af de finansielle supermarkeder (konglomerater) illustreres af følgende figur 4, der viser de fem største nordiske finansielle koncerners samlede aktiver:

Figur: 4

De 5 største finansielle koncerner i Norden

Kilde: Selskabernes årsberetninger.

Det er kendetegnende at samtlige finansielle koncerner er resultatet af en række fusioner. For Danske Bank startede det med fusionen i 1989, hvor Den Danske Bank fusionerede med Handelsbanken og Andelsbanken. I 1991 oprettede Den Danske Bank Danske Liv og Pension og Danske Pensionsforsikring som 100 % ejede datterselskaber. Med overtagelsen af Danica-selskaberne i 1995, der var en del af Baltica-Forsikring, blev Danske Bank koncernen med et slag et af de største selskaber inden for pensionsopsparing og livs- og pensionsforsikringsprodukter. I 1997 etablerede banken filialer i Oslo, Stockholm og Helsinki og senere på året overtog Den Danske Bank Östgöta Enskilda Bank. I 1998 etablerede banken børsmæglerselskaber i Norge, Sverige og Finland og købet af norske Fokus Bank i 1999 var en yderligere styrkelse af bankens nordiske strategi. I 2001 fusionerede Danske Bank med RealDanmark (BG Bank og Realkredit Danmark) med Danske Bank som det fortsættende selskab.

Nordea-koncernen er ligeledes resultatet af en betydelig række fusioner. Nordea-koncernen blev dannet i 2000, men har sine rødder i nordiske banker og forsikringsselskaber, der stammer helt tilbage fra begyndelsen af det 19. århundrede. Den første fusion på tværs af landegrænser fandt sted i 1997, da finske Merita Bank og svenske Nordbanken dannede MeritaNordbanken. Fusionen mellem MeritaNordbanken og danske Uni-danmark i 2000 blev efterfulgt af købet af den norske bank Christiania Bank og Kreditkasse med det formål at skabe den største finansielle virksomhed i Norden. I 2001 købte Nordea svenske Postgiro Bank. Siden 3.

december 2001 har hele koncernen drevet forretning under navnet Nordea.

SEB er det globale navn for Skandinaviska Enskilda Banken. 1. januar 1972 blev Skandinaviska Banken slået sammen med Stockholms Enskilda Bank til Skandinaviska Enskilda Banken med det formål at skabe en bank, der kan imødekomme konkurrencen fra de internationale storbanker. I 1984 etablerede banken, sammen med norske Bergen Bank og Union Bank of Finland, Scandinavian Banking Partners. I 1994 købtes kortselskabet Diners Club Nordic. I 1996 startede Internetkontoret for privatpersoner, og i 1997 købte SEB forsikringsselskabet Trygg-Hansa, samme år etablerede SEB filial i Danmark. I 1999 blev Trygg-Hansas skadesforsikringsaktiviteter solgt til Codan og samtidig blev Codan Bank købt. SEB Asset Management startede virksomhed i Danmark. I 2000 ændrede Codan Bank navn til Skandinaviska Enskilda Banken A/S. I begyndelsen af 2001 blev fusionsplanerne med FöreningsSparbanken præsenteret, men blev afbrudt i september 2001, da det viste sig, at EU-kommissionens krav til en godkendelse viste sig at være for omkostningskrævende. I foråret 2002 købte SEB Europay (varemærket for Eurocard) i Norge. I dag er SEB en af Nordeuropas største finansielle bankkoncerner med særlig fokus på større erhvervsvirksomheder, institutioner og formuende privatpersoner. SEB har specialiseret sig i rådgivning om investering og opsparing. SEB er repræsenteret i 20 lande med cirka 18.000 medarbejdere. SEB har omkring fire millioner kunder, 1,3 millioner internetkunder og en forvaltet formue på ca. 630 milliarder danske kroner. SEB Kort udsteder en række kreditkort som fx Globecard Mastercard, Magasin kort, Illum kort og Diners Club kort. Den 17. juni 2004 købte SEB Eurocard i Danmark (retten til varemærket) fra PBS International A/S.

Svenska Handelsbanken fremsatte i begyndelsen af 1990 et bud på Oslo Handelsbanken og i 1991 overtog banken Stavanger Bank. På den måde udnyttede Svenska Handelsbanken muligheden for at skabe vækst i kølvandet på den norske bankkrise. I 1992 købte banken livsforsikringsselskabet RKA, der herefter ændrede navn til Handelsbanken Liv. I 1995 overtog Handelsbanken den rentable del af den finske bank Skopbank, samtidig åbnede Handelsbanken filialer i en række finske byer, hvormed Handelsbanken blev Finlands fjerde største bank. I 1996 åbnede Handelsbanken kontor i København og efterfølgende blev der åbnet filialer i en række større danske byer. I 1999 købte Handelsbanken Bergensbanken og i 2001 overtog Handelsbanken Midtbank og fik dermed 32 filialer i Danmark. Samme år overtog banken livsforsikringsselskabet SPP.

FöreningsSparbanken er som navnet indikerer et resultat af fusionen mellem Föreningsbanken og Sparbanken i 1997. Föreningsbanken har sine rødder i jordbrugskasserne. I 1969 blev jordbrugskasserne og sparbankerne ligestillet med bankerne og i 1974 blev navnet ændret til Föreningsbanken. Sparbanken er et resultat af en lang række sammenslutnin-

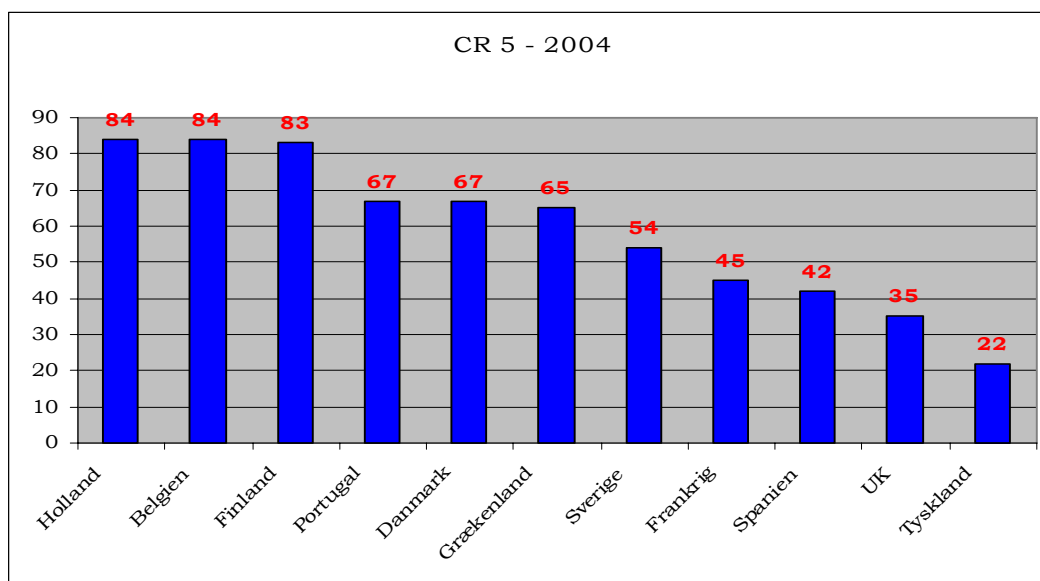
ger af mindre selvstændige sparbanker, hvilket kulminerede med dannelsen af Sparbanken Sverige i 1992. I februar 2001 indledte Förenings-Sparbanken fusionsforhandlinger med SEB med det formål at danne SEB Swedbank. Fusionsplanerne blev dog afbrudt i september 2001, da det viste sig, at EU-kommissionens krav til en godkendelse viste sig at være for omkostningskrævende.

3.2 Koncentration

De stedsfundne fusioner og etablering af de finansielle supermarkeder er en væsentlig forklaring på den koncentration der er sket i den nordiske finansielle sektor og som kan belyses af den såkaldte koncentrationsgrad CR5⁹. Koncentrationsmålet for pengeinstitutsektoren CR5 var i 2003 følgende for udvalgte EU-lande:

Figur: 5

Koncentrationsgrad



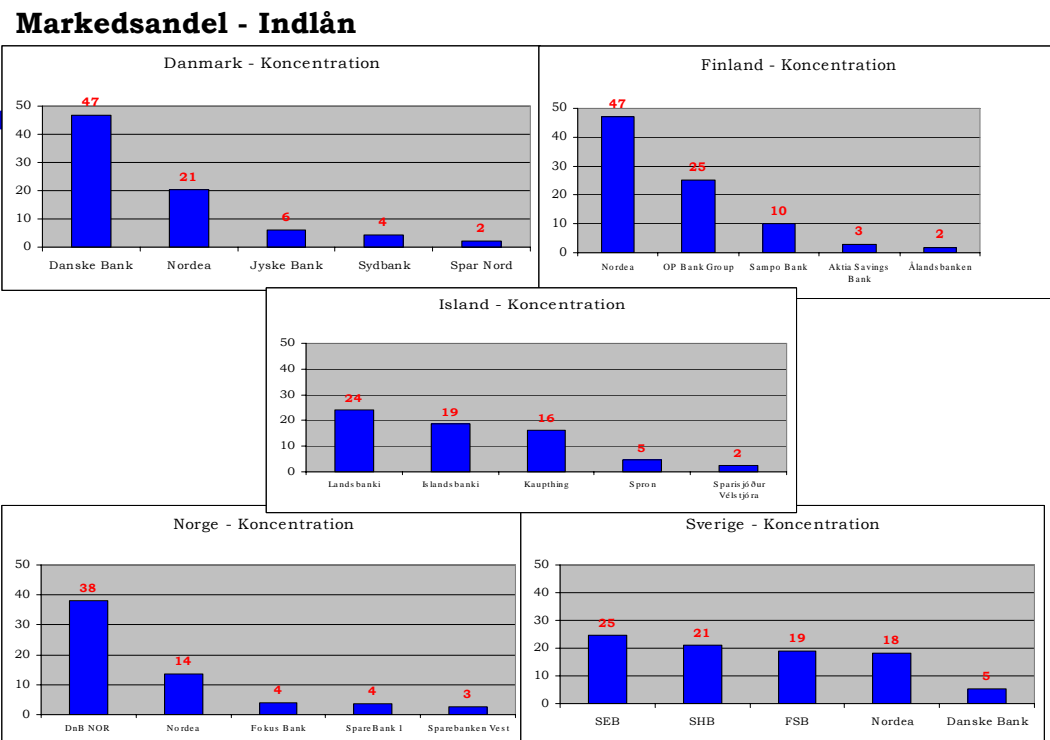
Kilde: ECB. Report on EU Banking Structure, October (2005).

Koncentrationsmålet er generelt størst i de mindre lande, hvilket skyldes, at pengeinstitutterne skal have en vis størrelse for at fungere effektivt, og at de derfor forsøger at udnytte stordriftsfordele. Koncentrationen bliver derfor større i de små lande, hvor der kun er plads til få store institutter. Koncentrationsmålet viser dog, at Finland og Danmark er placeret i den absolut øvre ende.

⁹ (Concentration Ratio 5) illustrerer den samlede markedsandel for de fem største virksomheder i en branche ud fra eksempelvis den samlede aktivmasse.

Som beskrevet i afsnit 3.3 om metode, er de fem største pengeinstitutter (målt på indlån) i hvert af de fem nordiske lande blevet anmodet om at besvare en række spørgsmål. Af figur 3 fremgår, hvor stor en andel af fem største pengeinstitutter har af det samlede indlån. Figur 6 viser koncentrationen (målt på indlån) i hvert af de fem nordiske lande:

Figur: 6



3.2.1 Danmark

I Danmark udgør de fem største pengeinstitutters markedsandel målt på indlån 80 %. Herudover er det værd at bemærke, at den største bank Danske Bank er mere end dobbelt så stor som den næststørste Nordea. De to største banker har tilsammen en markedsandel på 68 %.

Pengeinstitutsektoren i Danmark har traditionelt været opdelt i landsdækkende, regionale og lokale pengeinstitutter. Herudover har der været pengeinstitutter med et mindre produktudbud, eksempelvis nichebankerne og pengeinstitutter med specielle mærkesager eller holdninger. Pengeinstitutsektoren er i dag opdelt på følgende måde: Tre mega finansielle koncerner Danske Bank, Nordea og Nykredit. Tre store pengeinstitutter, Jyske Bank, Sydbank og Spar Nord Bank. Herefter er der 5–6 pengeinstitutter med en markedsandel på omkring 1 %. De resterende 165 pengeinstitutter har tilsammen en markedsandel på 14,9 %, heraf tegner de syv udenlandske pengeinstitutter sig for ca. 4,1 % (målt på indlån).

Ved udgangen af 2004 var der i Danmark¹⁰ 175 pengeinstitutter og 17 filialer af udenlandske pengeinstitutter. På Færøerne er der 4 pengeinstitutter.

3.2.2 Finland

I Finland udgør de fem største pengeinstitutters markedsandel målt på indlån 87 %. På samme måde som i Danmark er den største bank Nordea, næsten dobbelt så stor som den næststørste OP Bank Group. De to største banker har tilsammen en markedsandel på 72 %.

OP Bank Group, der blev dannet i 1997, er et landsdækkende bank-samarbejde, der består af 239 selvstændige samvirkende banker, der er lokalt forankret og ejet af medlemmerne. Samarbejdet betyder, at de banker der deltager i samarbejdet er gensidige ansvarlige for hele bankgruppens aktiviteter. I september 2005 har OP Bank Group udvidet sine aktiviteter i forsikringssektoren, idet OKO Bank har købt aktiemajoriteten i Finlands næststørste forsikringsselskab Pohjola.

Pengeinstitutsektoren i Finland består således i dag af tre finansielle konglomerater, en række sparekasser og 42 lokale samvirkende banker.

Ved udgangen af 2004 var der i Finland 332 pengeinstitutter og 12 filialer af udenlandske pengeinstitutter.

3.2.3 Island

I Island udgør de fem største pengeinstitutters markedsandel målt på indlån 66 %. Modsat Danmark og Finland er forskellen i markedsandele mellem de tre største pengeinstitutter ikke så udtalt. De to største pengeinstitutter har tilsammen en markedsandel på 43 %.

I Island er gennem de senere år sket betydelige ændringer. I en lang periode var de tre største banker, Islandsbanki, Búnaðarbankinn og Landsbankinn ejet af staten, herudover var tre mindre banker ejet af private, bl.a. Kaupthing hf. og Alþýðubankinn, der var ejet af arbejderbevægelsen. Ændringer tog for alvor fart i 1989, da Islandsbanki hf. blev oprettet ved en fusion af The Fisheries Bank of Iceland, The Industrial Bank of Iceland, Iceland Bank of Commerce og The Union Bank. Dette var begyndelsen til privatiseringen af statsbankerne. I 2000 fusionerede Islandsbanki med FBA – The Icelandic Investment Bank. I 1998 blev de to andre statsbanker omdannet til aktieselskaber og i oktober 2000 besluttede den islandske regering, at indlede en fusion mellem Búnaðarbankinn og Landsbankinn. Fusionen blev imidlertid ikke gennemført, idet Konkurrencerådet i december 2000 udtalte, at fusionen ville medføre en for stor koncentration og markedsdominerende position. I februar 2003 var privatiseringen af Landsbanki Island hf. tilendebragt.

¹⁰ Inkl. Grønland.

Kaupthing hf. er etableret i 1982 af otte islændinge. Siden 1995 er banken vokset betydelig ved at spille en stor rolle på det islandske investment banking område. I 2000 blev banken børsnoteret og siden har Kaupthing opkøbt en række selskaber. I 2003 fusionerede Kaupthing med Búnaðarbankinn og i 2004 opkøbte banken FIH i Danmark. Målt på aktiver var Kaupthing Bank ultimo 2004 den største bank i Island, herefter følger Landsbanki og Islandsbanki.

Ved udgangen af 2004 var der i Island 4 banker og 24 sparekasser, hvoraf Spron (Reykjavik Savings Bank) er den største sparekasse.

3.2.4 Norge

I Norge udgør de fem største pengeinstitutters markedsandel målt på indlån 62 %. I Norge er den største bank DnB NOR¹¹ 2,7 gange større end den næststørste bank Nordea. De to største banker har tilsammen en markedsandel på 52 %¹².

Ved udgangen af 2004 var der i Norge 127 sparebanker og 13 forretningsbanker og 8 filialer af udenlandske banker¹³. Herudover er der tre sparbankgrupperinger¹⁴, hvor SpareBank 1-Gruppen og Terra-Gruppen¹⁵ er det største. 122 af sparebankerne er gennem forskellige aftaler knyttet til disse grupperinger.

3.2.5 Sverige

I Sverige udgør de fem største pengeinstitutters markedsandel målt på indlån 88 %. I Sverige varierer markedsandelen for de fire største pengeinstitutter "kun" med 7 %. De to største banker har tilsammen en markedsandel på 46 %.

Overordnet set er pengeinstitutmarkedet i Sverige inddelt i tre grupper; bankaktieselskaber, sparbanker og økonomiske foreninger. En anden måde, at inddele markedet på er i storbankerne (SEB, Svenska Handelsbanken, FöreningsSparbanken og Nordea), de fritstående sparbanker, ca. 80 sparbanker, der samarbejder med FöreningsSparbanken på en række områder og endelig nichebankerne, eksempelvis IKANO Banken og ICA-banken¹⁶.

¹¹ DnB Nor er resultatet af en række fusioner, herunder fusionen mellem Den norske Creditbank og Bergen Bank i 1990. I 1999 fusionerer DnB med Postbanken og i 2003 købes Nordlandsbanken og samme år fusioneres DNB Holding ASA og Gjensidige NOR ASA (ligeledes resultatet af en række fusioner, herunder Sparebanken NOR og Gjensidige-gruppen) og etablerer DnB NOR.

¹² Se Konkurransetilsynet: Konkurransesituasjonen i finansmarkedene (2003).

¹³ Kilde: Kredittilsynet.

¹⁴ Kilde: Sparebankforeningen.

¹⁵ Terra-Gruppen ejes af 85 selvstændige sparebanker. Gruppen ejer forskellige produktselskaber, bl.a. et skadesforsikringsselskab. Distributionen af disse produkter sker hovedsageligt gennem sparbankerne.

¹⁶ Se Konkurrensverket: Konkurrencen i Sverige 2002, rapportserie 2002:4 (2004).

Ved udgangen af 2004 var der i Sverige 126 pengeinstitutter. Heraf 76 sparbanker, 26 bankaktieselskaber, 19 filialer af udenlandske banker, tre udenlandske pengeinstitutter og to medlemsbanker¹⁷.

¹⁷ Kilde: Svenska Bankföreningen: Bank- och Finansstatistik (2004).

4. Undersøgelse af priserne for en families kontohåndtering

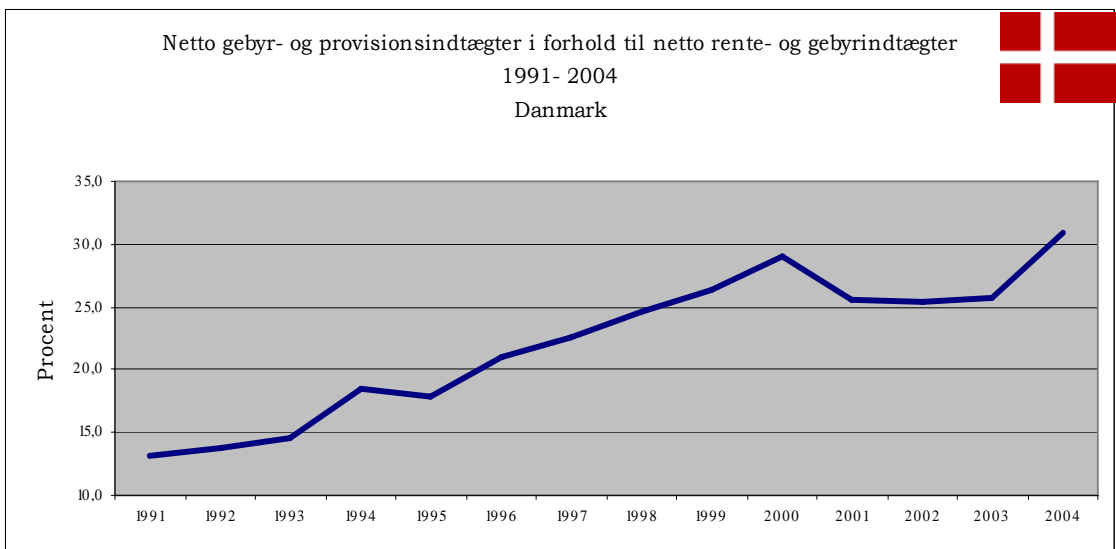
Pengeinstitutvæsen handler basalt set om penge ind og penge ud, idet der er en række personer eller virksomheder, der ønsker at placere deres overskydende likviditet, og tilsvarende er der en række personer eller virksomheder, der ønsker at få stillet likviditet til rådighed. Hermed indtager pengeinstitutterne en central rolle i samfundsøkonomien som formidlere og fordelere af samfundets kapitalressourcer. Herudover har stort set alle voksne og alle virksomheder et forretningsforhold til et pengeinstitut, og dermed vil et moderne samfund ikke kunne fungere uden pengeinstitutterne. Derfor er det ikke overraskende, at pengeinstitutternes pris-sætning, herunder rente- og gebyrindtjeningen påkalder sig en betydelig interesse hos beslutningstagere, myndigheder, brancheorganisationer og forbrugerorganisationer.

4.1 Udviklingen i gebyr- og provisionsindtægter

Pengeinstitutternes indtjening er gennem de senere år steget betragteligt, hvilket bl.a. hænger sammen med et betydeligt fald i pengeinstitutternes tab og et øget aktivitetsniveau i form af både stigende indlån og udlån. Endelig har det faldende renteniveau medført, at pengeinstitutterne i øget omfang har fokuseret på gebyr- og provisionsindtægter. Udviklingen i gebyr- og provisionsindtægterne i Danmark siden 1991 fremgår af figur 7.

Figur: 7

Udviklingen i gebyr- og provisionsindtægter (Gebyrprocent)

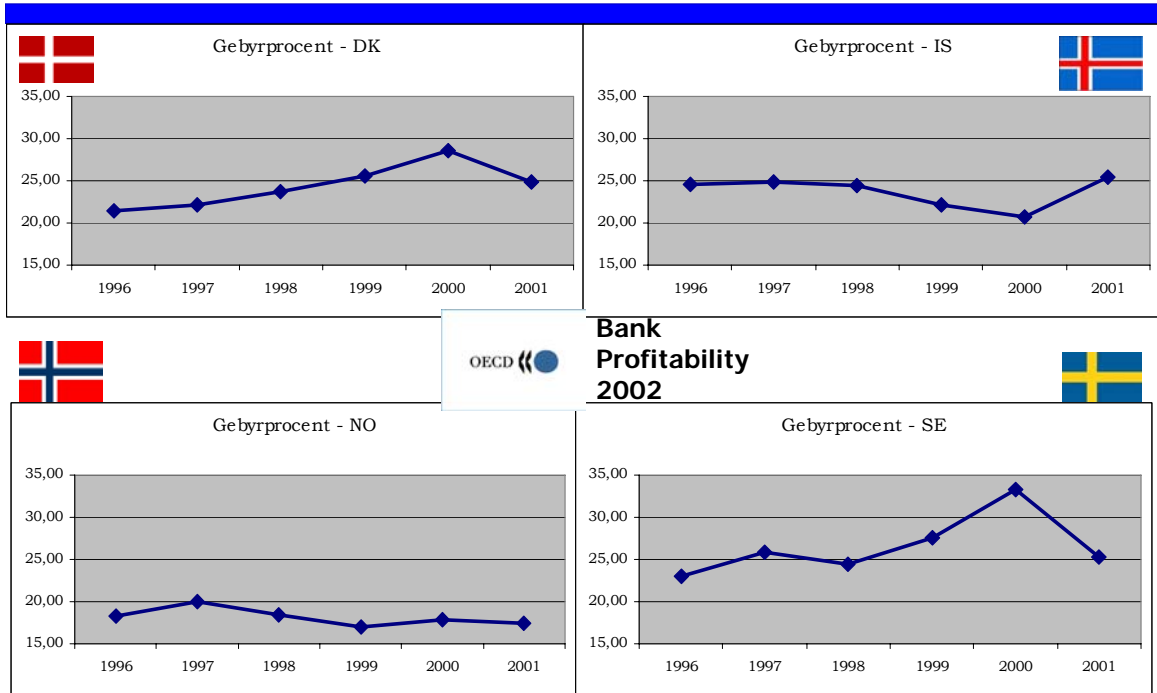


Kilde: Egne beregninger på baggrund af oplysninger fra Finanstilsynet.

I de øvrige nordiske lande tegner der sig et lidt anderledes billede, hvilket illustreres af figur 8, der er baseret på OECD's rapport: „Banking profitability (2002)“.

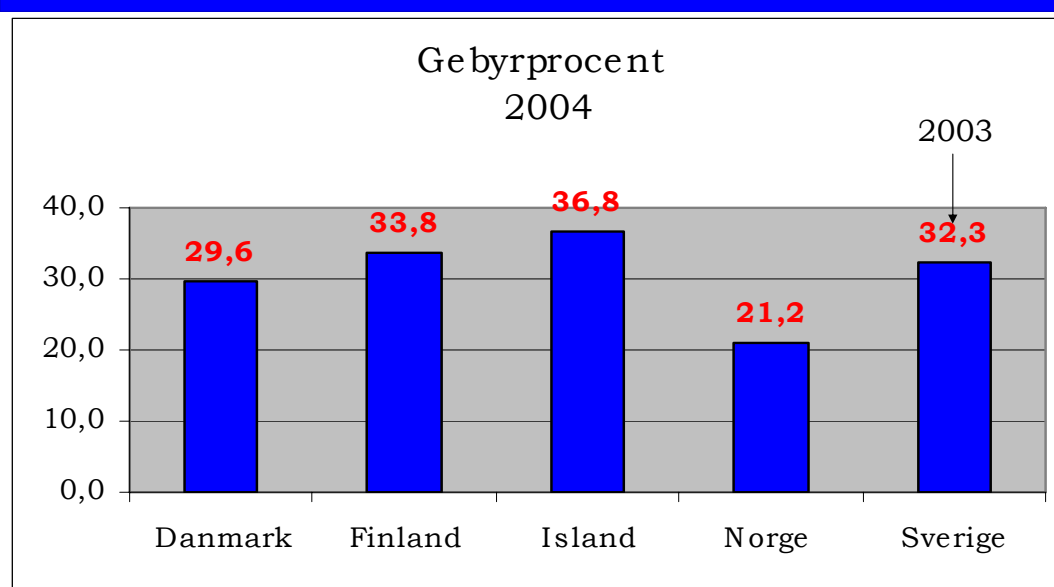
Figur: 8

Udviklingen i gebyr- og provisionsindtægter (Gebyrprocent)



I Danmark og Sverige er gebyrprocenten steget, mens den i Island og i Norge stort set er uændret. OECD's rapport indeholder ikke detaljerede oplysninger om Finland, hvorfor det ikke har været muligt at vise udviklingen i Finland, men ultimo 2004 var gebyrprocenten (netto gebyr- og provisionsindtægter i forhold til netto rente- og gebyrindtægter) for de nordiske pengeinstitutter følgende:

Figur: 9

Gebyrprocenten i de nordiske lande

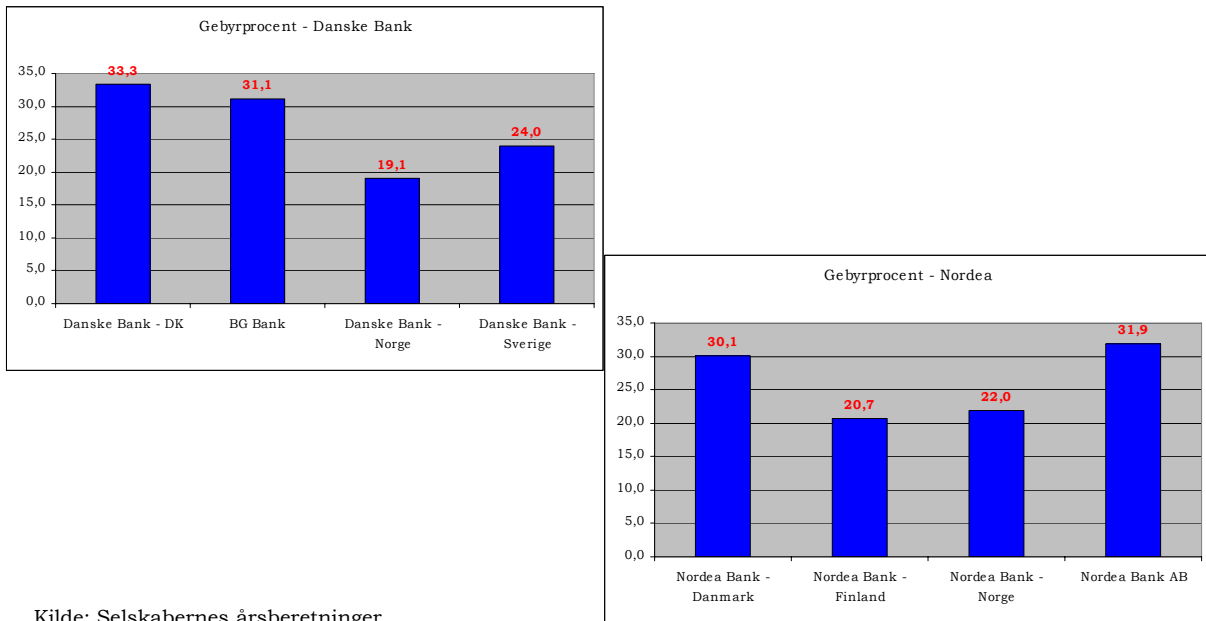
Kilde: Egne beregninger på baggrund af oplysninger fra Finanstilsynet, The Finnish Bankers Association, Fjármálaeftirlitið, Kredittilsynet og Sveriges officiella statistik.

Bemærk, at gebyrprocenten for Sverige er fra ultimo 2003¹⁸. Herudover skal det bemærkes, at gebyrprocenten indeholder pengeinstitutternes samlede gebyr- og provisionsindtægter, hvilket betyder, at de gebyrer og provisioner erhvervskunderne betaler også er indregnet. Det skyldes at pengeinstitutterne i årsrapporterne ikke opdeler disse poster i privatkunder og erhvervskunder. Dette er sandsynligvis også en del af forklaringen på, at eksempelvis Danske Bank og Nordeas gebyrprocent varierer inden for de forskellige lande.

¹⁸ Det fremgår ikke af Sveriges officiella statistik website, hvor tallene for 2004 offentliggøres.

Figur: 10

Gebyrprocenten i de nordiske lande



Kilde: Selskabernes årsberetninger.

4.2 Prisundersøgelsen

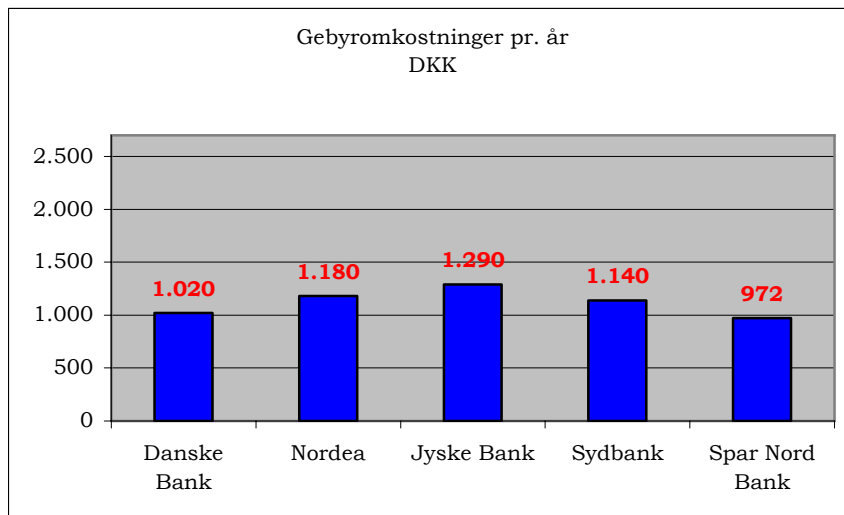
Som beskrevet i afsnit 3.3 om metode er hvert af de adspurgte pengeinstitutter blevet anmodet om at oplyse priserne for en modelfamilie med en given adfærd, herudover er der afgivet oplysninger om modelfamiliens økonomiske forhold.

I det følgende beskrives resultatet af den gennemførte prisundersøgelse. Der er taget udgangspunkt i de af pengeinstitutterne afgivne oplysninger, og idet omfang der er knyttet særlige betingelser til de oplyste priser er det anført i den efterfølgende beskrivelse.

4.2.1 Danmark

Resultatet af prisundersøgelsen i Danmark fremgår af figur 11:

Figur: 11

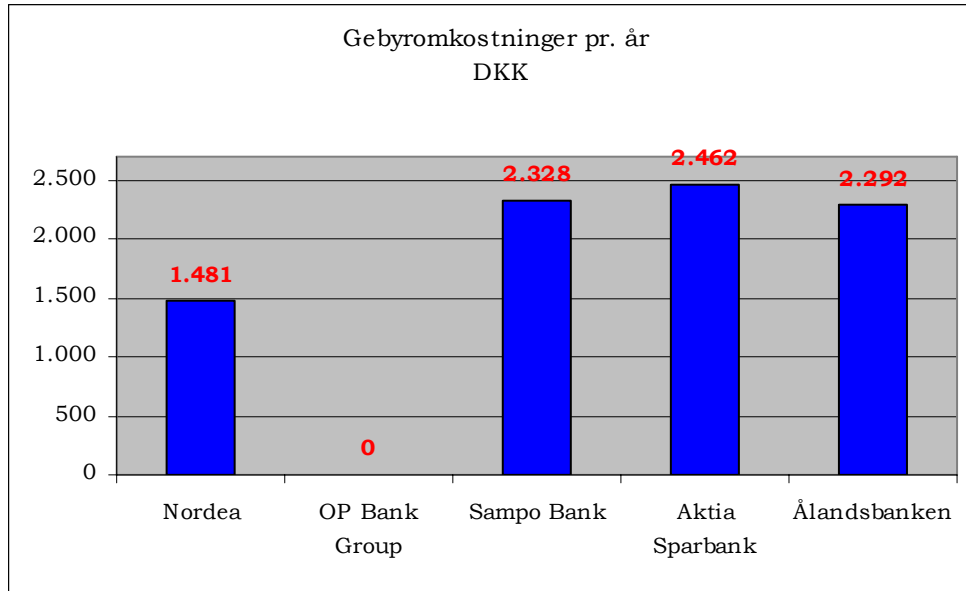


I Danmark varierer omkostningerne for den pågældende modelfamilie fra 972 kr. til 1.290 kr. Herudover skal det bemærkes, at Danske Bank har oplyst prisen for „Danske Privat“, hvis modelfamilien i stedet valgte kundepakken „Danske Ekstra“ ville prisen være 840 kr. I Nordea er der taget udgangspunkt i „Basis-priser“ og det er forudsat at overførslen til et andet nordisk land foretages via Netbank (oplyst til 360 kr.), hvis beløbet overføres via en Nordea filial til et andet pengeinstitut er den årlige omkostning 1.020 kr. Hvis familien valgte Nordeas Fordel+program ville den årlige udgift være 1.105 kr. I Jyske Bank varierer girobetalingerne fra 15–25 kr. pr. stk. afhængig af filial. Hvis modelfamilien var kunde i en af de „billige“ filialer ville den årlige omkostning være 1.170 kr. Hvis modelfamilien var blandt Spar Nord Banks stjernekunder ville den årlige omkostning kunne reduceres til 822 kr.

4.2.2 Finland

Resultatet af prisundersøgelsen i Finland fremgår af figur 12. Som nævnt skal det bemærkes og beklages, at OP Bank Group ikke har ønsket at afgive de fornødne oplysninger.

Figur: 12

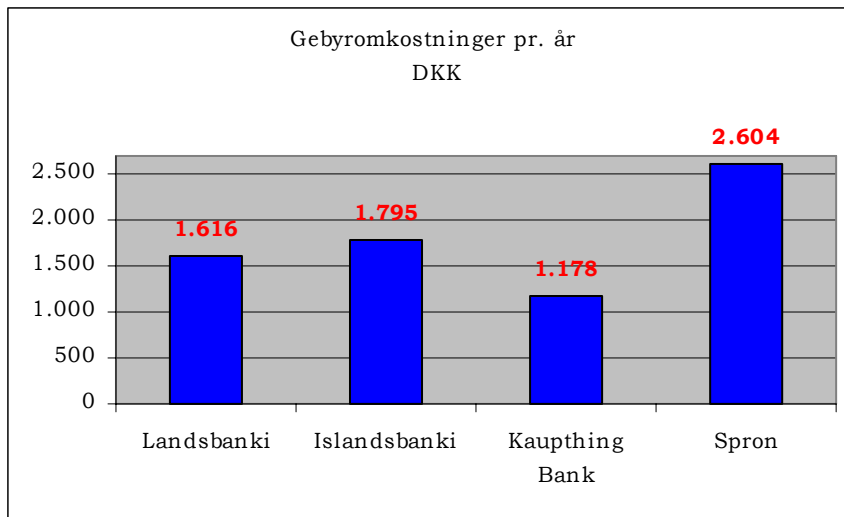


Omregningskursen fra EURO til DKK er 745,84.

Som det fremgår af figur 12 varierer omkostningerne i Finland for den pågældende modelfamilie fra 1.481 kr. til 2.462 kr. Herudover skal det bemærkes, at Nordea ved overførsel til et ikke EU land beregner sig yderligere 1.020 kr., hvorved modelfamiliens samlede omkostninger ville stige til 2.501 kr. pr. år. Endelig skal det bemærkes, at modelfamilien i Aktia Sparbank kan reducere den årlige omkostning med 537 kr., hvis familien anvender Internetbanken.

4.2.3 Island

Resultatet af prisundersøgelsen i Island fremgår af figur 13. Det skal indledningsvis bemærkes, at Sparisjóður Vélstjóra ikke har ønsket at afgive de fornødne oplysninger.

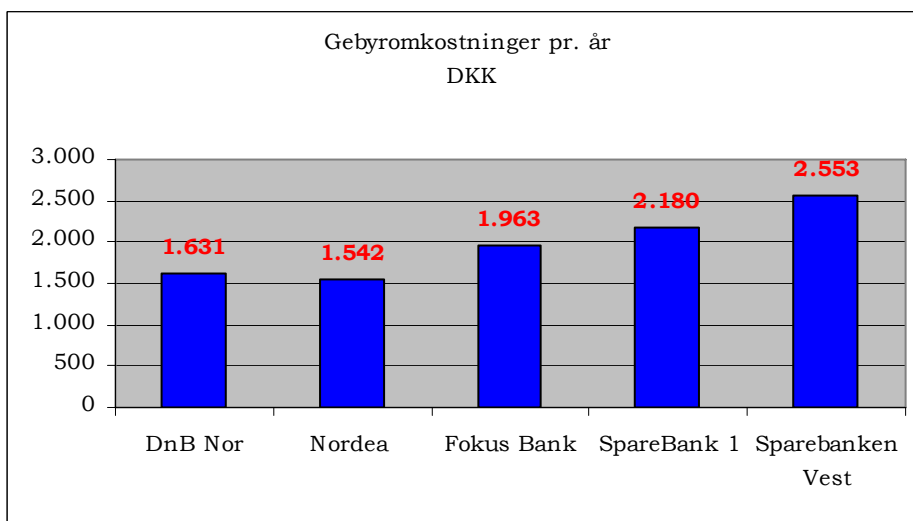
Figur: 13

Omregningskursen fra ISK til DKK er 9,689.

I Island varierer omkostningerne for den pågældende modelfamilie fra 1.178 kr. til 2.604 kr. Det skal bemærkes, at i Landsbanki ville familien kunne spare 388 kr. om året ved at modtage kvitteringerne elektronisk og klare overførslen til et andet nordisk land ved check. Det skal videre bemærkes, at Islandsbanki har forudsat at modelfamilien anvender bankens loyalitetsprogram: „Gullvild“, hvis ikke ville de årlige omkostninger være 1.311 kr. større, altså en årlig omkostning på 3.106 kr.

4.2.4 Norge

Resultatet af prisundersøgelsen i Norge fremgår af figur 14.

Figur: 14

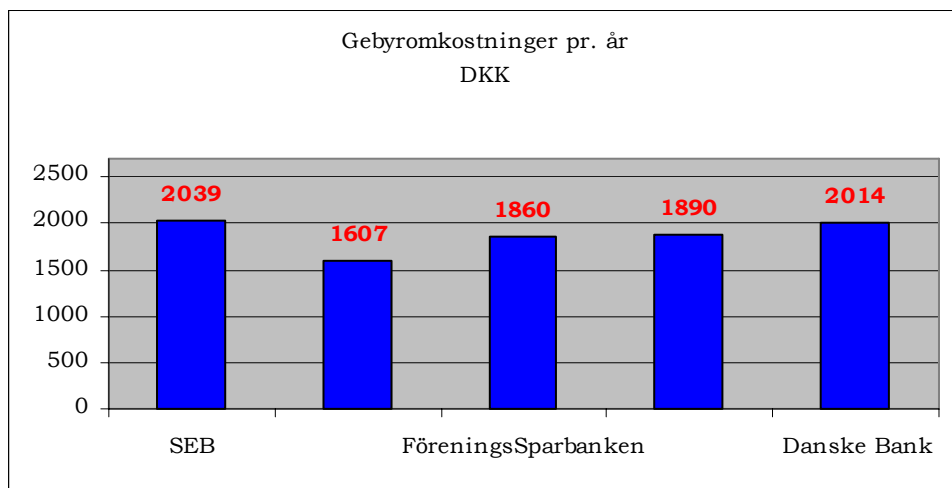
Omregningskursen fra NOK til DKK er 95,08.

Som det fremgår af figur 14 varierer omkostningerne for den pågældende modelfamilie i Norge fra 1.542 kr. til 2.553 kr. Det skal bemærkes, at DnB Nor har forudsat at modelfamilien anvender bankens „Totalkunde-programmet“, herudover har DnB Nor bemærket, at modelfamiliens adfærdsmønster giver et ufuldstændigt billede, når der ikke tages hensyn til varekøb og den dermed forbundne cash-back ordning. Nordea har forudsat at familien var en „Fordel Pluss-kunde“, SpareBank 1 har oplyst priserne for produktpakken „Privat Pluss“ og Sparebanken Vest har ligeledes forudsat at familien valgte bankens fordelsprogram.

4.2.5 Sverige

Resultatet af prisundersøgelsen i Sverige fremgår af figur 15.

Figur: 15



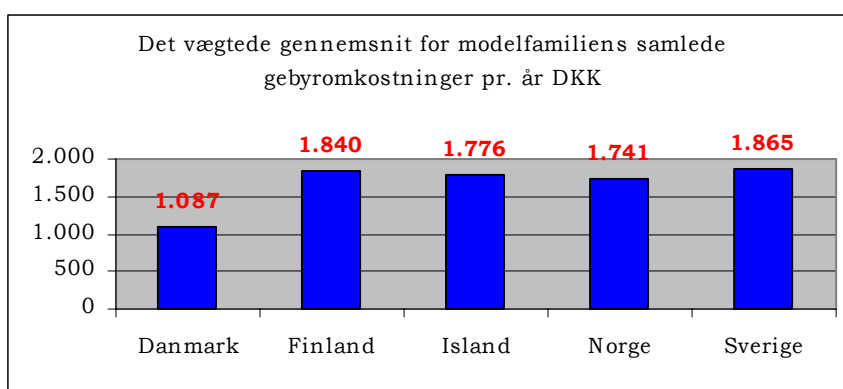
Omregningskursen fra SEK til DKK er 79,92.

I Sverige varierer omkostningerne for den pågældende modelfamilie fra 1.607 kr. til 2.039 kr. Det skal dog bemærkes, at der specielt ved overførslerne til udlandet og girobetalingerne er en række forhold der enten kan reducere eller forøge modelfamiliens samlede omkostninger. Generelt vil det være langt billigere at overføre beløbene via internetbankerne eller som en EU-betaling og ved at anvende bankgiro frem for postgiro reduceres omkostningerne med ca. 25–30 %. I ovennævnte opgørelse er det forudsat, at betalingerne foretages via bankgiro. I FöreningsSparbanken vil modelfamilien kunne reducere de årlige omkostninger med 82 kr. ved at vælge et Maestrokort frem for et Visakort. Endelig skal det bemærkes, at det i Danske Bank er gratis at overføre penge til en kunde i Danske Bank i Danmark eller Norge.

4.3 Det vægtede gennemsnit

I ING, EFMA og Capgemini Ernst & Youngs rapport: „World Retail Banking 2005“, omtalt i afsnit 3.2 er der på landeniveau foretaget en vægtning af de undersøgte pengeinstitutters samlede gebyrer. For på samme måde, at kunne sammenligne de fem nordiske lande er resultaterne af den gennemførte prisundersøgelse (figur 11–15) vægtet på landeniveau i forhold til pengeinstitutternes koncentrationsgrad på indlån (figur 6). Det vægtede resultat fremgår af figur 16:

Figur: 16



Figur 16 viser i modsætning til rapporten: „World Retail Banking 2005“, at Norge er billigere end Sverige, hvilket bl.a. kan tilskrives det meget betydelige antal forudsætninger der er gjort. De øvrige nordiske lande er ikke behandlet i rapporten: „World Retail Banking 2005“. Herudover er det vægtede gennemsnit et resultat af at modelfamilien, eksempelvis i Danmark er 47 % kunde i Danske Bank, 21 % i Nordea osv. Disse forhold tilskriver, at der skal udvises stor forsigtighed ved fortolkningen af disse landeundersøgelser. Af figur 17 fremgår forskellene inden for de forskellige serviceydelser opgjort på landeniveau.

Figur: 17

Sammenligning af gebyromkostninger på tværs af landene

Art (Beløb i DKK)	Danmark	Finland	Island	Norge	Sverige
15 regningsbetalinger via internetbank pr. måned	0-180	0-224	0	0-300	0-124
1 separat kvittering pr. måned	0-132	72-358	52-110	23-95	0-96
15 kontanthævninger i pengeautomat pr. måned	0	0	0	0-240	0
2 kontoudtog via pengeautomaten pr. måned	0-240	45-90	0	0-46	0-58
1 hævnings i pengeinstituttets filial pr. måned	0	0	15-117	0-114	0
1 girobetaling i pengeinstituttets filial pr. måned	180-300	228-358	0-110	253-399	40-432
5 betalinger via automatisk betalingstjeneste pr. måned	0	0-537	0-696	0-114	0-96
1 overførsel til et andet nordisk land pr. måned	240-540	54-1.074	73-930	228-882	384-1.630
2 debetkort	0	90-537	0-73	0-333	0-400
2 VISA kombinationskort	300-330	239-600	378-920	0-1.027	0-751
I alt	972-1.290	1.481-2.462	1.178-2.604	1.542-2.553	1.607-2.039

Figur 17 viser klart, at der er meget betydelige forskelle mellem de forskellige serviceydelser både nationalt og mellem de nordiske lande, hvilket understreger, at der skal udvises stor forsigtighed ved fortolkningen af sådanne landeundersøgelser.

4.4 Sammenfatning

Formålet med denne del af undersøgelsen var at afdække omkostninger for en modelfamilies kontohåndtering med en given adfærd.

Undersøgelsen har vist, at der både nationalt og specielt mellem de nordiske lande er store forskelle på hvad omkostningerne er for den anvendte modelfamilie. Herudover viser undersøgelsen at en stor del af de undersøgte pengeinstitutter anvender forskellige former for loyalitetsprogrammer¹⁹, kundepakker og produktpakker. Disse programmer og pakker er i væsentlig omfang medvirkende til at komplicere sammenligningerne. Endvidere viser undersøgelsen, at den post der varierer mest er gebyr for overførsel til udlandet. Dels er prisen systemafhængig og dernæst er der forskel på om pengeinstituttet opererer i flere nordiske lande. Videre er

¹⁹ Behandles yderligere i afsnit 8.

det i en række tilfælde forudsat at modelfamilien anvender de pågældende pengeinstitutters internetbank. Endelig kan det konstateres, at der bør udvises forsigtighed ved fortolkningen af de vægtede landeundersøgelser og for så vidt også de nationale undersøgelser. Dette illustreres yderligere af følgende eksempel. Ifølge undersøgelsen er Danmark det klart billigste land og på den baggrund er det relevant at omtale en af de centrale undersøgelser i Danmark, når det handler om vurdering af bankpriser. Magasinet *Penge & Privatøkonomi* har gennem mere end 10 år kåret Danmarks billigste bank. Magasinets undersøgelsesmetode har varieret over tid, men i 2005 har *Penge & Privatøkonomi* testet bankerne ved brug af tre modelfamilier; en single, et par og en børnefamilie. De bor i egen bolig, har bil og såvel gæld som opsparing i banken. Magasinet udsendte spørgeskemaer til de 18 største pengeinstitutter samt 3 internetbanker om at oplyse deres priser og rentesatser for modelfamiliernes indlån og udlån pr. 3. maj 2005.

Resultatet har i mange år været at den billigste „murstensbank“²⁰ i Danmark er Lån & Spar Bank. På den baggrund har jeg anmodet Lån & Spar Bank om, at afgive de samme oplysninger for modelfamilien. Modelfamiliens omkostninger ved at anvende Lån & Spar Bank blev 1.260 kr., hvilket sammenlignet med de øvrige danske pengeinstitutter ”kun” er overgået af undersøgelsens dyreste bank i Danmark – Jyske Bank, med kr. 1.290.

Dette eksempel viser, at prissammenligninger er komplicerede, idet kompleksiteten stiger markant når sammenligningerne omfatter flere produkter, hvilket behandles yderligere i afsnit 6.

²⁰ Et pengeinstitut der har fysiske filialer, modsat en ”ren” internetbank.

5. Undersøgelse af etableringsgebyrer, rentesatser og flyttegebyrer

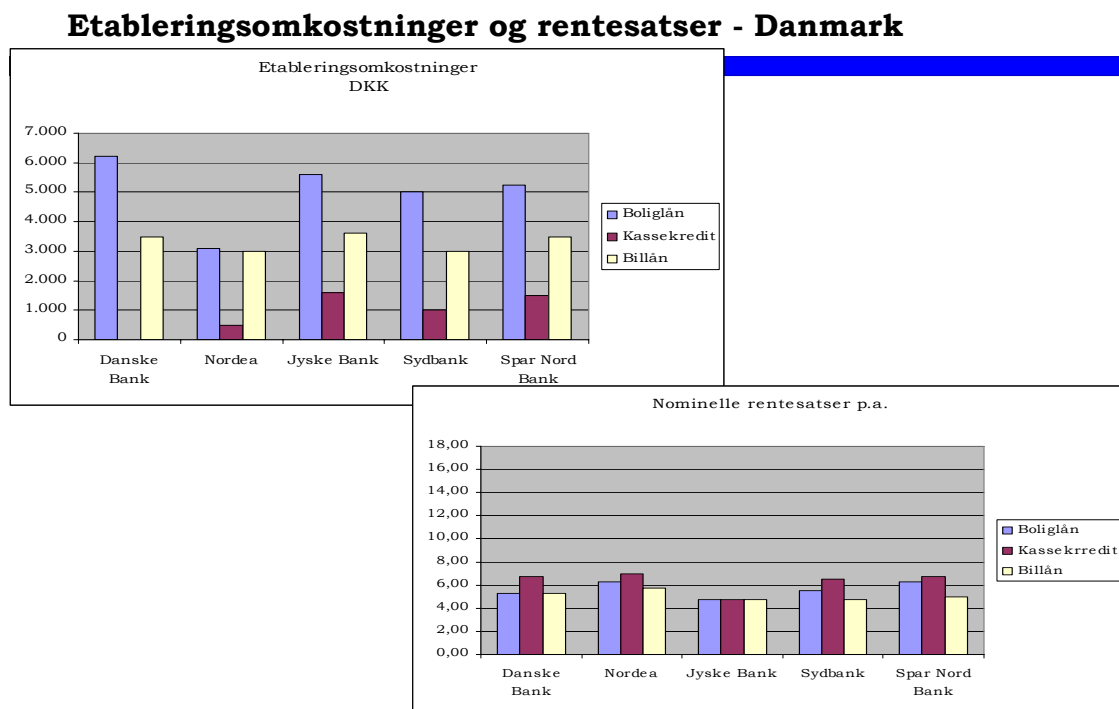
Som beskrevet i afsnit 3.3 om metode er hvert af de adspurgte pengeinstitutter blevet anmodet om at oplyse omkostningerne, herunder rentesatserne ved etablering af et kontoforhold, der består af et boliglån på DKK 250.000, en lønkonto med en tilknyttet kassekredit på DKK 50.000 og et billån på DKK 150.000. Modelfamilien er på en skala fra 1–5, hvor 1 er bedst, en type 2 kunde. Det betyder, at kunden har en positiv formue og et månedligt rådighedsbeløb på DKK 16.000 til mad, tøj og fornøjelser. Familien består af 2 voksne og 2 børn på 5 og 10 år. Herudover har pengeinstitutterne skulle oplyse omkostningerne ved at flytte et kontoforhold, der består af et boliglån på DKK 250.000, en lønkonto med en tilknyttet kassekredit på DKK 50.000 og et billån på DKK 150.000.

I det følgende beskrives resultatet af den gennemførte undersøgelse. I det omfang pengeinstitutterne anvender rentespænd eller intervalrenter er det anført i den efterfølgende beskrivelse.

5.1 Danmark

Resultatet af undersøgelsen i Danmark fremgår af figur 18:

Figur: 18



I Danmark varierer etableringsomkostningerne for et boliglån fra 3.100 kr. til 6.225 kr., mens omkostningerne for en lønkonto med en kassekredit spænder fra 0 kr. til 1.600 kr. Etableringsomkostningerne for et billån spænder fra 3.000 kr. til 3.600 kr.

Rentesatserne for et boliglån spænder fra 4,75 % til 6,25 %. Det skal dog bemærkes, at Danske Bank har oplyst, at rentespændet for boliglån er 5,25 %–10,50 % og Jyske Bank har oplyst, at rentespændet for alle tre lånetyper er 4,75 %–6,75 %. Herudover oplyser Jyske Bank, at både rentesatser og etableringsomkostninger fastsættes ud fra en individuel vurdering af kundeforholdet, idet der tages hensyn til forretningsomfanget med banken, engagementsstørrelse, sikkerhedsstillelse og risiko, låneformål, kundeforholdets varighed, låntagers indtægts- og formueforhold, samt låntagers øvrige relationer til banken.

Rentesatserne for en lønkonto med en kassekredit varierer fra 4,75 % til 7,00 %. Det skal dog bemærkes, at Danske Bank har oplyst, at rentespændet for denne lånetype er 6,75 %–12,00 %.

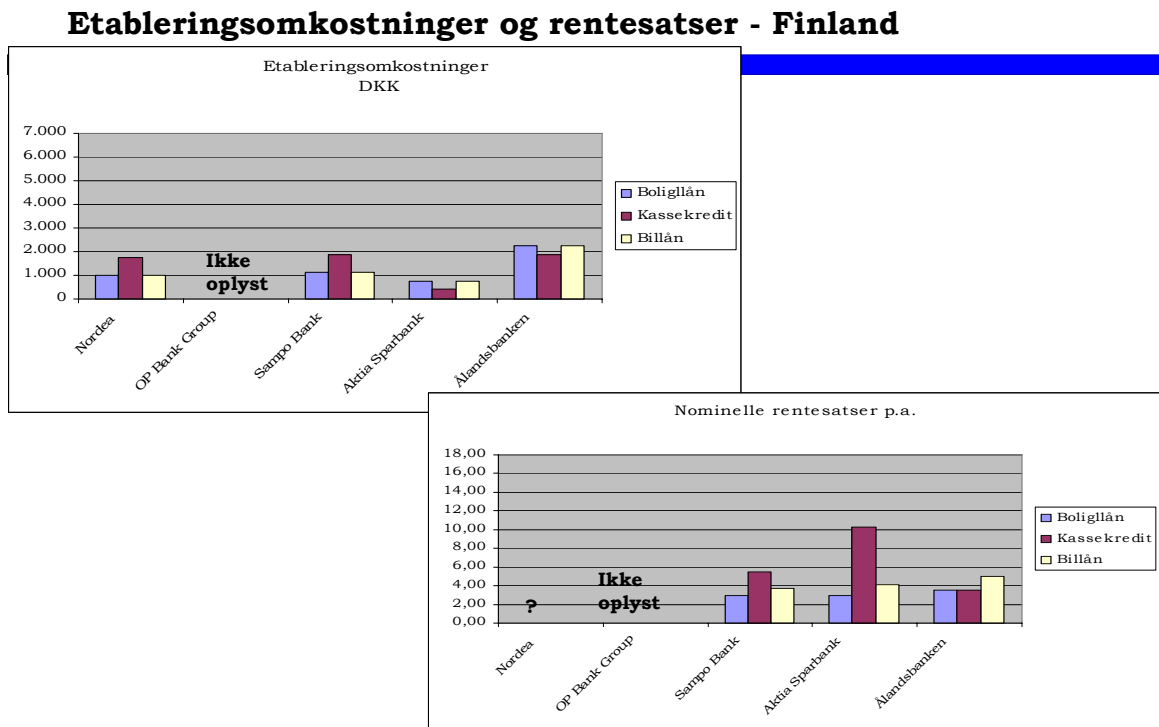
Rentesatserne for et billån spænder fra 4,75 % til 5,75 %. Danske Bank har oplyst, at rentespændet for denne lånetype er 5,25 %–11,00 %.

Undersøgelsen af de danske pengeinstitutter viser endvidere, at ingen af disse pengeinstitutter opkræver gebyrer for at flytte et boliglån, en lønkonto med en kassekredit eller et billån.

5.2 Finland

Resultatet af undersøgelsen i Finland fremgår af figur 19:

Figur: 19



I Finland spænder etableringsomkostningerne for et boliglån fra 746 kr. til 2.238 kr., mens omkostningerne for en lønkonto med en kassekredit varierer fra 410 kr. til 1.865 kr. Etableringsomkostningerne for et billån spænder fra 746 kr. til 2.238 kr.

Rentesatserne for et boliglån spænder fra 2,90 % til 3,50 %. Det skal bemærkes, at Nordea har oplyst, at det ikke er muligt at angive en rentesats idet renten er afhængig af den konkrete kunde.

Rentesatserne for en lønkonto med en kassekredit varierer fra 3,50 % til 10,25 %.

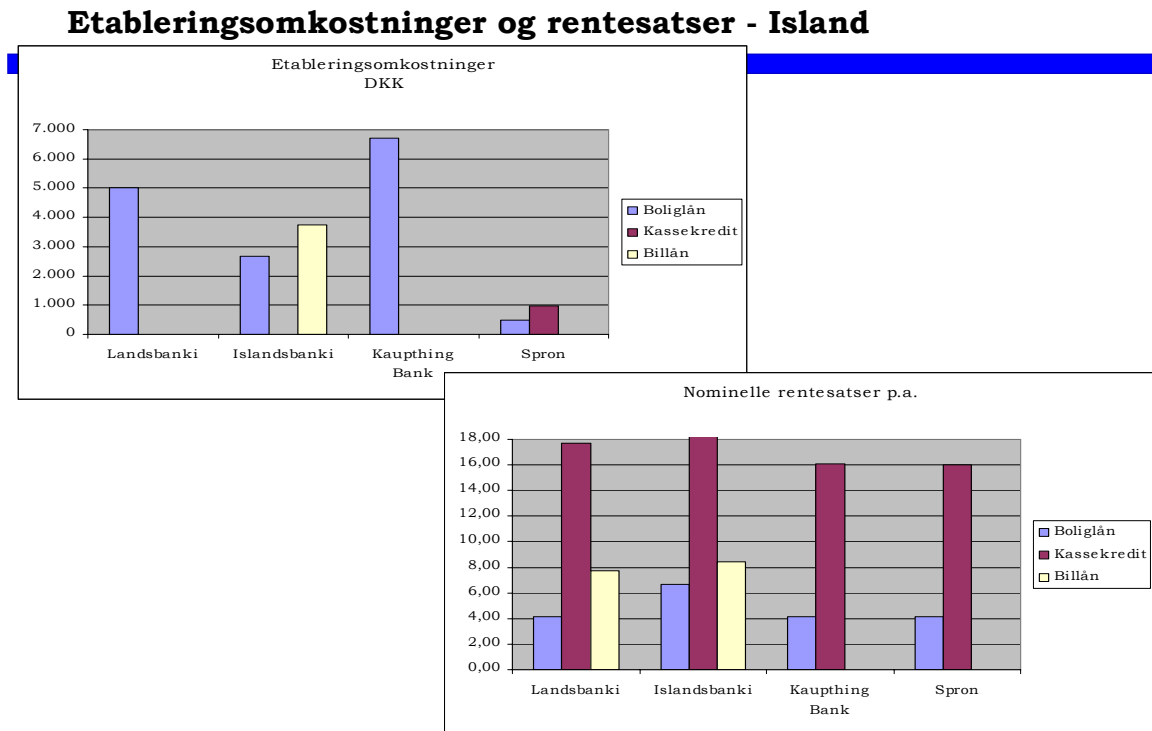
Rentesatserne for et billån spænder fra 3,70 % til 5,00 %.

Undersøgelsen af de finske pengeinstitutter viser, at det alene er Nordea der opkræver gebyrer for at flytte et boliglån, en lønkonto med en kassekredit eller et billån. Nordea har oplyst, at gebyret er ca. 740 kr. pr. lån.

5.3 Island

Resultatet af undersøgelsen i Island fremgår af figur 20:

Figur: 20



I Island varierer etableringsomkostningerne for et boliglån fra 487 kr. til 6.709 kr., mens omkostningerne for en lønkonto med en kassekredit spænder fra 0 kr. til 978 kr. Etableringsomkostningerne for et billån spænder fra 0 kr. til 3.750 kr. og det skal bemærkes, at det alene er Landsbanki og Islandsbanki, der udbyder dette produkt.

Det bemærkes, at boliglån med en løbetid på mere end 5 år, sædvanligvis indekseres med konsumentprisindexet. De seneste 10 år har 12 måneders ændringerne i konsumentprisindexet i gennemsnit været 3,5 %, dækkende over en variation fra 0,8 % til 9,4 %.

Rentesatserne for et boliglån spænder fra 4,15 % til 6,67 %. Rentesatserne for en lønkonto med en kassekredit varierer fra 16,00 % til 18,90 %. Rentesatserne for et billån spænder fra 7,71 % til 8,40 %.

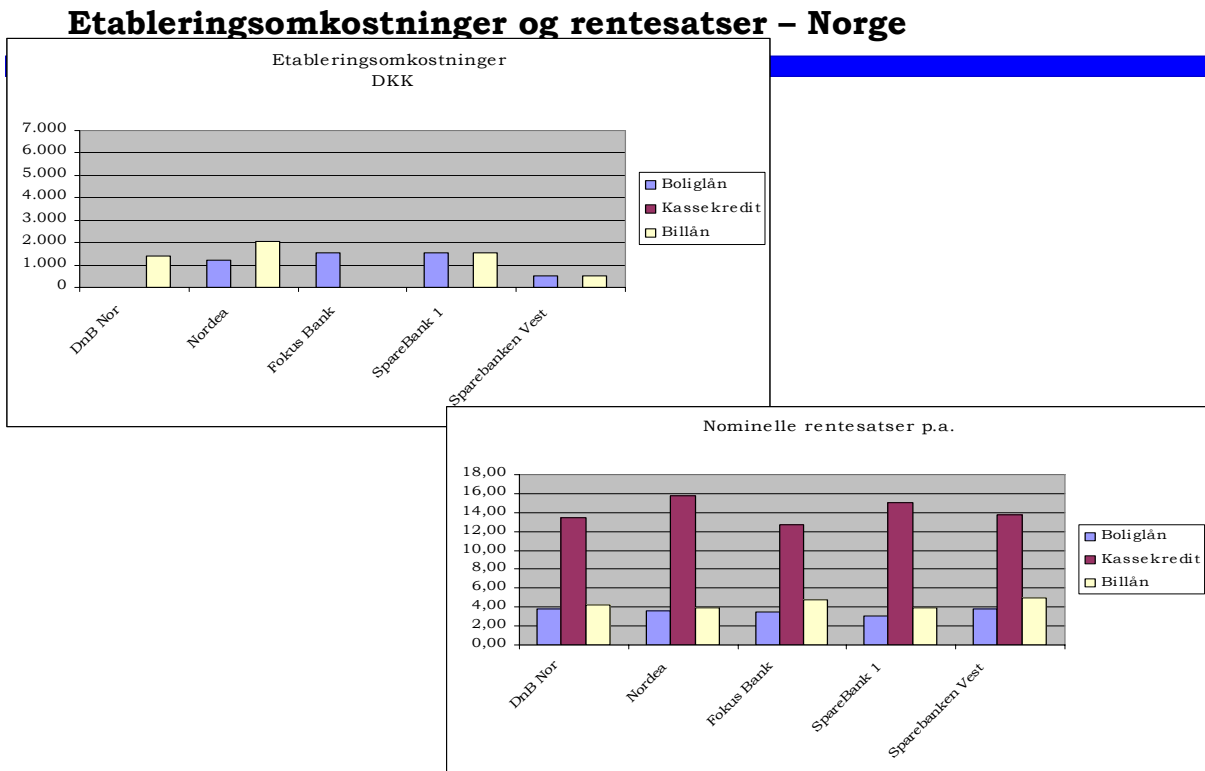
Hertil kommer således inflationstillægget (konsumentprisindexet).

Undersøgelsen af de islandske banker viser, at Islandsbanki og Kaupthing Bank tager gebyrer for at flytte et boliglån og et billån. Beløbene svinger fra 2.381 kr. til 5.000 kr.

5.4. Norge

Resultatet af undersøgelsen i Norge fremgår af figur 21:

Figur: 21



I Norge varierer etableringsomkostningerne for et boliglån fra 0 kr. til 1.521 kr., mens det er gratis at oprette en lønkonto med en kassekredit. Etableringsomkostningerne for et billån spænder fra 0 kr. til 2.054 kr. Rentesatserne for et boliglån spænder fra 3,10 % til 3,85 %.

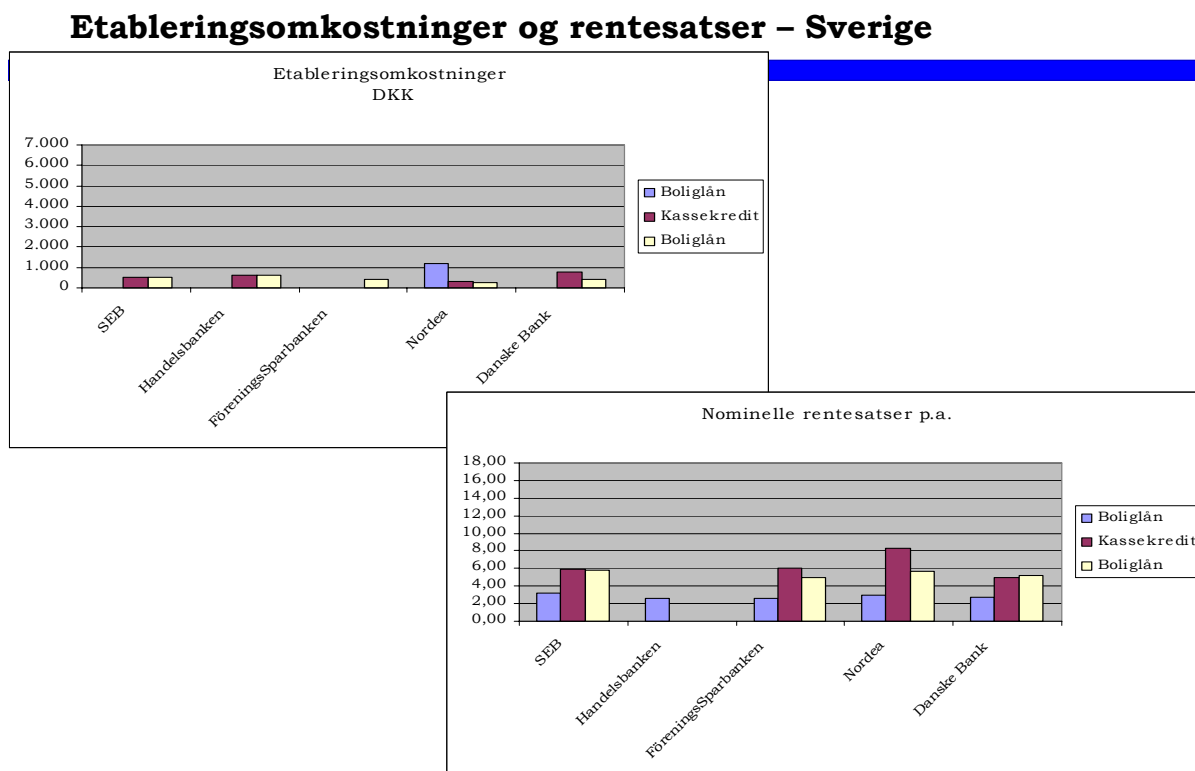
Rentesatserne for en lønkonto med en kassekredit varierer fra 12,75 % til 15,75 %. Rentesatserne for et billån spænder fra 3,95 % til 4,96 %.

Undersøgelsen af de norske pengeinstitutter viser endvidere, at ingen af disse pengeinstitutter opkræver gebyrer for at flytte et boliglån, en lønkonto med en kassekredit eller et billån.

5.5 Sverige

Resultatet af undersøgelsen i Sverige fremgår af figur 22:

Figur: 22



I Sverige spænder etableringsomkostningerne for et boliglån fra 0 kr. til 1.199 kr., mens omkostningerne for en lønkonto med en kassekredit varierer fra 0 kr. til 800 kr. Etableringsomkostningerne for et billån spænder fra 240 kr. til 600 kr.

Rentesatserne for et boliglån spænder fra 2,57 % til 3,15 %. Det skal bemærkes, at Svenska Handelsbanken har oplyst, at boliglån ydes gennem bankens datterselskab Stadshypotek AB og der anvendes varierende rentebindingsperioder.

Rentesatserne for en lønkonto med en kassekredit varierer fra 5,00 % til 8,25 %. Svenska Handelsbanken har oplyst, at det ikke er muligt at oplyse en rentesats, idet det er bankens filialer, der er ansvarlig for den enkelte kunderelation og dermed selv fastsætter renten. Der findes således ikke en centralt fastsat rente.

Rentesatserne for et billån spænder fra 4,95 % til 5,75 %. Svenska Handelsbanken har heller ikke kunne angive en rentesats på billån, jf. ovenstående.

Undersøgelsen af de svenske pengeinstitutter viser, at det alene er Nordea der opkræver gebyrer for at flytte en lønkonto med en kassekredit eller et billån. Nordea har oplyst, at gebyret er 320 kr. for lønkontoen og 240 kr. for billånet.

5.6 Sammenfatning

Undersøgelsen af etableringsgebyrer, rentesatser og flyttegebyrer kan overordnet sammenfattes således:

Tabel. 23

Beløb i DKK	Danmark	Finland	Island	Norge	Sverige
Etableringsgebyrer – i alt	6.600–10.800	0–6.341	0–6.709	1.056–3.290	400–1.759
Boliglån	4,75 %–6,25 %	2,90 %–3,50 %	4,15 %–6,67 %	3,10 %–3,85 %	2,57 %–3,15 %
Lønkonto med kassekredit	4,75 %–7,00 %	3,50 %–10,25 %	16,00 %–18,90 %	12,75 %–15,75 %	5,00 %–8,25 %
Billån	4,75 %–5,75 %	3,70 %–5,00 %	7,71 %–8,40 %	3,95 %–4,96 %	4,95 %–5,75 %
Flyttegebyrer i alt	0	0–2.238	0–8.000	0	0–560

I forhold til Island bemærkes, at alle lån med en løbetid på mere end 5 år har inflationstillæg. De seneste 10 år har inflationstillægget i gennemsnit været 3,36 % og varieret fra 1,4 % til 9,4 %.

Hvor Danmark i den vægtede undersøgelse af pengeinstitutternes samlede gebyrer for en modelfamilien (figur 16) var det billigste land, tegner der sig i undersøgelsen af etableringsgebyrer et anderledes billede. Her er det Sverige der har de laveste etableringsgebyrer og Danmark har i denne sammenhæng op til fire gange så høje etableringsgebyrer.

I Danmark og Norge anvendes ikke flyttegebyrer, mens Nordea som det eneste pengeinstitut anvender flyttegebyrer i både Finland og Sverige.

Det skal bemærkes, at det ikke indgår i undersøgelsen om pengeinstitutterne beregner sig gebyr ved overførsel af særlige indlånskonti og værdipapirdepoter m.m.²¹

På renteområdet, hvor rentefastsættelsen er karakteriseret af en række parametre kan undersøgelsens resultater sammenfattes således:

På boliglånsområdet er Sverige billigst og det er også i Sverige rentespændet er mindst 0,56 %.

En lønkonto med kassekredit er billigst i Finland, men Finland har også det største rentespænd på 6,75 %.

På billånsområdet er Finland også billigst, men også her er det Finland der har det største rentespænd på 1,3 %.

Undersøgelsen af omkostninger for en modelfamilies kontohåndtering og undersøgelse af etableringsgebyrer, rentesatser og flyttegebyrer kan på en skala fra 1–5, hvor 1 er det billigste land og 5 det dyreste land, sammenfattes således:

²¹ Se Finanstilsynet: "Rapport om Finanstilsynets undersøgelse af omkostninger og gebyrer ved kundens overførsel af engagement mellem pengeinstitutter", september (2001). Se også Økonomi- og Erhvervsministeriet: Gebyrer på penge- og realkreditmarkedet, rapport 15. september 2005.

Tabel: 24

Art/Land	DK	FI	IS	NO	SE
Kontohåndtering	1	4	3	2	5
Etableringsgebyrer	5	1	2	4	3
Rente – Boliglån	5	2	4	3	1
Rente – Kassekredit	2	1	5	4	3
Rente – Billån	3	1	5	2	4
Flyttegebyrer	1	4	5	1	3

Som det fremgår af tabel 24 tegner der sig ikke et entydigt mønster, men hvis undersøgelsesernes delelementer tillægges samme værdi eller betydning vil det betyde, at Finland²² totalt set er det billigste land. På andenpladsen kommer Norge, Danmark vil indtage tredjepladsen, Sverige fjerdepladsen og Island er det dyreste land.

Det skal igen understreges, at der skal udvises stor forsigtighed ved fortolkningen af sådanne landeundersøgelser, men undersøgelsen giver et fingerpeg og samtidig illustrerer sammenfatning forskellen mellem de nordiske lande, altså det forhold, at et land både kan være billigst og samtidig dyrest.

²² Denne konklusion er i overensstemmelse med Danmarks Nationalbanks undersøgelse: "En sammenligning af detailrenterne i Danmark og euroområdet", Kvartalsoversigt 4. kvartal 2005 (2005), s. 69. Her konkluderes det, at: »En sammenligning af renterne viser, at der er betydelige renteforskelle mellem Danmark og euroområdet såvel som mellem eurolandene indbyrdes. Det skyldes i høj grad, at detailbankmarkedet fortsat er præget af betydelige nationale forskelle, hvad angår produktudbud, lånesammensætning, markedsstruktur og lovgivning. Renteforskellene er størst for husholdningssektoren, hvor barriererne for grænseoverskridende låneaktiviteter er størst...«

6. Kundernes valg af pengeinstitut m.m.

I *Lisbet Berg og Elling Borgeraas*: „Hindringer for mobilitet i bankmarkedet“, SIFO, Fagrapport nr. 2 – 2004 konkluderer forfatterne bl.a., at kunderne i de ”dyre” banker er kendetegnet ved, at bankvalget er tilfældigt og kunderne i de ”billigere” banker er kendetegnet ved, at bankvalget er økonomisk begrundet og bankvilkårene overvåges nøje.

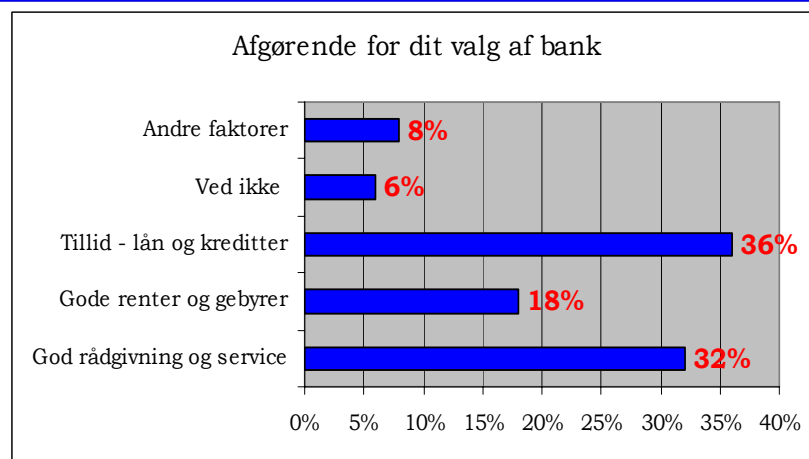
Jeg har i samarbejde med det danske analyseinstitut Epinion A/S gennemført en kvantitativ befolkningsundersøgelse. Undersøgelsen er foretaget ved hjælp af telefoninterview med 522 danskere i perioden 4. –11. februar 2004. Undersøgelsen er gennemført som et CATI- interview (Computer Assisted Telephone Interviewing). Formålet med undersøgelsen var at undersøge en række forhold mellem bank og kunde.

6.1 Valg af bank

I undersøgelsen blev de adspurgte bedt om at oplyse, hvad der var afgørende for valg af bank. Resultatet var følgende:

Figur: 25

Valg af bank



Kilde: Epinion for *Henrik Juul*.

Ifølge undersøgelsen er det mest afgørende, at kunderne kan have tillid til at pengeinstituttet vil levere de fornødne lån og kreditter. Dernæst er det

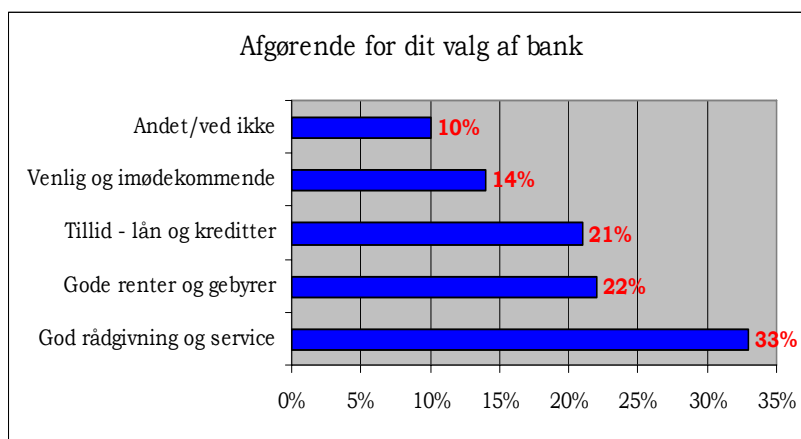
afgørende, at pengeinstituttet leverer god rådgivning og service. Som kundernes tredjeprioritet kommer spørgsmålet om renter og gebyrer.

Dette resultat understøttes af en tilsvarende kvantitativ befolkningsundersøgelse, som jeg har udarbejdet i samarbejde med TNS Gallup. Denne undersøgelse er foretaget ved hjælp af telefoninterview med 1.019 danskere i perioden 4.-11. september 2005. Undersøgelsen er også gennemført som et CATI-interview.

På spørgsmålet: „Hvad er altafgørende for dit valg af bank?“ var resultatet følgende:

Figur: 26

Valg af bank



Kilde: TNS Gallup for *Henrik Juul*.

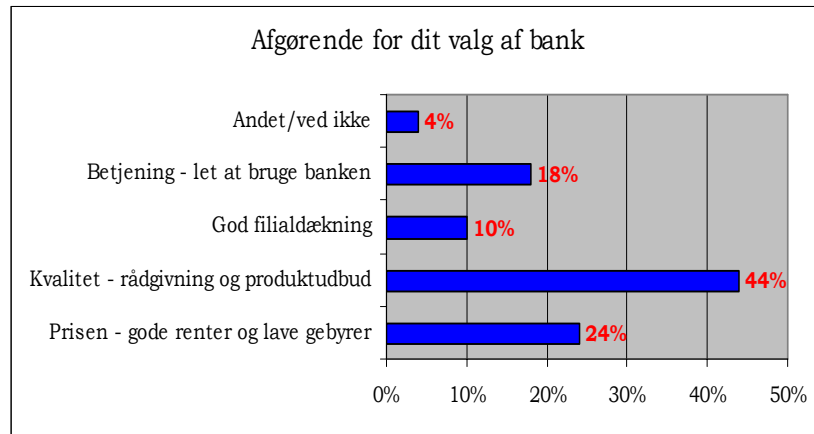
Ifølge Gallup undersøgelsen er det mest afgørende, at kunderne får en god rådgivning og service. Dernæst er det afgørende at kunderne tilbydes gode renter og gebyrer. Som tredjeprioritet er spørgsmålet, om kunderne kan have tillid til at pengeinstituttet vil levere de fornødne lån og kreditter.

Forskellene mellem Epinion- og Gallup undersøgelsen kan muligvis forklares med den tidsmæssige forskel. Der er knap 1½ år mellem de to undersøgelser og Gallup undersøgelsens resultater kunne muligvis tages som udtryk for, at kunderne i den mellemliggende periode er blevet mere rente- og gebyrbevidste, hvilket bl.a. kan tilskrives den debat der har været i Danmark om dankortgebyret og gebyrer generelt.

I Gallup undersøgelsen er det endvidere undersøgt, hvilken af fire valgmuligheder, der er afgørende for kundens valg af bank. Her blev resultatet:

Figur: 27

Valg af bank



Kilde: TNS Gallup for Henrik Juul.

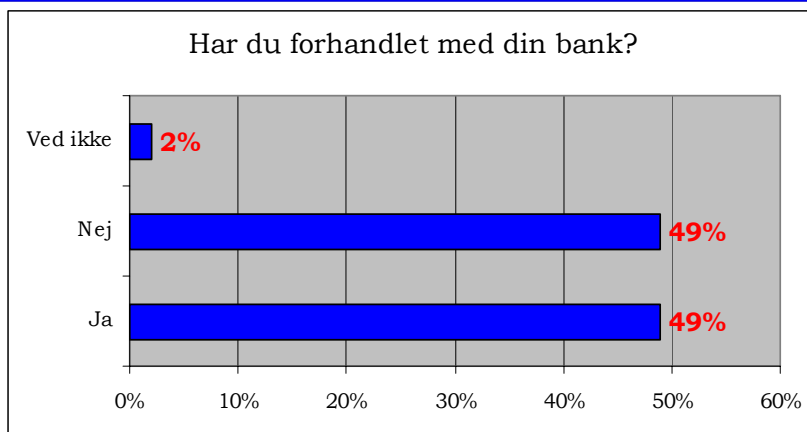
Figur 27 bekræfter, at det mest afgørende er, at kunderne får en god rådgivning og service (44 %). Dernæst er det afgørende at kunderne tilbydes gode renter og gebyrer (24 %).

6.2 Forhandlinger med banken

En lang række pengeinstitutters prissætning afhænger af kundernes kreditværdighed, sikkerhedsstillelse, forretningsomfang og forhandlingsevne. Det betyder, at prisen på et lån kan variere fra eksempelvis 5,75%–13,75% p.a., den praksis, der normalt omtales som *intervalrenter* eller *forhandlingsrenter*. Forbrugerrådets Bankguide fra april 2004 har overskriften: „Det er dig der bestemmer“. I guiden oplyses – uden nogen særlig dokumentation - at rentesatsen på et lån kan forhandles, også uden at man behøver at skifte bank. Det er ofte nok bare at henvise til et tilbud fra en anden bank. Guiden har til formål at ruste kunderne til mødet med banken.

På denne baggrund har jeg undersøgt om bankkunderne har forhandlet med banken. Spørgsmålet: „Har du forhandlet med din bank?“ gav følgende svar:

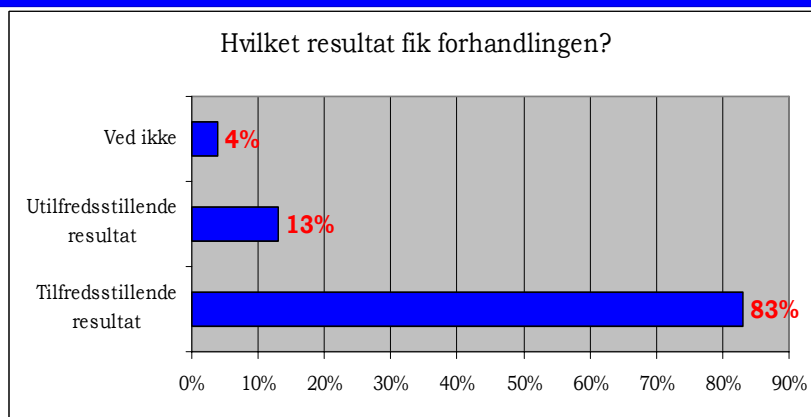
Figur: 28

Forhandlet med din bank?

Kilde: Epinion for *Henrik Juul*.

Undersøgelsen viser, at knapt halvdelen af de adspurgte har forhandlet med banken om bedre renter eller lavere gebyrer. Resultatet af forhandlingerne fremgår af figur 29:

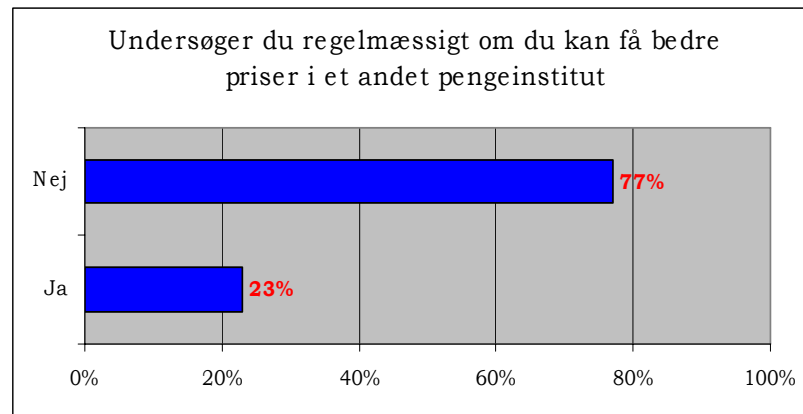
Figur: 29

Resultat af forhandling med din bank

Kilde: Epinion for *Henrik Juul*.

Undersøgelsen viser klart, at de adspurgte har opnået en tilfredsstillende løsning og omregnet betyder det, at ca. 40 % af de danske bankkunder har forhandlet med deres bank og opnået et tilfredsstillende resultat. Med en sådan „hitrate“ er det nærliggende, at undersøge om kunderne løbende eller regelmæssigt checker, om der kan opnås bedre renter og gebyrer i et andet pengeinstitut. Svaret på dette spørgsmål fremgår af figur 30:

Figur: 30

Regelmæssig undersøgelse af priserne

Kilde: TNS Gallup for Henrik Juul.

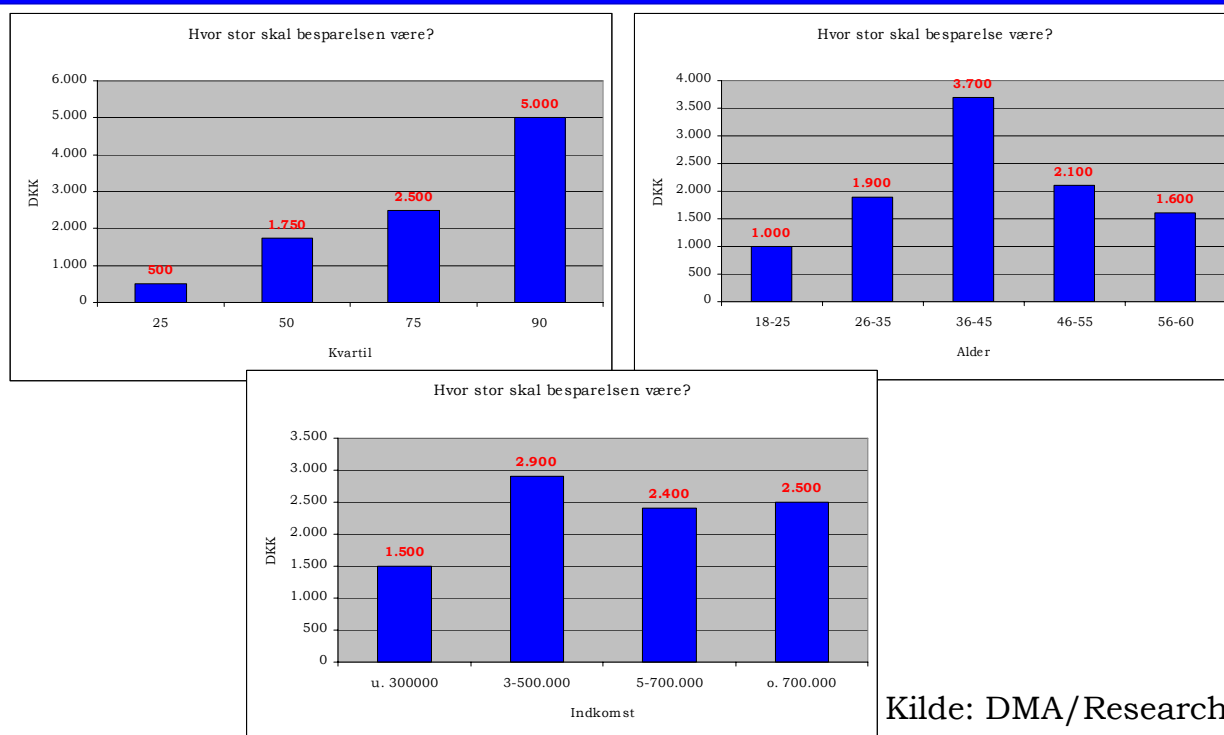
Dette resultat står i nogen grad i kontrast til den forhandlingsvilje, der er gengivet i figur 28 og kunne tages som udtryk for, at kunderne primært forhandler med deres bank i forbindelse med ændringer i deres engagement. Resultatet kunne også tages som udtryk for, at kunderne ikke kan overskue de forskellige produkter og derfor undlader de regelmæssige undersøgelser. En sådan antagelse understøttes af DMA/Research: „Undersøgelse af kundemobilitet i pengeinstitutsektoren, december (2004)“ gengivet i Økonomi- og Erhvervsministeriets rapport: „Gebyrer på penge- og realkreditmarkedet, rapport 15. september 2005“, der viser, at 71 % af de adspurgte kunder ikke synes at bankernes priser – renter og gebyrer – på nuværende tidspunkt er gennemskuelige.

6.3 Hvor stor skal besparelsen være?

Som beskrevet er gode renter og lave gebyrer „kun“ kundernes andenprioritet, men herudover er det interessant at undersøge, hvor store besparelser der skal til for at en kunde i givet fald ville overveje at skifte pengeinstitut. Svaret på dette spørgsmål fremgår af figur 31:

Figur: 31

Hvor stor skal besparelsen være?



Kilde: DMA/Research.

Figuren viser klart, at kunderne ikke er villige til at skifte bank, hvis der alene er tale om små besparelser. Således fremgår det, at 50 % af kunderne er villige til at skifte, hvis besparelsen er større end 1.750 kr. pr. år. Aldersmæssigt er det de 36–45-årige, der kræver den største besparelse, her skal besparelsen være mere end 3.700 kr. pr. år. Indkomstmæssigt er det gruppen med en indkomst på 300.000 kr. –500.000 kr., der kræver den største besparelse, her skal besparelsen være mere end 2.900 kr. pr. år.

Det resultat der er gengivet i figur 31 viser, at de forskelle der er af-dækket i undersøgelsen vedrørende modelfamiliens betaling for den løbende kontohåndtering næppe ville kunne medføre et pengeinstitutskifte. Derimod vil de betydelige forskelle der er af-dækket i undersøgelsen af etableringsgebyrerne (se tabel 23), isoleret set kunne udløse et pengeinstitutskifte.

Det har ikke indenfor rammerne af dette projekt været muligt at foretage tilsvarende undersøgelser i de andre nordiske lande og det har ikke været muligt – selv med hjælp fra projektgruppen – at opspore tilsvarende kvantitative befolkningsundersøgelser i de andre nordiske lande. Jeg er

dog bekendt med, at der i de andre nordiske lande er gennemført generelle tilfredshedsmålinger og Konkurrencetilsynet i Norge og Konkurrencsverket i Sverige har gennemført undersøgelser om mobilitet, hvilket behandles i afsnit 9.

7. Loyalitetsprogrammer

Som beskrevet i afsnit 5 og 6 er de gennemførte prisundersøgelser i et vist omfang vanskeliggjort af anvendelsen af loyalitetsprogrammer. Herudover omfatter selve undersøgelsen udbredelsen af loyalitetsprogrammer²³ og andre kundefastholdelsesprogrammer.

7.1 Baggrund

Loyalitetsprogrammer og produktpakker har i regi af Nordisk Ministerråd tidligere været gjort til genstand for behandling. I TemaNord 1997:615: „Loyalitetsprogrammer i Norden og forbrugerbeskyttelse“, var formålet bl.a. at kortlægge loyalitetsprogrammernes anvendelse og analysere hvordan disse programmer påvirker forholdet mellem den erhvervsdrivende og forbrugerne, herunder fordele og ulemper. Endvidere skulle der foretages en juridisk vurdering. Den juridiske vurdering blev tilrettelagt således, at de loyalitetsprogrammer, der blev udbudt af luftfartsselskaber, benzinselskaber o.l. bl.a. blev vurderet i forhold til principperne om utilbørlig påvirkning og gennemskuelighed og pligten til at prismærke. I rapporten blev det konkluderet, at forbrugerne skulle kunne foretage en selvstændig bedømmelse af fordelene ved at deltage i de respektive loyalitetsprogrammer og dels skulle kunne sammenligne de forskellige former for tilbud. Herudover blev der opstillet en række krav, bl.a., at udbyderne skulle oplyse om klubmedlemskab og statusfordele, herudover skulle bonusopsparringen være proportional og ens for alle grupper af varer og tjenesteydelser.

Produktpakker blev behandlet i TemaNord 2001:557 „Produktpakker i det nordiske finansielle finansmarkedet²⁴“, hvor formålet var at undersø-

²³ Loyalitetsprogrammer benyttes i en lang række brancher og udbydes i forskellige afskygninger, bl.a. som bonusprogrammer, kundeklubber, produktpakker og kundeprogrammer. Loyalitetsprogrammer kendes bl.a. fra luftfartsindustrien, eksempelvis SAS Eurobonus, hvor passagerne opsamler point i forhold til antallet af flyvninger, hotelovernatninger og billeje. I den finansielle sektor varierer loyalitetsprogrammerne fra ”pakkeløsninger”, hvor pakken indeholder en bestemt sammensætning af kredittkort, homebanking-produkter, gebyrstrukturer og på forhånd fastsatte renter på ind- og udlån, til mere klubprægede programmer, hvor medlemskab af klubben betyder rabat på visse restauranter eller museer.

De nordiske forbrugerombudsfolk har i vejledningen: ”Loyalitetsprogrammer i markedsføringen”, juli (1997) defineret et loyalitetsprogram som kendetegnet ved en forskelsbehandling mellem visse forbrugere (medlemmer) og forbrugere, der veksler mellem forskellige indkøbssteder. Efter forbrugerombudsfolkene opfattelse skal et loyalitetsprogram for at leve op til principperne om god markedsføringsskik være tilstrækkeligt gennemskueligt og sikre forbrugerne et rimeligt beslutningsgrundlag samt overholde speciallovgivningen.

²⁴ Rapporten er omtalt i Konkurrenceverket: Konsumentrørligheten på de finansielle marknaderna, rapportserie 2001:5 (2001), s. 39.

Figuren viser, at de elementer, der indgår i sammensætningen af en kassekredit over tid, er steget betydelig. Det hænger bl.a. sammen med, at rentesatsen på en kassekredit kan være bestemt af eventuel sikkerhedsstillelse. Herudover spiller kreditværdigheden en rolle, og endelig kan rentesatsen være afhængig af det øvrige forretningsomfang med pengeinstituttet. Det forhold, at prisen også fastsættes ud fra andre kriterier end kreditværdighed og sikkerhedsstillelse, er gennem de seneste fem år blevet organiseret via såkaldte loyalitetsprogrammer, fordelsprogrammer, produktpakker eller kundepakker. Som omtalt i afsnit 5.2.4. bemærkede DnB Nor, at modelfamiliens adfærdsmønster ikke gav et fuldstændigt billede, når der ikke tages hensyn til varekøb og den dermed forbundne cash-back ordning²⁵. Denne bemærkning viser, at figur 32 kunne udvides med valgmuligheden for en cash-back ordning.

7.3 Tre forskellige loyalitetsprogrammer

I Danmark var det Nordea – dengang Unibank – der i 2001 gav startskuddet med introduktionen af Fordelsprogrammet. Et program der ifølge banken ville gøre op med krejleriet i banksektoren, altså det forhold at det var kundens forhandlingsevne der var afgørende for fastsættelsen af prisen. Fordelsprogrammet er inddelt i tre fordelsniveauer: Basispriser, Fordelspriser og Fordel+priser. Tankesættet er, at jo flere af Nordea koncernens produkter (bank, forsikring og realkredit) en kunde køber, desto billigere bliver det for den pågældende kunde. For at blive fordelskunde skal kunden have en aktiv lønkonto og et engagement på mindst 50.000 kr. og mindst 3 produkter. Kriteriet for at blive Fordel+ kunde er en aktiv lønkonto og et engagement på mindst 250.000 kr. og mindst 5 produkter. Som fordelskunde vil rentesatsen på en kassekredit blive reduceret fra 12,50 % p.a. til 9,50 % p.a., og til 7,00 % p.a. for Fordel+kunder.

Danske Banks loyalitetsprogram består af en række såkaldte „kundepakker“ kaldet Danske Privat, Danske Plus og Danske Ekstra. Tankesættet er, at kunden kan vælge at betale et årligt beløb, og herefter vil en række produkter, såsom Visa/Dankort og brugen af kortet, kontoudskrift, overførsel til anden konto og veksling af rejsevaluta være prissat lavere. Det samme gør sig gældende for etableringsomkostninger ved etablering af en kassekredit. Kundepakkerne har også indflydelse på fastsættelsen af renten, idet der for hver af pakkerne er fastsat et renteinterval. For Danske Privat er intervallet for den årlige rente 8,50–14,50 %, for Danske Plus er intervallet 7,75–13,50 % og for Danske Ekstra 6,75–12,00 %. Den endelige rentefastsættelse sker dog først efter en gennemgang af bl.a. kundens samlede forretningsomfang med banken, men rentesatsen kan

²⁵ En cash-back ordning betyder, at kunden får x procent af købesummen retur hver gang, der betales med et bestemt kort. GE Money Bank i Danmark lancerede i september 2005 MoreCard, som er et kort, hvor kunden lige nu får 5 procent af købesummen retur hver gang, der betales med kortet. Efter årsskiftet falder rabatten til 1 procent.

ikke overstige maksimumrentesatsen inden for de forskellige kundepakker.

Lån & Spar Banks²⁶ loyalitetsprogram består bl.a. i, at kunden får en renterabat, hvis kunden samler sine lån og kreditter i Lån & Spar Bank. Lån & Spar Bank kalder det trapperenter, fordi banken trapper renten ned i takt med, at kunden optrapper sit samlede udlånsengagement. Banken anvender tre trappetrin. Trapperente 1, der betales af de kunder, der har et udlånsengagement på mindre end 100.000 kr. Trapperente 2, der betales af de kunder, der har et udlånsengagement mellem 100.000–200.000 kr. og endelig trapperente 3, der betales af de kunder, hvis udlånsengagement er over 200.000 kr.

Figur 32 viser endvidere, at der udover renter og gebyrer også skal tages stilling til hvilket kreditkort, der kan tilknyttes kassekrediten eller lønkontoen. Her anvendes loyalitetsprogrammerne også, hvilket fx illustreres af Lån & Spar Xtra, hvor kunder mod en månedlig abonnementsbetaling på 75 kr. får en række ydelser. Eksempelvis en bedre indlånsrente, MasterCard eller Visa/Dankort, en verdensomspændende rejseforsikring, fri valutaveksling og rabat via en medlemsbutik, der betyder, at kunden typisk kan spare 10–25 % på forskellige indkøb såsom rejser, hvidevarer og nyt køkken²⁷.

7.4 En simpel segmenteringsmodel

Af *Leif B. Christiansens* artikel: „Dårlig udnyttelse af data“²⁸, fremgår, at datamining²⁹ skal plantes solidt i organisationen og at Danske Bank ved brug af 37 parametre med høj sandsynlighed kan forudsige, om en kunde vil forlade banken inden for de næste fire måneder. Af den følgende simple model illustreres, hvordan en kundeportefølje kan segmenteres via

²⁶ Af TemaNord 2001:557 „Produktpakker i det nordiske finansielle finansmarkedet“ fremgår på s. 82, at Lån & Spar Bank i 2001 oplyste følgende:

„Oplyser at de ikke tilbyr produktpakker som prisdifferensierer mellem kundegrupper. De mener at dette er en vigtig grunn til at de har konkurransedyktige produkter. Den eneste formen for spesielle kundefordeler de tilbyr er billigere VISA/Dankort til internet-kunder og gratis depotopbevaring av investeringsbevis utstedt av bankens investeringsavdeling. Videre har banken samarbeid med et kredittselskap (BRFKredit) som gir kreditt til et lavere gebyr enn kredittselskapet tilbyr andre kunder. Banken har ikke tall på hvor mange som har benyttet tilbudet. Der samarbeides også med et forsikringsselskap (Samliv) som tilbyr livsforsikring. Der gis ingen rabatt til kunder som tegner denne forsikringen gjennom banken.“ På den baggrund har jeg fundet det relevant at undersøge om de udtalelser og forhold stadig er gældende i 2005, hvilket ikke er tilfældet.

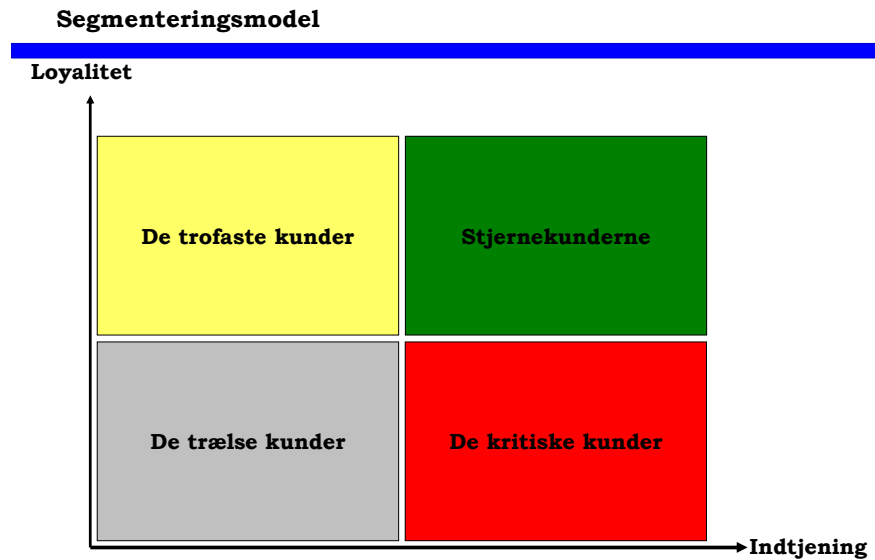
²⁷ BG Bank udbyder også et loyalitetsprogram, der forudsætter en BG Bank Plus-konto, hvorved kunden bliver medlem af Plus Klubben. Som medlem af Plus Klubben får man en række fordelagtige medlemsstilbud, bl.a. rabat på mere end 150 restauranter og cafeer. Herudover bliver medlemmer inviteret til biograf- og teaterpremierer, særarrangementer på flere af landets største kunstmuseer, koncerter og litteraturarrangementer.

²⁸ Finans & Samfund, nr. 6-7 (2001), s. 8 ff.

²⁹ Begrebet datamining defineres af Gartner Group som en proces til at afdække meningsfyldte, nye sammenhænge, mønstre og tendenser. Det gøres ved at analysere store datamængder ved hjælp af sekvens genkendelse samt statistiske og matematiske metoder.

loyalitet og indtjening med henblik på at optimere ressourceanvendelsen bl.a. gennem loyalitetsprogrammer:

Figur: 33



Stjerne kunderne er kendetegnet ved en høj indtjening og en høj loyalitet. I dette segment vil strategien være at sikre kundernes stjernestatus gennem aktiviteter, der forøger loyaliteten, eksempelvis muligheden for at blive optaget i loyalitetsprogrammet: „Diamond“, der sikrer deltagelse i pengeinstituttets årlige golfturnering, indbydelse til den månedlige vinsmagning eller udvalgte superligafodboldkampe.

De trofaste kunder er kendetegnet ved en lav indtjening og en høj loyalitet. Strategien for dette segment vil være at afsætte flere produkter med henblik på at øge indtjeningen. Det kunne ske gennem loyalitetsprogrammet: „Platin“, der tilbydes til kunder med et forretningsomfang på over 200.000 kr. „Platin-programmet“, betyder bl.a. automatisk indbydelse til en række udvalgte biograf- og teaterpremierer.

De kritiske kunder er kendetegnet ved en høj indtjening og en lav loyalitet. I dette segment vil strategien være at forøge loyaliteten. Det kunne eksempelvis ske gennem et tilbud om et „gratis“ medlemskab af loyalitetsprogrammet: „Diamond“ i seks måneder.

Kundesegmentet de trælse er kendetegnet ved en lav indtjening og en lav loyalitet. I dette segment vil strategien være todelt. Den del af segmentet, der giver den laveste indtjening, bør afvikles. Den anden del af segmentet bør tilbydes loyalitetsprogrammet: „Gold“, der forudsætter et forretningsomfang på over 100.000 kr. Til dette loyalitetsprogram er der mod en månedlig abonnementsbetaling på 75 kr. mulighed for et kreditkort med en udvidet rejseforsikring, fri valutaveksling og rabat i en række udvalgte butikker.

Som det fremgår, er det alene fantasien, der sætter grænserne for, hvordan sådanne modeller kan finjusteres. Modellen gør det muligt at målrette pengeinstituttets korrespondance til det enkelte segment. Segmenteringen kan også anvendes til at beslutte, hvilken betjening kunder skal have ved henvendelse via telefon eller i bankfilialen.

7.5 Udbredelsen af loyalitetsprogrammer

Ifølge TemaNord 2001:557 „Produktpakker i det nordiske finansielle finansmarkedet“ anslås det, at 60–70 % af det totale finansielle marked i Norden anvender produktpakker eller lignende.

En undersøgelse foretaget blandt de fem største pengeinstitutter i hvert af de nordiske lande³⁰ viser, at 79 % af de adspurgte pengeinstitutter anvender en eller anden form for loyalitetsprogrammer, fordelsprogrammer, produktpakker eller kundepakker. Af de fem pengeinstitutter, der ikke anvender loyalitetsprogrammer oplyser tre pengeinstitutter, at kundernes vilkår fastsættes ud fra en samlet vurdering af kundeforholdet, hvor der tages hensyn til forretningsomfanget, engagementsstørrelse, sikkerhedsstillelse og risiko, låneformål, kundeforholdets varighed, låntagers indtægts- og formueforhold, samt låntagers øvrige relationer til pengeinstituttet.

7.6 Fordele og ulemper ved loyalitetsprogrammer

Nedenfor følger en overordnet beskrivelse af loyalitetsprogrammernes fordele og ulemper.

7.6.1 Fordele

De forskellige loyalitetsprogrammer, fordelsprogrammer, produktpakker eller kundepakker medfører, at kunderne får flere valgmuligheder. En række af programmerne er designet på den måde, at når en række bankprodukter samles, reduceres en række gebyrer. Det samme gør sig gældende for rentesatserne, et større antal produkter eller et større forrentningsomfang vil medføre en bedre prissætning.

7.6.2 Ulemper

Loyalitetsprogrammer, fordelsprogrammer, produktpakker eller kundepakker har en tendens til at påvirke gennemsigtighed i nedadgående retning og på den måde kommer disse produkter til at virke prisslørende. Herudover viser figur 32, at kompleksiteten stiger markant i takt med

³⁰ I Island omfatter undersøgelsen kun de fire største pengeinstitutter.

antallet af valgmuligheder. En tendens der yderligere forstærkes når kunderne samtidig med oprettelse af en lønkonto skal tage stilling til om man ønsker at blive medlem af en indkøbsforening og en avanceret biograf/teaterklub og om det internationale kreditkort skal indeholde både en afbestillings-, fly- og bagageforsinkelses-, overfalds-, sygdoms- og hjemtransport- og ulykkesforsikring.

Hermed opstår spørgsmålet om kunderne reelt har brug for disse faciliteter. I det omfang kunderne allerede har tegnet de nævnte forsikringer typisk i forbindelse med indbo- og ulykkesforsikring vil der være tale om dobbelt forsikring. Det betyder, at kunderne er forsikret mod samme fare hos flere selskaber. I så fald hæfter det enkelte forsikringsselskab, som om det var eneforsikrer. Dette vil sige, at kunderne kan gøre sit krav gældende mod det enkelte selskab uafhængigt af dobbeltforsikringsforholdet. Kunden kan dog ikke samlet få større erstatning udbetalt end det tab, han har lidt og kunden er forpligtet til at give det forsikringsselskab, som han kræver erstatning hos, oplysninger om, i hvilket omfang risikoen er forsikret i andre forsikringsselskaber. Hermed får forsikringsselskaberne mulighed for at tage højde for et muligt dobbeltforsikringsforhold i forbindelse med erstatningsudbetalingen.

7.7 Fremtiden

Som beskrevet er det alene fantasien der sætter grænserne for hvordan loyalitetsprogrammer kan videreudvikles. I det følgende vil jeg kort beskrive hvordan den teknologiske udvikling har påvirket området.

I takt med at flere finansielle virksomheder annoncerede, at de mere aktivt ville differentiere på service og priser steg behovet for et system til at styre kunderelationen. I *Jakob Alsøe og Robert R. Dogonovskis* artikel: ”Kunden som strategisk omdrejningspunkt”³¹, blev CRM defineret som: »en ledelsesdisciplin med fokus på, hvordan organisationer bedst bevarer sine mest profitable kunder, tiltrækker profitable kundeemner og mindsker omkostningerne ved mindre attraktive kunder for i sidste ende at øge virksomhedens profit«. I *Mogens Bjerres* artikel: „Kundelojalitet via tæt viden sat i system“³², beskrev forfatteren omfanget og indholdet af de oplysninger der skulle registreres i CRM³³-system, det drejede sig om alder, køn, ægteskabelig status, boligform, investering i bil, båd, sommerhus m.m. Herudover kundens krav til økonomisk sikkerhed, planer for ægteskabelig status, uddannelse, beskæftigelse, ønsker om rejser, investeringer og endelig en registrering af den hidtidige historik mellem eksempelvis banken og kunden. *Mogens Bjerre* påpegede, at et velfungerende CRM-system ville medføre, at dialogen med kunden blev ændret

³¹ Finansfokus nr. 2 (2001), s. 3 ff.

³² Finansfokus nr. 2 (2001), s. 9 ff.

³³ Customer relationship management.

fra at fokusere på produkter til at overveje hvilket forhold der kan skabe værdi for kunden, hermed forlænges kundeforholdets levetid, fordi kunden ikke overvejer alternative leverandører. *Henrik Bülow* formulerede det i *Leif B. Christiansens*: artikel: „CRM i en nøddeskal“³⁴, på den måde, at CRM i virkeligheden bare er ”den gode købmand” i forklædning³⁵.

Siden begyndelsen af 1990’erne er begrebet kreditscoring³⁶ også gledet ind i den finansielle sektor. I Danmark har kreditscoring i en årrække været begrænset til finansieringsselskaber og de allerstørste pengeinstitutter, men i forbindelse med de nye BASEL II regler har emnet fået fornyet interesse, idet både pengeinstitutter og realkreditinstitutter interesserer sig for om deres egenkapital anvendes optimalt. Ved anvendelse af kreditscoring vil kunderne kunne vurderes ud fra eksempelvis: *risiko, indtjening, loyalitet, potentiale og forretningsomfang* m.m. Basalt set er kreditscoring opbygget over et scorekort, hvor forskellige faktuelle oplysninger tildeles et vist antal point. Det samlede antal point er således afgørende for om en given kreditfacilitet kan bevilges. Kreditscoring anvendes normalt i forbindelse med ansøgninger, hvor de oplysninger der fremgår af låneansøgningen danner baggrund for behandlingen af låneansøgningen. Fordelen ved kreditscoring er, at den finansielle virksomhed ud fra 20–30 oplysninger kan tage stilling til låneansøgningen, hvilket betyder at denne type lån kan håndteres med et begrænset tidsforbrug.

Overbygningen på kreditscoring er adfærdsscoring, hvor der tages udgangspunkt i kundens faktiske adfærd. Adfærdsscoring forudsætter således, at den finansielle virksomhed er i besiddelse af en række oplysninger om kundens faktiske adfærd. Det betyder, at kunden typisk skal have været kunde i minimum seks måneder. Adfærdsscoringen er bygget over samme model som kreditscoring, hvilket betyder, at omdrejningspunktet stadig er tildeling af point. Eksempelvis kan et betydeligt indestående udløse et vist antal point, mens et ubevilget overtræk vil reducere pointantallet.

På regnskabsområdet er der sket ændring af solvensreglerne, således at bestyrelserne og direktionerne i finansielle virksomheder skal fastsætte et individuelt solvensbehov for virksomheden med baggrund i de særlige forhold og den risikoprofil, der gør sig gældende for virksomheden. Reglerne har sit udspring i de nye kapitaldækningsregler, der arbejdes med i Basel Banktilsynskomiteen og i EU-regi³⁷. Forslaget vil ændre kravene

³⁴ *Finans & Samfund*, nr. 4 (2002), s. 29 ff.

³⁵ Se også *Jørn Flohr Nielsen* og *Johannes Liebach Liindborg*: ”Traditionelle banker klarer teknologikapløbet”, *Finansfokus*, nr. 4 (2001), s. 21 ff., *Heidi Amsinck*: ”Sæt kunden i fokus”, *Finans & Samfund*, nr. 1 (2001), s. 8 ff. og *Henrik Theil*: ”CRM – Få styr på kundeprofilet”, *Finans & Samfund*, nr. 6-7 (2001), s. 7 ff.

³⁶ Se også TemaNord 2001:522 - Kreditscoring

³⁷ Rådet af økonomi- og finansministre opnåede den 7. december 2004 politisk enighed om Europa-Kommissionens direktivforslag til nye kapitaldækningsregler for kreditinstitutter og fondsmæglerselskaber. Direktivforslaget følger Baselkomiteens reviderede anbefalinger til de kapitalkrav, tilsynsmyndigheder stiller over for kreditinstitutter, bedre kendt som Basel II. Anbefalingerne fylder nu mere end 200 sider, mens Basel I var på 28 sider. Direktivforslaget behandles i Europa-Parlamentet i 2005 og forventes endeligt vedtaget af Europa-Rådet og Parlamentet i andet halvår

til, hvor meget kapital penge- og realkreditinstitutterne skal holde for at være solvente. Ændringerne medfører en forbedret risikostyring i institutterne, da krav og risici fremover i højere grad vil følges ad. De nye kapitalkravsregler (den såkaldte BASEL II aftale³⁸) betyder, at kapitalen i finansielle virksomheder fremover skal dække både kreditrisici, markedsrisici og operationelle risici.

På den baggrund har en række finansielle virksomheder begyndt en risikoklassificeringsproces, således, at udlånsengagementer rangordnes efter sandsynligheden for misligholdelse. Modellerne samler et betydeligt antal parametre, herunder kundernes faktiske adfærd og derved er det muligt at estimere sandsynligheden for tab.

Det må forventes, at disse modeller bl.a. vil blive anvendt proaktivt, eksempelvis i forbindelse med prissætninger af kundernes samlede engagement eller i forbindelse med afsætning af nye produkter. På den baggrund er det min bedømmelse at den udvikling vil betyde, at både prissætningen og brugen af loyalitetsprogrammer (eller skræddersyede løsninger) vil blive endnu mere individuelle og dermed vil gennemsigtheden blive yderligere reduceret.

2005. Direktivet forventes at træde i kraft i medlemslandene ultimo 2006, men institutterne har mulighed for at anvende de gældende kapitaldækningsregler frem til ultimo 2007. Dog kan institutter, der anvender de mest avancerede metoder til opgørelse af minimumskapitalkravet, først anvende de nye regler fra 2008.

³⁸ Se bl.a. *Kim Busck-Nielsen, Susanne Schøtt og Jens Borges*: Basel barsler med nye regler, *Finans & Samfund*, nr. 5 (2001), s. 19 ff., *Kim Busck-Nielsen, Susanne Schøtt og Jens Borges*: Kapitaldækningsregler i EU, *Finans/Invest*, nr. 6 (2001), s. 13 ff. og *Lisbeth Borup og Dorte Kurek*: Direktivforslag om nye kapitaldækningsregler (Basel II), Danmarks Nationalbank: Kvartalsoversigt, 1. kvartal 2005 (2005).

8. Undersøgelse af mobilitet

Et af delmålene med denne rapport er at undersøge forbrugermobiliteten. Baggrunden for ønsket om at undersøge mobiliteten er bl.a. de forhold der er påpeget i *Lisbet Berg* og *Elling Borgeraas*: „Hindringer for mobilitet i bankmarkedet“, SIFO, Fagrapport nr. 2–2004. Om den manglende mobilitet konkluderer rapporten, at det bl.a. skyldes, at kunderne har et ureflekteret forhold til bankmarkedet, at bankområdet er et lav interesseområde, at bankskifte er forbundet med høje transaktionsomkostninger og kunderne ikke har tilstrækkelige informationer, hvilket gør det vanskeligt at foretage sammenligninger.

Spørgsmålet om mobiliteten i den finansielle sektor har været genstand for behandling i en række sammenhænge.

I Nord 1990:82: „Hindringer for valgfrihed og mobilitet på det finansielle marked“ blev spørgsmålet om mobilitet behandlet i sammenhæng med kravene om helkunde-forhold. Lønkontoen eller transaktionskontoen har altid været knyttet tæt sammen med helkunde-betragtningen, da det pengeinstitut der har transaktionskontoen og den deraf følgende betalingsformidling dermed har et nært kendskab til kunden. Helkundeprincippet blev i en leder: „Helkunder får flest fordele“³⁹ omtalt således:

„Helkundeprincippet har solide rødder i dansk bankvæsen. Den private kunde kender sin bank eller sparekasse, og den kender kunden. Ofte har kundens forældre benyttet samme pengeinstitut. Der er med andre ord lang tradition for, at kunden og kundens familie samler deres bankforretninger i samme bank eller sparekasse. Derved har banken eller sparekassen haft det bedste grundlag for at rådgive kunden om familiens økonomi og tilbyde kunden fordelagtige lånetilbud. De tilbud har banken eller sparekassen kun kunnet give, fordi den havde overblik over kundens eller familiens samlede økonomiske situation. Den slags giver en sikker kreditvurdering. Helkundeprincippet giver altså de trofaste kunder en række fordele, som mange kunder i årevis har taget for givet. Det eneste problem for banker og sparekasserne i den forbindelse er måske blot, at de ikke har været gode nok til at gøre opmærksom på fordelene. Pengeinstitutterne er blevet kritiseret for, at de i en række tilfælde har krævet, at kunder, som ønsker at flytte deres indlån, samtidig flytter deres lån. Finansrådet har derfor i forbindelse med de nye almindelige forretningsbetingelser anbefalet sine medlemmer, at kunderne frit bør kunne flytte enkeltengagementer, med mindre det klart fremgår af de skriftlige lånevilkår, at et lån er ydet på betingelse af, at alle engagementer er samlet i pengeinstituttet. Finansrådet anbefalede derfor, at den enkelte bank eller sparekasse ikke bør opkræve flyttegebyrer, som ikke afspejler omkostningerne ved at flytte kontoen til et andet pengeinstitut.“

³⁹ Finans & Samfund nr. 3 (1991), s. 5.

Finanstilsynet har flere gange taget stilling til spørgsmålet om helkundeprincippet. Den 24. maj 1982 udtalte Tilsynet⁴⁰ i en sag hvor flere pengeinstitutter havde forhøjet renten på et studielån under henvisning til, at låntager ikke var helkunde⁴¹:

„... at man i almindelighed ikke fandt grundlag for at kritisere, at et pengeinstitut som vilkår for ydelse af lån stiller krav om, at debitor benytter banken som sin eneste forbindelse i bankforretninger.“

Som omtalt ovenfor anbefalede Finansrådet sine medlemmer, at kunderne frit burde kunne flytte enkeltengagementer, med mindre det klart fremgår af de skriftlige lånevilkår, at et lån er ydet på betingelse af, at alle engagementer er samlet i pengeinstituttet. Pengeinstitutankenævnet har efterfølgende taget stilling til en række sager, hvor kunderne ønskede, at flytte eksempelvis pensionsopsparingskonti uden samtidig overførsel af debetkonti. I disse sager har det siden Ankenævnets start⁴² været fast praksis, at pengeinstitutterne var forpligtet til at imødekomme kundernes begæring om overførsel af de respektive konti.

Spørgsmålet om mobilitet er også indgående behandlet i Nord 1995:19: „Forbrugere og finansielle tjenester – forbrugeratferd i et liberaliseret kreditmarked“, hvor rapportens forfattere *Tormod K. Lunde*, *Christian Poppe* og *Erling Borgeraas* bl.a. redegør for *A. O. Hirschmans* teori om: „Exit, voice and loyalty“⁴³. Forfatterne har endvidere belyst mobiliteten ved at undersøge, hvor mange kunder der i forbindelse med refinansiering af lån i perioden 1990–1993 blev i deres ”gamle” pengeinstitut. Konklusionen var, at ca. halvdelen af kunderne skiftede pengeinstitut i forbindelse med refinansieringen.

I Konkurrenceverkets rapport: „Konsumentrørligheden på de finansielle marknaderna“ (2001) oplyses på s. 8, at 14 % af den svenske befolkning har flyttet et eller flere bankengagementer indenfor en treårig periode. Det fremgik endvidere, at blandt de kunder, der har flyttet bankengagement, har 25 % flyttet hele bankengagementet, 39 % har flyttet lønkontoen, 26 % har flyttet en opsparingskonto og 18 % har flyttet et banklån.

I Danmark behandlede Konkurrencestyrelsen i „Konkurrenceredegørelsen 2002“ mobiliteten i den finansielle sektor. I redegørelsen anførte Konkurrencestyrelsen, at gennemsigtighed er en vigtig forudsætning for effektiv konkurrence på et marked. Om mobiliteten konkluderede styrelsen at det skyldes:

⁴⁰ Beretning fra tilsynet med banker og sparekasser (1981), s. 35.

⁴¹ Vestre Landsret ved dom af 15. april 1983 (8. afd. sag B 332/1981) og Østre Landsret ved dom af 23. januar 1986 (13. afd. sag 246/1985) har også anerkendt helkundeprincippet.

⁴² Se PIA sag nr. 103/1988 af 2. december 1988.

⁴³ *A.O. Hirschmann*: ”Exit, voice and loyalty. Responses to decline in firms, organizations and states”, Harvard University Press (1970).

»...«

- at kunderne ikke kan vurdere prisen ... og derfor ikke kan bedømme besparelsen,
- ringe gennemsigtighed bl.a. som følge af pengeinstitutternes loyalitetsprogrammer,
 - psykologiske barrierer som tryghed og personlige relationer,
 - høje flyttegebyrer,
 - manglende rådgivning ...“

I TemaNord 2002:502: „Bankservice – på hvilke vilkår“ blev spørgsmålet om forbrugernes mobilitet også behandlet. Af rapporten fremgår, at 85 % af de danske bankkunder, ifølge Pengeinstitutternes omdømmeundersøgelse fra 1997, har haft det samme pengeinstitut i mere end 5 år. I Finland er der ifølge Bänkföreningen i Finland tegn på, at ca. 5 % af kunderne har skiftet bank for nylig. I Island, henvises der til, at bankfolk mener, at generelt skifter ca. 5 % af forbrugerne årligt pengeinstitut. I Norge er der henvist til en undersøgelse foretaget blandt en række sparekasser, hvoraf det fremgår, at kun 1 % af sparekassernes kunder helt sikkert regner med at skifte pengeinstitut. I Sverige henvises til en undersøgelse, som Konsumentverket gennemførte i 1995, hvoraf det fremgik, at 25 % af deltagerne i undersøgelsen havde skiftet pengeinstitut inden for de seneste 5 år.

Af Konkurransetilsynets rapport: „Konkurransesituasjonen i finansmarkedene“ (2003) fremgår på s. 17, at Konkurransetilsynet i Norge i perioden 1999–2001 har undersøgt tilgangen af nye kunder i en række finansielle virksomheder. Af de 23 undersøgte banker havde disse i 2001 en tilgang af nye kunder på 11,5 % af den totale kundemasse i 2002⁴⁴.

8.1 Mobiliteten i de nordiske pengeinstitutter

Med henblik på at undersøge forbrugermobiliteten er de omtalte pengeinstitutter blevet anmodet om, at oplyse antallet af private kunder⁴⁵ pr. 31. december 2004. Hvor mange nye private kunder modtog pengeinstituttet i 2004, og hvor mange private kunder afgav pengeinstituttet i 2004. Oplysningerne om antallet af kunder, herunder tilgang og afgang vil ikke blive offentliggjort for hvert enkelt pengeinstitut. Oplysningerne vil alene blive anvendt, således at det på landeplan er muligt at oplyse antallet af til- og afgang blandt de 5 største pengeinstitutter i hvert af de nordiske lande. Hermed burde der være taget fornødent hensyn til ønsket om eventuel fortrolighed.

Resultatet af den gennemførte undersøgelse fremgår af tabel 34:

⁴⁴ Se også Konkurransetilsynets brev af 19. august 2003 i forbindelse med DnB og Gjensidige NORs fusionsovervejelser og Konkurransetilsynet: „Annual report 2002“, s 28 ff.

⁴⁵ En privat kunde defineres som en kunde over 18 år, hvis indkomst ikke stammer fra selvstændig virksomhed.

Tabel: 34

	Danmark	Finland	Island	Norge	Sverige
Tilgang	+ 5,3 %	+ 5,1 %	+ 4,0 %	+ 5,4 %	+ 4,4 %
Afgang	- 5,4 %	- 2,1 %	- 1,7 %	- 2,8 %	- 4,2 %

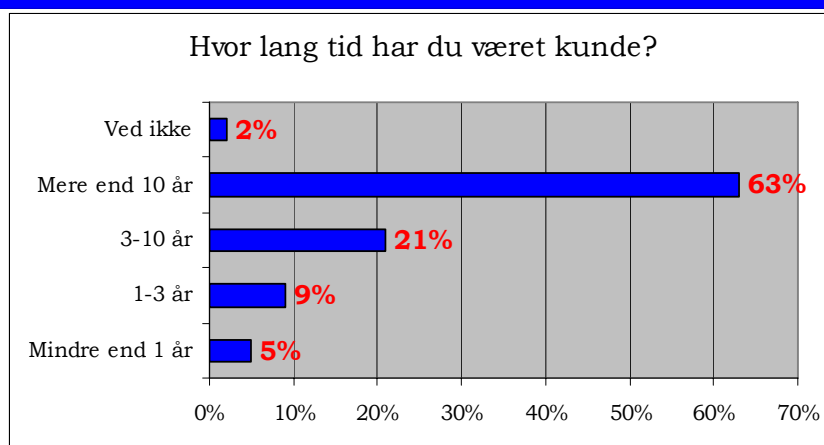
Det skal bemærkes, at resultatet bør fortolkes med en vis forsigtighed, idet 35 % af de adspurgte pengeinstitutter ikke har kunnet eller ikke har villet afgive de ønskede oplysninger. Det er overfor de adspurgte pengeinstitutter præciseret, at oplysningerne om antallet af kunder, herunder tilgang og afgang ikke offentliggøres for hvert enkelt pengeinstitut, men alene anvendes så det på landeplan er muligt at oplyse antallet af til- og afgang blandt de 5 største pengeinstitutter i hvert af de nordiske lande. På baggrund af løftet om fortrolighed er det ikke muligt at oplyse hvilke pengeinstitutter, der ikke har ønsket at afgive oplysningerne.

Med disse bemærkninger og forbehold viser undersøgelsen om mobiliteten i de nordiske pengeinstitutter⁴⁶, at 4–5 % af kunderne har skiftet pengeinstitut i 2004. Undersøgelsen afdækker ikke om det samtidig betyder, at kunderne definitivt har forladt det hidtidige pengeinstitut eller der blot er tale om at der er oprettet et delengagement i det ”nye” pengeinstitut.

Selvom undersøgelsen er forbundet med en vis usikkerhed understøttes resultatet dog af den kvantitative befolkningsundersøgelse, som jeg har gennemført i Danmark i samarbejde med det danske analyseinstitut Epinion A/S. Her er kunderne blevet spurgt om hvor længe de har været kunde i deres nuværende pengeinstitut, resultatet fremgår af figur 35:

Figur: 35

Hvor lang tid har du været kunde?



Kilde: Epinion for *Henrik Juul*.

⁴⁶ Jeg er opmærksom på, at nogle vil hævde, at når der er tale om nogen usikkerhed, burde der ikke konkluderes.

Der er således flere forhold⁴⁷ der indikerer, at mobiliteten på pengeinstitutterområdet er på 4–5 %.

Konkurrenceintensiteten kan måles ved en række indikatorer, herunder koncentration, prissætning og mobilitet. Spørgsmålet om mobilitet er således et af flere parametre der indgår i vurderingen af konkurrencesituationen. Udtalelser om manglende konkurrence har ved flere lejligheder affødt bemærkelsesværdige reaktioner. På Finansrådets årsmøde den 1. december 2004, hvor formanden *Peter Straarup* konstaterede, at pengeinstitutterne betjener danskerne i en intens og sund konkurrence pengeinstitutterne imellem, udtalte formanden endvidere:

„Alligevel bliver vi af visse vagthunde beskyldt for, at der ikke er den fornødne konkurrence i vores sektor. Det er – uanset hvordan man vender og drejer det – noget sludder. Jeg tror, synspunktet har sit udspring i nogle nedarvede politiske holdninger, som ikke kan fjernes – selv ikke med fornuftige argumenter.“

Direktøren for Finansrådet *Jørgen Horwitz* kommenterede i Berlingske Tidende, den 16. september 2005 situationen på følgende måde:

„de, der taler om manglende konkurrence imellem banker, burde tage job i en bankfilial i en uge.“

Disse udtalelser blev fulgt op af direktøren for Konkurrencestyrelsen, *Finn Lauritzen*, der til Berlingske Tidende, den 21. september 2005 udtalte:

„Vi er ret sikre på, at når vi lægger det hele sammen, er der ikke konkurrence nok... Mens 13-14 procent af kunderne i andre brancher typisk flytter til en konkurrent er tallet i den finansielle sektor langt lavere.“

Efter præsentationen af midtvejsresultaterne af nærværende undersøgelse, den 29. september 2005, kommenterede formanden for Finansrådet *Peter Straarup* spørgsmålet om mobilitet på følgende måde⁴⁸:

„Man kan ikke sammenligne finansielle ydelser med andre serviceerhverv, fordi kundernes handlingskæder er helt forskellige. Går du f.eks. til frisøren og bliver klippet, er det en afsluttet handling. Mens en finansiell handling indebærer flere kontakter med banken.“

På Finanssektorens Dag '05 den 14. november 2005 arrangeret af DJØF⁴⁹ blev der sat fokus på konkurrencen i finanssektoren, idet bankerne melder om rekordoverskud og forbrugerne efterspørger mere gennemsigtighed på

⁴⁷ Af Finansrådets omdømmeundersøgelse fra 2001 fremgår, at over 70 % af kunderne havde været kunde i samme pengeinstitut i mindst ti år. Se også Instant-Answer: ”Netbank-analysen”, juni (2005), der viser, at 83,1 % har været kunde i samme pengeinstitut i mere end fire år og 57,6 % i mere end ti år. De største banker har en overvægt af kunder, der har været i samme pengeinstitut i mere end ti år.

⁴⁸ Økonomisk Ugebrev, nr. 33 – 17. oktober 2005.

⁴⁹ Danmarks Jurist- og Økonomforbund.

priser og gebyrer. Under emnet: „Konkurrence på priser og gebyrer - Realitet eller fantasi?“ udtalte ordførende direktør fra Jyske Bank *Anders Dam*:

„Hvor høj skal mobiliteten være før man er tilfreds“.

Dette spørgsmål er ikke besvaret, men de nordiske konkurrencemyndigheder har på et møde på Færøerne den 24.–26. august 2005⁵⁰ diskuteret situationen på bankmarkedet og på den baggrund vil de nordiske konkurrencemyndigheder i 2006 foretage en fælles undersøgelse af konkurrencen inden for banksektoren i Norden. Undersøgelsen vil blive centreret om følgende tre områder:

1. Markedsstrukturen generelt på bankmarkedet,
2. Adgang til infrastrukturen (betalingssystemer m.v.)
3. Kundemobilitet.

I rapporten vil konkurrencemyndighederne om muligt komme med forslag, der kan forbedre konkurrencen. Rapporten forventes efter planerne, at kunne offentliggøres i september 2006.

8.2 Hvad siger kunderne?

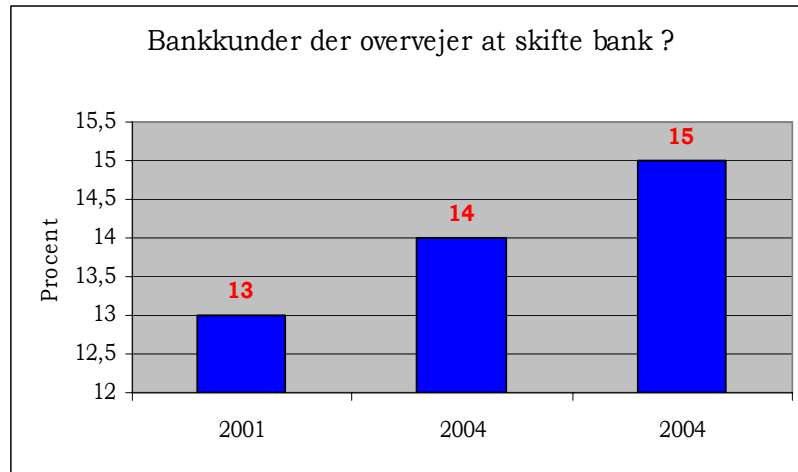
Den kvantitative befolkningsundersøgelse, som jeg har gennemført i Danmark i samarbejde med det danske analyseinstitut Epinion A/S af-dækker en række yderligere forhold, som vil blive behandlet i det følgende.

Spørgsmålet om kundetilfredshed har været genstand for en række undersøgelser. Af figur 36 fremgår udviklingen blandt de danske bankkunder på spørgsmålet: „Overvejer du at skifte bank?“:

⁵⁰ Konkurrencestyrelsen: ”KonkurrenceNYT”, nr. 4, oktober (2005).

Figur: 36

Kundetilfredshed



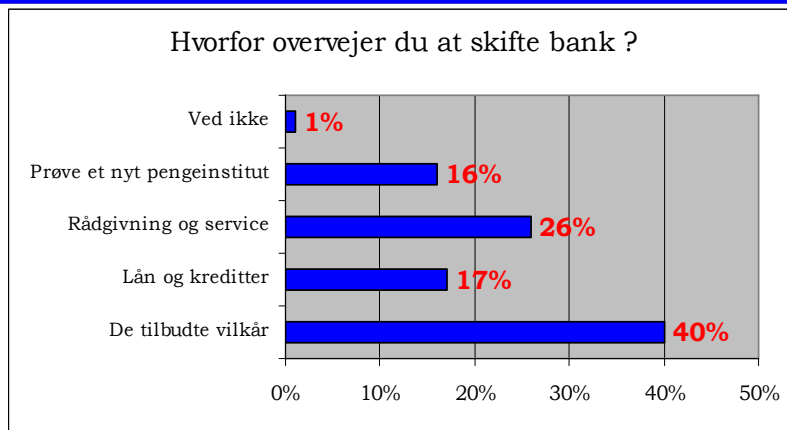
I 2001 undersøgte TNS Gallup hvor mange bankkunder der ønskede, at skifte bank. I februar 2004 undersøgte Epinion spørgsmålet og i efteråret 2004 blev spørgsmålet undersøgt af DMA/Research⁵¹.

Som det fremgår, er der noget der kunne indikere, at antallet af danskere der overvejer at skifte pengeinstitut er stigende, om end der er tale om beskedne stigninger. Det skal dog bemærkes og præciseres, at der er forskel på at overveje et pengeinstitutskifte og reelt at foretage skiftet.

På spørgsmålet: „Hvorfor overvejer du at skifte bank?“ var resultatet følgende:

⁵¹ Ifølge Instant-Answer: "Netbank-analysen", juni (2005), overvejer 13,7 % at skifte bank.

Figur: 37

Hvorfor overvejer du at skifte bank?

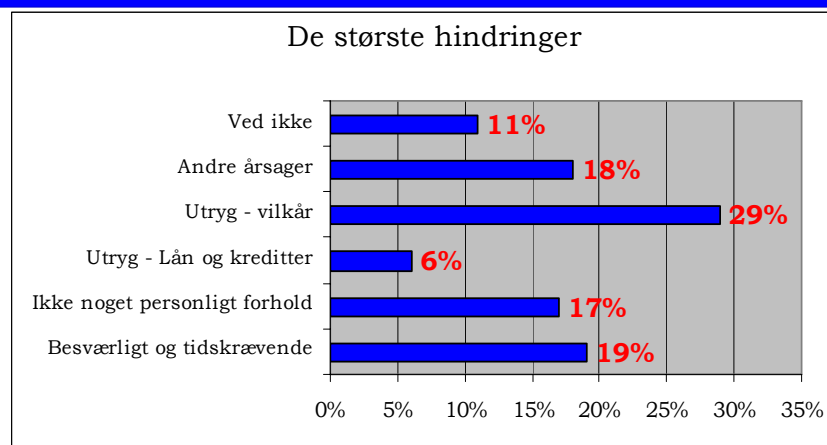
Kilde: Epinion for *Henrik Juul*.

Undersøgelsen viser, at 40 % af de kunder der overvejer et bankskifte angiver, at de er utilfredse med de tilbudte vilkår. Den største andel af de kunder, der overvejer at skifte bank, gør det således med udgangspunkt i økonomiske motiver. Der er dog et betydeligt mindretal, der tilkendegiver, at det er en utilfredshed med bankens rådgivning og service, der er årsagen til deres ønske om at skifte bank. Der er således omkring 26 % af svarpersonerne, som fremhæver en "ikke-økonomisk" begrundelse for ønsket om at skifte bank.

Som beskrevet er det vigtigt at understrege, at der fra at overveje et pengeinstitutskifte og til et reelt pengeinstitutskifte er et stykke vej.

På spørgsmålet: „Hvad er de største hindringer for at skifte bank? var resultatet følgende:

Figur: 38

De største hindringer for bankskifte

Kilde: Epinion for *Henrik Juul*.

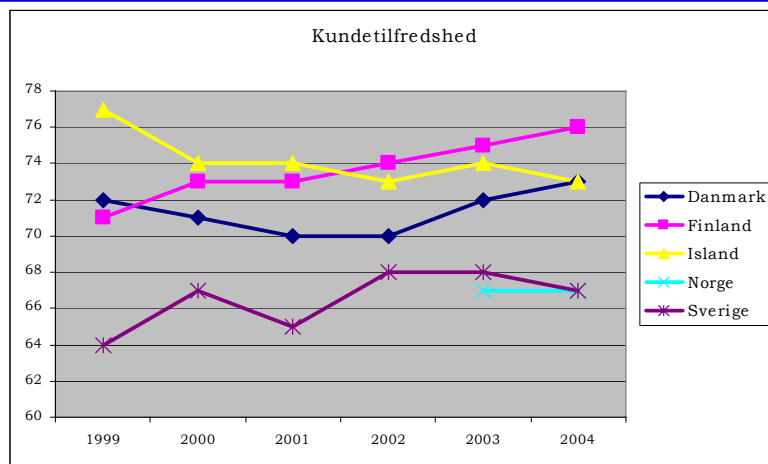
Som det fremgår af figur 38 oplever 19 % af kunderne at det er besværligt og tidskrævende at skifte pengeinstitut. Det mest bemærkelsesværdige er dog, at 29 % af kunderne er utrygge ved om de kan opnå de samme rente- og gebyrvilkår i det nye pengeinstitut, herudover er 6 % utrygge ved om de kan få de fornødne lån og kreditter i det nye pengeinstitut.

8.3 Den generelle kundetilfredshed

Tillid er en central forudsætning for at kunne drive pengeinstitutvirksomhed, allerede fordi en af opgaverne er på en betryggende måde at opbevare kundernes midler. Derfor foretages der såvel nationalt som internationalt løbende undersøgelser om kundetilfredshed. Svenskt Kvalitetsindex har samlet målingerne for de nordiske lande. Resultatet fremgår af figur 39. Analysen er opbygget omkring den europæiske model for måling af kundetilfredshed EPSI⁵². EPSI modellen indeholder syv variabler, som samlet beskriver kundernes opfattelse af image, forventninger, produkter, kundebetjening, værdi, kundetilfredshed og loyalitet.

⁵² Se mere på www.epsi-rating.com.

Figur: 39

Kundetilfredshed

Kilde: Svenskt Kvalitetindex: Bank (2005).

Den anvendte skala går fra 1–100, hvor 50–60 er ringe, 60–70 er middel, 70–75 godt, 75–80 meget godt og 80–100 betegnes som en toppræstation.

Som det fremgår af figur 39 er kundetilfredsheden størst i Finland (76), hvor kundetilfredsheden i øvrigt har været stødt stigende siden 1999. Danmark og Island indtager andenpladsen. For Danmarks vedkommende er det resultatet af en mindre stigning siden 2000, hvorimod Island er faldet i forhold til 1999. Norge og Sverige deler tredjepladsen. Norge har kun deltaget i målinger siden 2003, men i forhold til 2003 er resultatet i 2004 uændret. Sverige har siden 1999 haft en stigende kundetilfredshed, om end kundetilfredsheden i 2004 er faldet i forhold til 2003.

Generelt set er billedet af den nordiske banksektor, at kundetilfredsheden i Finland må betegnes som meget god, i Danmark og Island, som god. I Norge og Sverige er kundetilfredsheden middel.

8.4 Klager

En anden måde at anskue kundetilfredsheden på er ved at undersøge omfanget af kundeklager⁵³.

I alle de nordiske lande findes der ankenævn eller klagenævn. I Danmark, Island og Norge er ankenævnene primært oprettet i et samarbejde mellem forbrugerorganisationerne og pengeinstitutsektoren. I Finland og Sverige er der tale om offentlige institutioner. Det er disse ankenævn og klagenævn, der vil blive behandlet i det følgende. Det skal bemærkes, at

⁵³ Se Nord 1995:19: „Forbrugere og finansielle tjenester – forbrugeratferd i et liberaliseret kreditmarked“, hvor der redegøres for A. O. Hirschmans teori om: „Exit, voice and loyalty“. Se også Lisbet Berg og Elling Borgeraas: „Hindringer for mobilitet i bankmarkedet“, SIFO, Fagrapport nr. 2 (2004).

der herudover findes en række andre klagemuligheder. I Danmark har pengeinstitutkunderne mulighed for at klage til Finanstilsynet (indtil 2003 var det Forbrugerombudsmanden). I Finland har forbrugerne mulighed for at klage til Konsumentombudsmannen og Finansinspektionen. Herudover har de finske kunder siden 1998 haft mulighed for at klage til Pankkialan Asiakasneuvontatoimisto (Bankbranchens Kundrådgivning), som er et samarbejde mellem Bänkkforeningen i Finland, Konsumentverket og Finansinspektionen. I Island kan pengeinstitutkunderne udover klager til Úrskurðarnefnd um viðskipti við fjármálafyrirtæki (Ankenævnet for forretninger med finansvirksomheder) også klage til Fjármálaeftirlitið (Finanstilsynet). I Norge kan pengeinstitutkunderne udover Bankklagenemda klage til Forbrukerombudet og Kredittilsynet. I Sverige kan der udover Almenna reklamationsnämnden klages til Konsumentombudsmannen, Konsumenternas Bank- och finansbyrå, som i 2004 modtog mere end 5.300 henvendelser og til Finansinspektionen.

8.4.1 Danmark

I Danmark har pengeinstitutkunderne siden 1. august 1988 kunnet klage til Pengeinstitutankenævnet. Pengeinstitutankenævnet blev stiftet af de foreninger der i dag er samlet i Finansrådet og af Forbrugerrådet.

Pengeinstitutankenævnet har efter vedtægternes § 2–§ 7 kompetence til at behandle klager over danske pengeinstitutter og deres herværende datterselskaber og danske filialer af udenlandske pengeinstitutter. Pengeinstitutankenævnet kan behandle klager vedrørende private kundeforhold. Det betyder, at en klage kan angå samtlige omstændigheder i retsforholdet mellem parterne, herunder også omstændigheder, der er opstået, inden et egentligt kundeforhold etableres. Klager fra erhvervsdrivende kan behandles, såfremt klagen ikke adskiller sig væsentligt fra en klage vedrørende et privat kundeforhold. Det er en betingelse for behandling af en klage, at klageren forgæves ved henvendelse har søgt at opnå en tilfredsstillende ordning med pengeinstituttet. Ankenævnet kan indlede behandling af en klagesag, såfremt pengeinstituttet har afvist klagen, eller der ikke forinden 5 uger fra modtagelsen af en klage er opnået forlig med klageren. Ankenævnet har ikke kompetence til at behandle sager, der er henlagt til offentlige myndigheder eller andre anke- eller klagenævne. Pengeinstitutankenævnet kan heller ikke behandle sager, som er afgjort ved endelig dom, gyldig bindende voldgift eller retsforlig eller sager, der kan forventes afgjort i forbindelse med en straffesag. Herudover kan klagesagens parter ikke, så længe en sag verserer for Ankenævnet, anlægge sag ved domstolene eller voldgiftsret om de af klagen omfattede spørgsmål. Endelig kan Ankenævnet afvise sager, som på grund af deres principielle juridiske karakter, usikkerheden om bedømmelsen af de fremkomne faktiske oplysninger eller af andre særlige grunde findes uegnet til behandling i Ankenævnet. Ankenævnets formand er bemyndiget til på

nævnets vegne at afvise sager, som er åbenbare grundløse eller som ikke skønnes egnet til behandling ved nævnet.

Når Pengeinstitutankenævnet har truffet afgørelse i en klagesag, kan sagen af enhver af parterne indbringes for domstolene. Hvis et pengeinstitut ikke ønsker, at være bundet af Ankenævnets kendelse skal pengeinstituttet inden 4 uger skriftligt meddele Pengeinstitutankenævnet, at det ikke ønsker at være bundet af kendelsen.

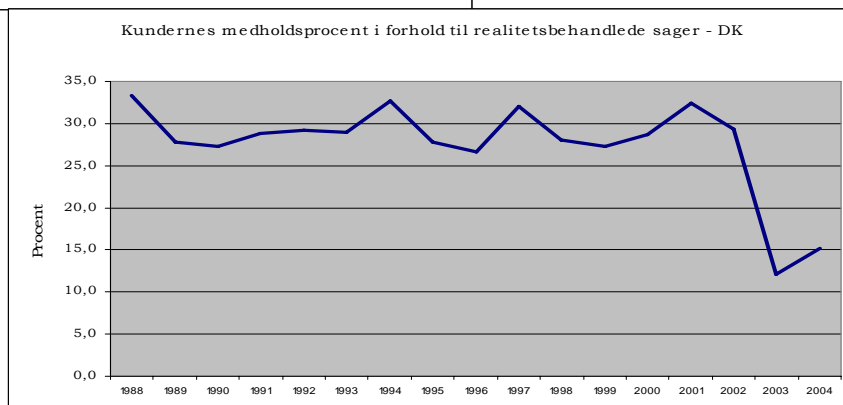
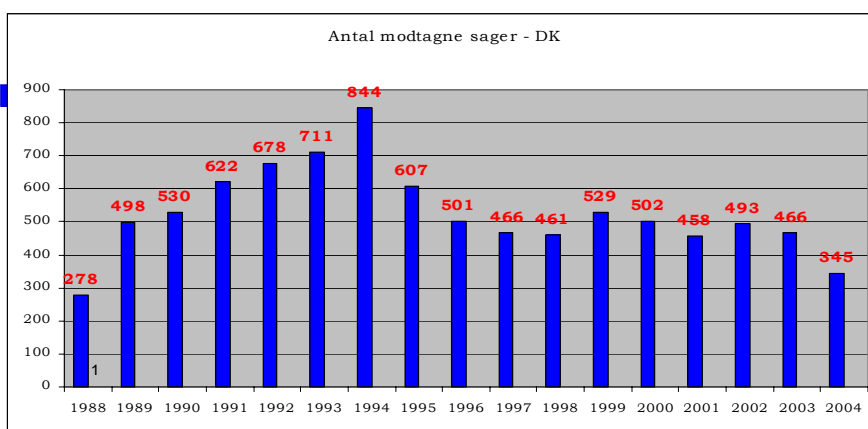
I de sager der behandles af Pengeinstitutankenævnet deltager normalt fem personer, en formand, der efter vedtægterne skal opfylde betingelserne for udnævnelse til landsdommer, to repræsentanter udpeget af pengeinstitutsektoren og to repræsentanter udpeget af Forbrugerrådet. Formanden for Pengeinstitutankenævnet er højesteretsdommer *Peter Blok*.

Der er ingen nedre grænse for størrelsen af klagebeløbet, der skal blot foreligge en formueretlig tvist. Der er et klagegebyr på 150 kr., som refunderes, hvis klageren får medhold.

Udviklingen i Pengeinstitutankenævnets virksomhed fremgår af figur 40:

Figur: 40

Klager til Pengeinstitutankenævnet - Danmark



Som det fremgår af figur 40 har antallet af modtagne klager til Pengeinstitutankenævnet været faldet stødt siden 1999. Det faktum har været genstand for en række udmeldinger fra Finansrådet. På Finansrådets årsmøde i 2002 blev antallet af klager omtalt som forsvindende lille, og derfor burde der være plads til et pusterum i reguleringsaktiviteten. På årsmødet i 2003 blev klageniveauet omtalt som beskedent, når man betragter de tusinde af engagementer og transaktioner, der behandles af sektoren hver evig eneste dag. I 2004 blev antallet af klager sat i forhold til de mange millioner transaktioner, der hvert år går gennem pengeinstitutterne, og klageantallet blev taget som et godt tegn for kvaliteten af pengeinstitutternes ydelser.

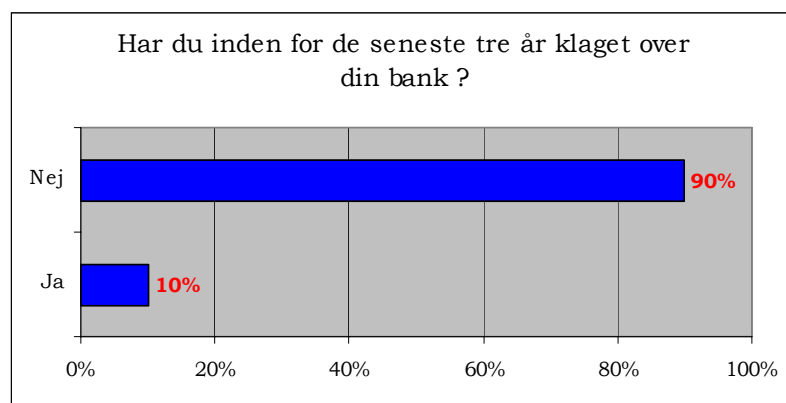
Når antallet af klager sammenholdes med de mange mia. transaktioner, der hvert år går gennem pengeinstitutterne, vil klageantallet pr. definition være lavt. Argumentationen ville være den samme, selvom antallet af klager til Pengeinstitutankenævnet var 10.000.

Derimod er det interessant at vurdere, hvorfor klageantallet er faldet. Her er det værd at bemærke, at 35 % af kunderne ikke ønsker at skifte pengeinstitut på grund af utryghed enten om muligheden for at få de fornødne kreditter stillet til rådighed eller muligheden for at få lige så gode vilkår som i det nuværende pengeinstitut (se figur 38).

Med henblik på, at undersøge kundernes klageadfærd har jeg i samarbejde med TNS Gallup⁵⁴ gennemført en kvantitativ befolkningsundersøgelse. På spørgsmålet: ”Har du inden for de seneste tre år klaget over din bank”, var svaret:

Figur: 41

Klager over din bank



Kilde: TNS Gallup for Henrik Juul.

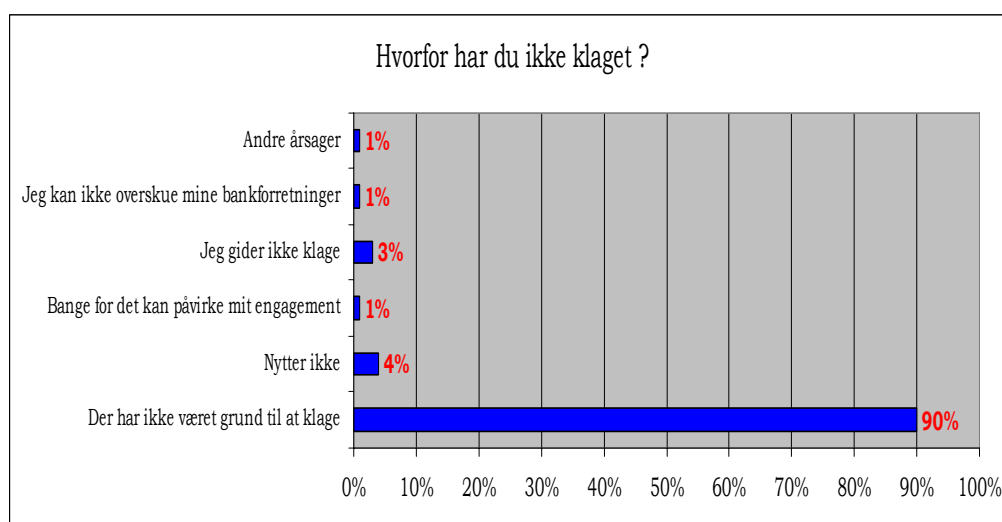
Undersøgelsen viser, at det „kun“ er 10 % af kunderne der over en 3-årig periode har klaget, hvilket må betyde, at godt 3 % hvert år klager. Med henblik på, at få yderligere indblik i kundernes klageadfærd, blev de ad-

⁵⁴ Se nærmere s. 43.

spurgte bedt om at oplyse: „Hvorfor har du ikke klaget?“. Svaret var følgende:

Figur: 42

Klager over din bank



Kilde: TNS Gallup for *Henrik Juul*.

At 90 % af de adspurgte oplyser, at der ikke har været grund til at klage er en naturlig konsekvens af det svar der fremgår af figur 41. Det er bemærkelsesværdigt, at 4 % af de adspurgte oplyser, at det ikke nytter at klage. Det er nærliggende at antage, at det bl.a. skyldes at forholdet mellem kunden og pengeinstituttet ikke er ligeværdigt. Det hænger sandsynligvis sammen med at kunderne ikke besidder den fornødne kompetence til at overskue og gennemskue de finansielle produkter. Derfor er det vanskeligt at vurdere, om der overhovedet er noget at klage over. Herudover ligger det dybt i den menneskelige natur, at vi er bange for at dumme os og på den måde „falde igennem“ i forhold til den finansielle virksomhed.

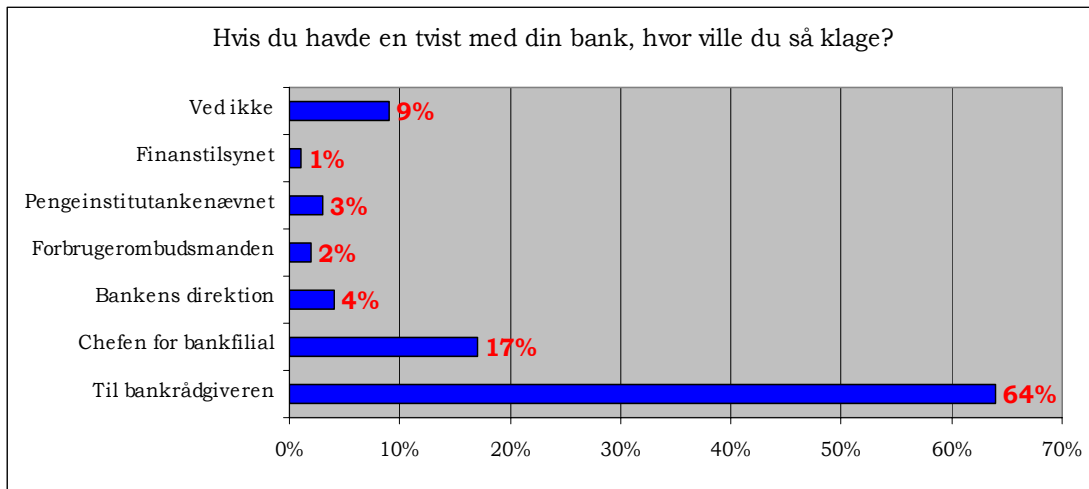
Det bemærkes, at 3 % af de adspurgte oplyser, at de ikke gider klage. Hvad der er årsag til denne holdning viser undersøgelsen ikke⁵⁵.

Endelig blev deltagerne i den kvantitative befolkningsundersøgelse bedt om at besvare spørgsmålet: „Hvis du havde en tvist med din bank, hvor ville du så klage?“. Resultatet var:

⁵⁵ Se Tema Nord 2005:533: "Virksomhedernes klagebehandling i Danmark og Sverige" (2005).

Figur: 43

Klager over din bank



Kilde: TNS Gallup for *Henrik Juul*.

Figur 43 viser klart, at klagerne klares lokalt, idet 81 % af de adspurgte ville klage enten til bankrådgiveren eller dennes chef. 4 % ville klage til bankens direktion, hvilket betyder, at 85 % af klagerne klares „in-house“. På den baggrund er det næppe fuldt dækkende, når klageantallet til Pengeinstitutankenævnet bliver taget som et godt tegn for kvaliteten af pengeinstitutternes ydelser. Heller ikke når kun 3 % af de adspurgte ville vælge af klage til Pengeinstitutankenævnet. Herudover er det værd at bemærke, at 2 % ville klage til Forbrugerombudsmanden, der ikke længe fører kontrol med pengeinstitutterne, idet denne kompetence i 2003 blev overført til Finanstilsynet. Endelig er der 9 %, der ikke ved hvor de i givet fald ville klage.

Afslutningsvis er det værd at bemærke, at kundernes „medholdsprocent“ jf. figur 40 de seneste tre år er faldet fra ca. 30 % til 15 % i 2004.

8.4.2 Finland

Konsumentklagonämnden, der er oprettet i 1978, har til opgave at løse tvister mellem forbrugerne og erhvervsvirksomhederne. Klagenævnet er et uafhængigt offentligt organ. Nævnet behandler klager over alle former for finansiel virksomhed og der kan klages over alle finansielle produkter med undtagelse af fonds- og investeringsformidling. Nævnets afgørelser har karakter af anbefalinger, der ikke er retskraftige. Mere end 70 % af klagenævnets afgørelser efterleves.

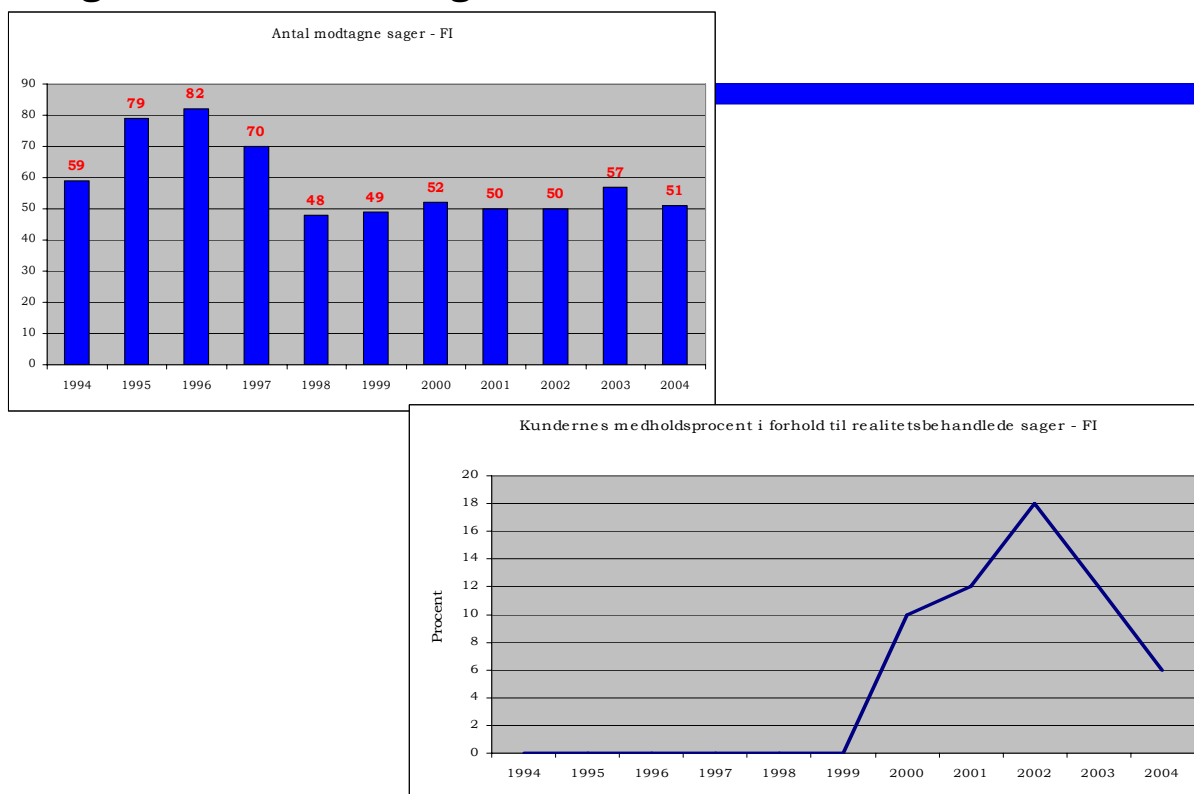
Klagenævnet er sammensat med repræsentanter fra forbrugersiden og erhvervssiden. I nævnsbehandlingen deltager fem medlemmer to fra hver side, disse medlemmer er deltidsansatte, mens formanden er fuldtidsansat. Konsumentklagonämnden giver endvidere efter anmodning udtalelser om enkeltsager til domstolene. Formanden for Konsumentklagonämnden er *Pauli Ståhlberg*, der er udpeget af det finske rigsråd.

Der er ingen nedre grænse for størrelsen af klagebeløbet. Det er gratis at indgive en klage.

Udviklingen i Konsumentklagonämndens virksomhed fremgår af figur 44:

Figur: 44

Klager til Konsumentklagonämnden - Finland



Som det fremgår af figur 44 har antallet af modtagne klager til Konsumentklagonämnden siden 1998 svinget omkring 50 sager. Det har ikke været muligt at få oplyst kundernes „medholdsprocent“ for perioden 1994–1998, men de seneste tre år er „medholdsprocenten“ faldet fra ca. 18 % til 6 % i 2004.

8.4.3 Island

Úrskurðarnefnd um viðskipti við fjármálafyrirtæki (Ankenævnet for forretninger med finansvirksomheder) er oprettet i 1995 som følge af en

aftale mellem Neytendasamtokin (Forbrugerrådet), de islandske forretningsbanker og sparekasser og Handelsministeriet.

Ankenævnet behandler klager over alle former for finansiell virksomhed. Ankenævnet behandler retlige tvister vedrørende de produkter der sælges af de finansielle virksomheder og deres eventuelle datterselskaber.

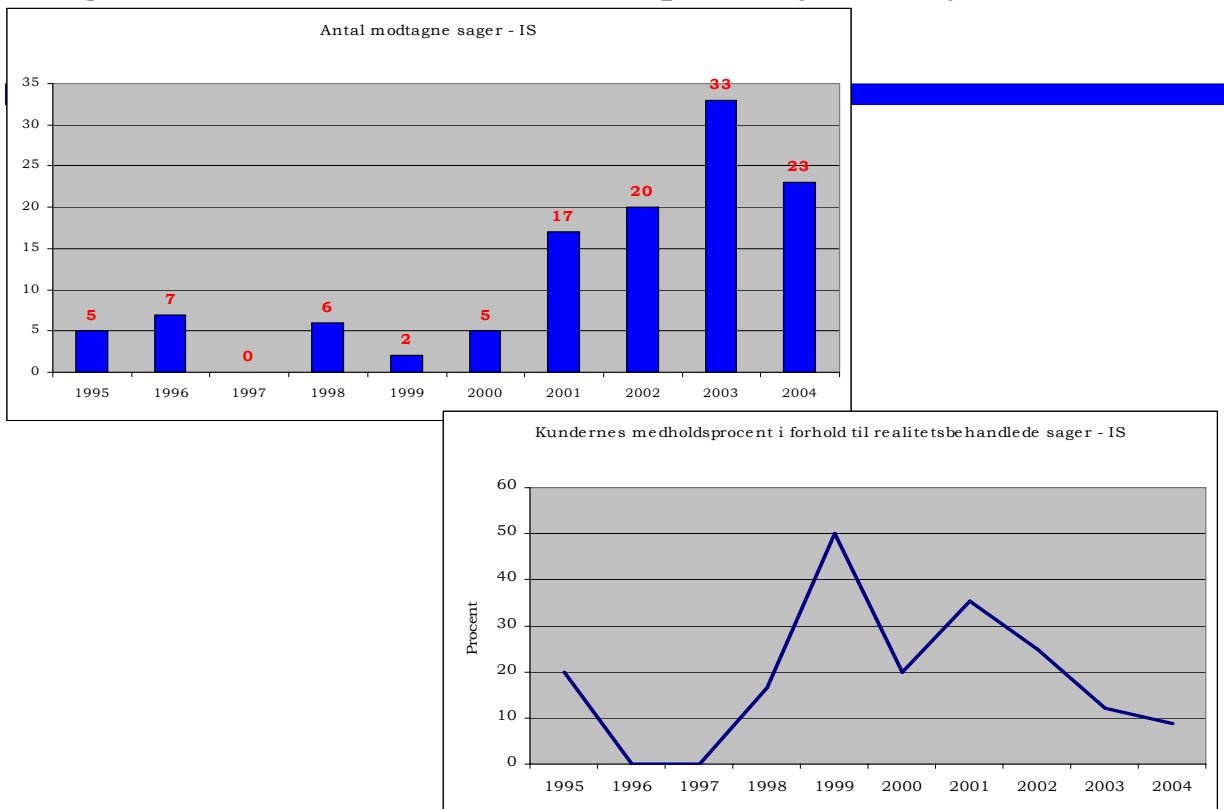
Ankenævnet har fem medlemmer to udpeget af Neytendasamtokin (Forbrugerrådet) og to udpeget af de islandske pengeinstitutter. Formanden, der skal opfylde betingelserne for at blive landsdommer er udpeget af Handelsministeriet. Formanden for Úrskurðarnefnd um viðskipti við fjármálafyrirtæki (Ankenævnet for forretninger med finansvirksomheder) er advokat og professor *Guðjón Ólafur Jónsson*.

Der er ingen nedre grænse for størrelsen af klagebeløbet, der skal blot foreligge en formueretlig tvist. Der er et klagegebyr på ca. 500 kr. for privatpersoner. Klagegebyret for forretningsdrivende er ca. 1.500 kr. og for andre juridiske personer ca. 3.000 kr. Klagegebyret refunderes, hvis klageren får medhold.

Udviklingen i klager til Úrskurðarnefnd um viðskipti við fjármálafyrirtæki (Ankenævnet for forretninger med finansvirksomheder) fremgår af figur 45:

Figur: 45

Klager til Úrskurðarnefnd um viðskipti við fjármálafyrirtæki - Island



Som det fremgår af figur 45 er antallet af modtagne klager til Úrskurðarnefnd um viðskipti við fjármálafyrirtæki (Ankenævnet for forretninger med finansvirksomheder) siden 1995 steget væsentligt. De seneste fire år er ”medholdsprocenten” faldet fra 35 % til ca. 6 % i 2004.

8.4.4 Norge

I Norge har pengeinstitutkunderne siden 1. oktober 1988 kunnet klage til Bankklagenemnda, der er stiftet af Finansnæringens Hovedorganisasjon, Sparebankforeningen i Norge, Finansieringsselskaperens Forening Verdpapirfondens Forening og af Forbrukerrådet.

Bankklagenemnda har kompetence til at behandle tvister som udspringer af kontraktforholdet mellem forbruger og bank, herunder også finansieringsselskab, kreditforetagende eller forvaltningsvirksomhed. Bankklagenemnda har ikke kompetence til at behandle sager, der vedrører ejendoms- og fondsmægling, ligesom Ankenævnet ikke har kompetence til at behandle sager, der er henlagt til offentlige myndigheder eller andre anke- eller klagenævn. Bankklagenemnda kan heller ikke behandle sager, som er afgjort ved endelig dom eller af et andet ankenævn. Så længe sagen behandles af Bankklagenemnda kan klagesagens parter ikke anlægge sag ved domstolene.

Bankklagenemndas afgørelser er rådgivende. Ved afgørelser der går mod banken, finansieringsselskabet, kreditforetagendet eller forvaltningsvirksomheden skal disse inden tre uger give Bankklagenemnda meddelelse om hvorvidt afgørelsen vil blive fulgt.

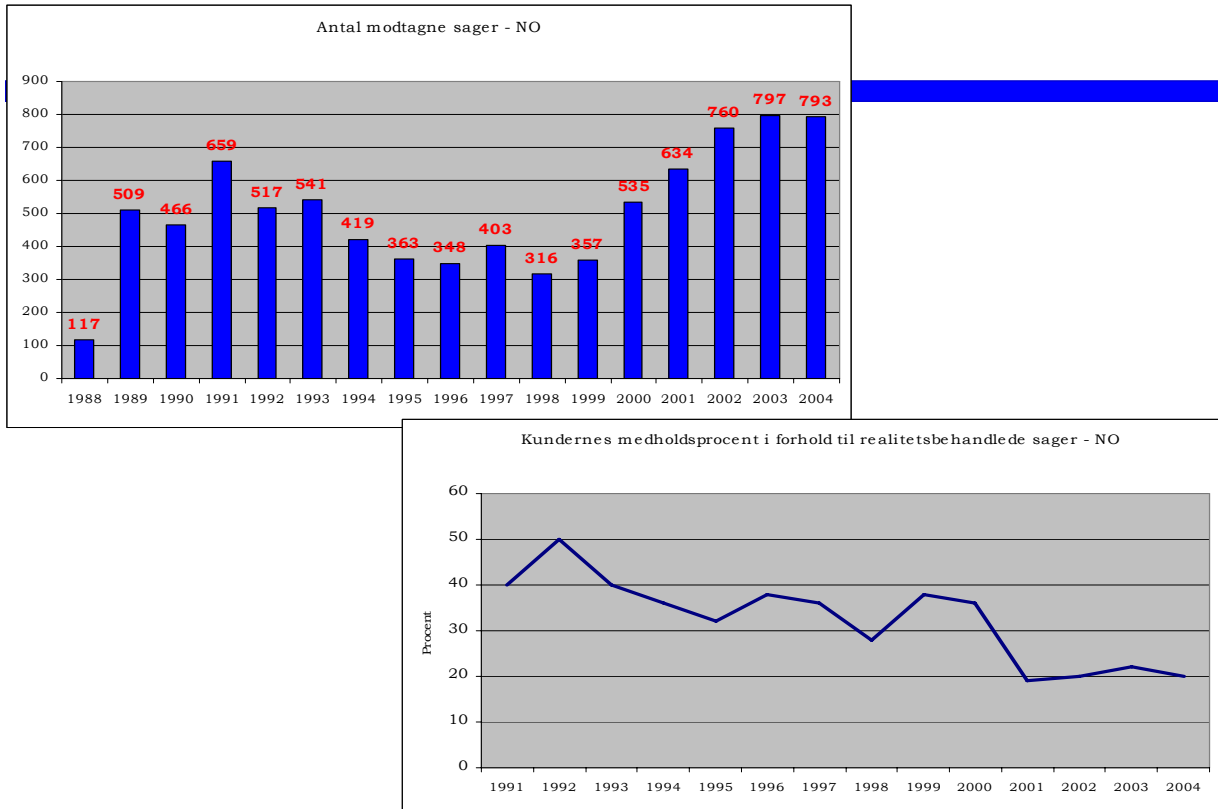
I de sager der behandles af Bankklagenemnda deltager normalt fem personer, en formand, der efter Hovedavtalen for Bankklagenemnda skal opfylde betingelserne for udnævnelse til højesteretsdommer, to repræsentanter udpeget af banksiden og to repræsentanter udpeget af Forbrukerrådet. Formanden for Bankklagenemnda er professor *Viggo Hagstrøm*.

Der er ingen nedre grænse for størrelsen af klagebeløbet. Det er gratis at indgive en klage.

Udviklingen i klager til Bankklagenemnda fremgår af figur 46:

Figur: 46

Klager til Bankklagenemnda - Norge



Som det fremgår af figur 46 har antallet af modtagne klager været stigende siden 1998. Det skal bemærkes, at Bankklagenemnda siden 2000 har overtaget behandlingen af tvister vedrørende betalingskort, hvilket er en afgørende forklaring på det stigende antal klager.

Kundernes „medholdsprocent“ er siden 1992 mere end halveret og har de seneste fire år været omkring 20 %.

8.4.5 Sverige

I Sverige kan pengeinstitutkunderne klage til Allmänna reklamationsnämnden, der er oprettet i 1968. Allmänna reklamationsnämnden er et offentligt klagenævn, der ifølge instruksen⁵⁶ har følgende opgaver. (1) Behandling og afgørelser i tvister mellem forbrugerne og erhvervsvirksomhederne. (2) Udarbejde udtalelser til domstolene i tvister vedrørende forbrugerspørgsmål. (3) Støtte mæglingsforsøg fra forbrugerorganisationerne i forbrugerspørgsmål, herunder oplysning, rådgivning og informa-

⁵⁶ Se Förordning 2004:1034 med instruktion for Allmänna reklamationsnämnden og Finansinspektionens FFFS 2002:23 Allmänna råd om klagomålshantering avseende finansiella tjänster till konsumenter, hvor reglerne for håndtering af klager blev skærpet, herunder definitionen af en klage og hvilken information den finansielle virksomhed skal give til kunderne.

tion. (4) Informere forbrugerne og erhvervsvirksomhederne om Nævnets virksomhed. I klager på det finansielle område består Allmänna reklamationsnämnden af en formand, der er dommer, to repræsentanter fra forbrugerorganisationerne og to fra pengeinstitutterne. Nævnets afgørelser er ikke bindende for parterne. På pengeinstitutområdet er efterlevelseshesprocenten dog stort set 100 %.

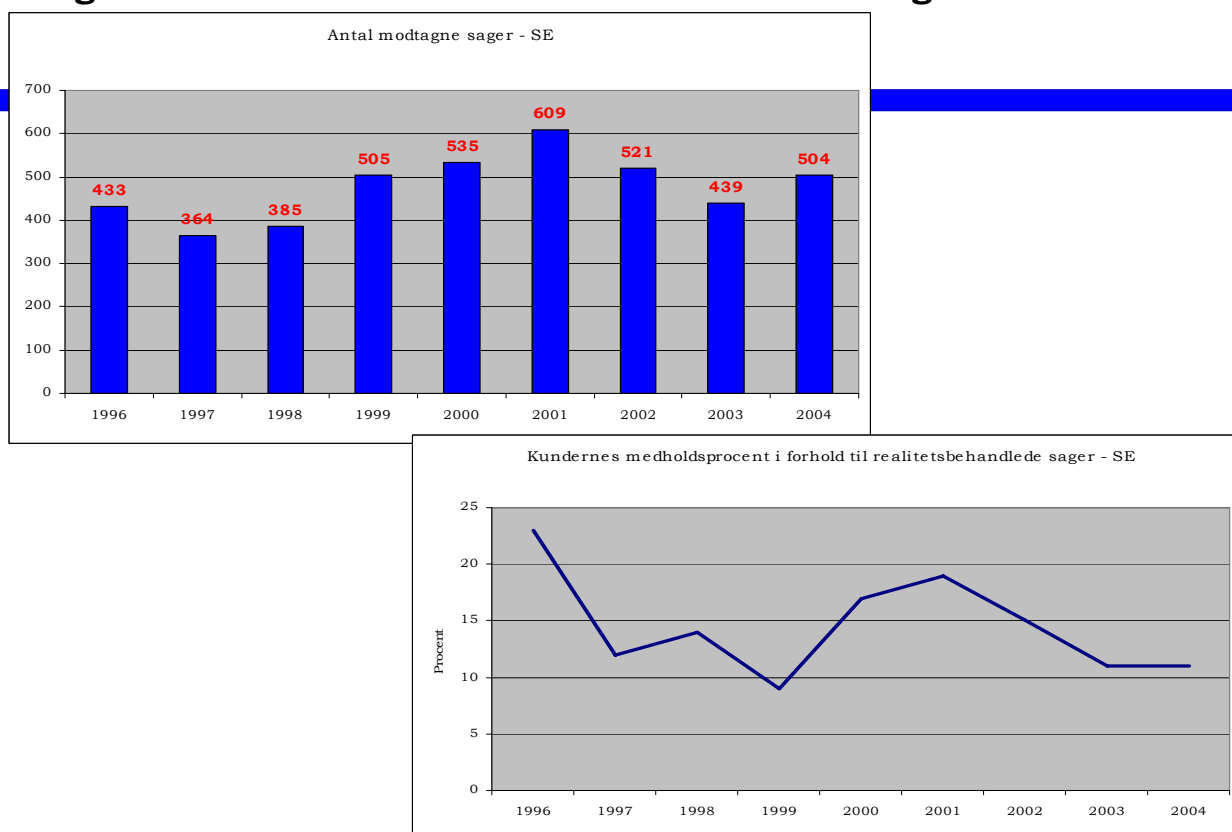
Formanden for Allmänna reklamationsnämnden er dommer *Lotti Nordling*.

Klagerne skal vedrøre et beløb på mindst 1.500 SEK. Det er gratis at indgive en klage.

Udviklingen i klager til Allmänna reklamationsnämnden på pengeinstitutområdet fremgår af figur 47:

Figur: 47

Klager til Allmänna reklamationsnämnden - Sverige



Som det fremgår af figur 47 er antallet af modtagne klager faldet siden 2001, om end antallet af klager fra 2003 til 2004 er steget med ca. 28 %.

Kundernes „medholdsprocent“ er siden 1996 mere end halveret og har de seneste par år været omkring 10 %.

Det skal dog bemærkes, at Bank- og finansbyrået i 2004 modtog mere end 5.300 henvendelser

8.5 Sammenfatning

Undersøgelsen om mobiliteten i de nordiske pengeinstitutter viser, at 4–5 % af kunderne har skiftet pengeinstitut i 2004. Undersøgelsen afdækker ikke om det samtidig betyder, at kunderne definitivt har forladt det hidtidige pengeinstitut eller der blot er tale om at der er oprettet et delengagement i det „nye“ pengeinstitut. En mobilitet på omkring 5 % understøttes dog af en række kvantitative undersøgelser på det danske marked, der har afdækket hvor lang tid de adspurgte kunder har været kunder i deres nuværende pengeinstitut.

Som omtalt har direktøren for Konkurrencestyrelsen, *Finn Lauritzen* oplyst at i andre brancher, er det 13–14 % af kunderne der årligt skifter til en konkurrent.

Af Realkreditrådets pressemeddelelse nr. 3 af 4. februar 2004, der omhandler resultaterne af en kvantitativ undersøgelse analysebureauet Vilstrup Univero gennemførte for Realkreditrådet om anvendelsen af konverteringslettelser herunder afdragsfrie lån fremgår, at der er tegn på hård konkurrence i realkreditsektoren, idet hver fjerde låntager skifter institut ved omlægning af sine lån⁵⁷.

I lyset af Konkurrencestyrelsens udtalelse og Realkreditrådets oplysninger forekommer mobiliteten i den nordiske pengeinstitutsektor lav.

Den kvantitative undersøgelse kan sammenfattes på den måde, at selvom der er noget der kunne indikere, at antallet af danskere der overvejer at skifte pengeinstitut er stigende, er der et stykke vej til reelt at foretage skiftet. Det skyldes bl.a., at 35 % af de kunder der overvejer et pengeinstitutsifte angiver, at de er utrygge ved om de kan opnå de samme rente- og gebyrvilkår og de fornødne lån og kreditter i det nye pengeinstitut.

Generelt set er billedet af den nordiske banksektor, at kundetilfredsheden i Finland må betegnes som meget god, i Danmark og Island, som god og i Norge og Sverige er kundetilfredsheden middel.

Det falder uden for rammerne, at foretage en tilbundsående analyse af de forskellige klage- og ankenævn i de nordiske lande, men det er dog muligt at påpege følgende generelle træk:

- I alle de nordiske lande forekommer antallet af klager sat i forhold til de mange millioner transaktioner, der hvert år går gennem pengeinstitutterne, beskedent. Det skal dog bemærkes, at den af TNS Gallup gennemførte kvantitative befolkningsundersøgelse viser, at klagerne klares lokalt, idet 81 % af de adspurgte ville klage enten til bankrådgiveren eller dennes chef. 4 % ville klage til bankens

⁵⁷ Vilstrups kundeundersøgelse 2004 viser samme resultat.

direktion. Det betyder, at 85 % af klagerne i pengeinstitutterne klares "in-house".

- De senere års udvikling i antallet af modtagne klager til de finansielle ankenævn eller klagenævn viser, at klageantallet i Danmark, Finland og Sverige er faldende. I Island og Norge er antallet af klager steget, hvilket i Island kan tilskrives at ankenævnet er relativt nyt og i Norge skyldes det, at Bankklagenemnda siden 2000 har overtaget behandlingen af tvister vedrørende betalingskort.
- I samtlige de finansielle anke- eller klagenævn er kundernes medholdsprocent gennem de seneste år faldet betydeligt. I Danmark var kundernes medholdsprocent i 2004 15 %, i Finland var den 6 %, i Island var medholdsprocenten 9 %, i Norge var den 20 % og i Sverige 12 %. Det kan næppe udelukkes at en så beskeden medholdsprocent vil kunne afholde en række kunder fra overhovedet at indbringe sagerne for de respektive klage- og ankenævn.

9. Samlet konklusion

Formålet med dette projektet er at søge løsninger til forbedring af forbrugernes vilkår ved at styrke gennemsigtigheden og mobiliteten på og mellem de nordiske finansielle markeder. Projektet omfatter følgende delmål:

1. Undersøgelse af priserne for en modelfamilie, herunder etableringsgebyrer, årlige gebyrer og flyttegebyrer. Undersøgelsen omfatter endvidere udbredelsen af loyalitetsprogrammer og andre kundefastholdelsesprogrammer.
2. Forbrugermobilitet – herunder forbrugerens gebyrfølsomhed på de nordiske bankmarkeder og dennes betydningen for sektorens konkurrence.

9.1 Omkostningerne for en modelfamilie

Den overordnede konklusion på denne del af undersøgelsen er, at der både nationalt og specielt mellem de nordiske lande er store forskelle på hvad omkostningerne er for den anvendte modelfamilie. En vægtning af de undersøgte pengeinstitutters samlede gebyrer, i forhold til pengeinstitutternes indlånsmasse, viser, at modelfamiliens samlede omkostninger pr. år i Danmark er 1.087 kr., i Norge der er det næst billigste land skal familien betale 1.741 kr., i Island skal familien betale 1.776 kr., i Finland koster det familien 1.840 kr. og i det dyreste land Sverige skal familien betale 1.865 kr.

Endvidere viser undersøgelsen, at den post der varierer mest er overførsel til udlandet. Dels er prisen systemafhængig og dernæst er der forskel på om pengeinstituttet operer i flere nordiske lande. Videre er det i en række tilfælde forudsat at modelfamilien anvender de pågældende pengeinstitutters internetbank.

Herudover viser undersøgelsen, at der er meget betydelige forskelle mellem de forskellige serviceydelser både nationalt og mellem de nordiske lande, hvilket betyder, at der skal udvises stor forsigtighed ved fortolkningen af sådanne landeundersøgelser.

Endelig viser undersøgelsen af en stor del af de undersøgte pengeinstitutter anvender forskellige former for loyalitetsprogrammer, kundepakker og produktpakker. Disse programmer og pakker er i væsentlig omfang medvirkende til at komplicere sammenligningerne.

9.2 Undersøgelse af etableringsgebyrer, rentesatser og flyttegebyrer

Den overordnede konklusion på denne del af undersøgelsen er, at også etableringsgebyrer og de tilbudte rentesatser er ganske forskellige såvel nationalt som mellem de nordiske lande. Hvor Danmark i den vægtede undersøgelse af pengeinstitutters samlede gebyrer for en modelfamilien (figur 16) var det billigste land, tegner der sig i undersøgelsen af etableringsgebyrer et anderledes billede. Her er det Finland der har de laveste etableringsgebyrer, der svinger fra 0 kr. til 6.341 kr. I Sverige varierer etableringsgebyrerne fra 400 kr. til 1.759 kr., i Norge spænder etableringsgebyrerne fra 1.056 kr. til 3.290 kr., i Island er spændet fra 0 kr. til 6.709 kr. Det dyreste land er Danmark, hvor etableringsgebyrerne varierer fra 6.600 kr. til 10.800 kr.

I Danmark og Norge anvendes ikke flyttegebyrer, mens Nordea som det eneste pengeinstitut anvender flyttegebyrer i både Finland (2.238 kr.) og Sverige (560 kr.). Flyttegebyrerne på Island varierer fra 0 til 8.000 kr.

Det skal bemærkes, at det ikke indgår i undersøgelsen om pengeinstitutterne beregner sig gebyr ved overførsel af særlige indlånskonti og værdipapirdepoter m.m.

På boliglånsområdet er Sverige billigst og det er også i Sverige rentespændet er mindst 0,56 %.

En lønkonto med kassekredit er billigst i Finland, men Finland har også det største rentespænd på 6,75 %.

På billånsområdet er Finland også billigst, men også her er det Finland der har det største rentespænd på 1,3 %.

Som det fremgår af tabel 24 tegner der sig ikke et entydigt mønster, men hvis undersøgelsesernes delelementer tillægges samme værdi eller betydning vil det betyde, at Finland totalt set er det billigste land. På andenpladsen kommer Norge, Danmark vil indtage tredjepladsen, Sverige fjerdepladsen og Island er det dyreste land. I Island betaler kunderne udover selve renten et inflationstillæg på ca. 2,5 % pr. år., hvilket betyder at kunden, modsat andre europæiske lande både bærer risikoen for renteutviklingen og inflationsudviklingen.

Endelig skal det bemærkes, at flere pengeinstitutter har oplyst, at det ikke er muligt at oplyse en rentesats, idet det i disse pengeinstitutter er pengeinstitutternes filialer, der er ansvarlige for den enkelte kunderelation og dermed selv fastsætter renten. Der findes således ikke en centralt fastsat rente.

9.3 Loyalitetsprogrammer

Undersøgelsen viser, at 79 % af de adspurgte pengeinstitutter anvender en eller anden form for loyalitetsprogrammer, fordelsprogrammer, produkt-

pakker eller kundepakker. Af de fem pengeinstitutter, der ikke anvender loyalitetsprogrammer oplyser tre pengeinstitutter, at kundernes vilkår fastsættes ud fra en samlet vurdering af kundeforholdet, hvor der tages hensyn til forretningsomfanget, engagementsstørrelse, sikkerhedsstillelse og risiko, låneformål, kundeforholdets varighed, låntagers indtægts- og formueforhold, samt låntagers øvrige relationer til pengeinstituttet.

Herudover er det værd at bemærke, at brugen af kreditscoring og adfærdsscoring vil være i stærk stigning som følge af de nye kapitaldækningsregler. Kapitaldækningsreglerne betyder, at en række finansielle virksomheder er påbegyndt en risikoklassificeringsproces, således, at udlånsengagementer rangordnes efter sandsynligheden for misligholdelse. Modellerne samler et betydeligt antal parametre, herunder kundernes faktiske adfærd og derved er det muligt at estimere sandsynligheden for tab. Det må forventes, at disse modeller bl.a. vil blive anvendt proaktivt, eksempelvis i forbindelse med prissætninger af kundernes samlede engagement eller i forbindelse med afsætning af nye produkter.

Denne udvikling vil betyde, at både prissætningen og brugen af loyalitetsprogrammer (eller skræddersyede løsninger) vil blive endnu mere individuelle og dermed vil gennemsigtheden blive yderligere reduceret.

9.4 Gebyrfølsomhed

Den danske kvantitative befolkningsundersøgelse foretaget i samarbejde med Epinion A/S viser, at det mest afgørende for kundernes valg af pengeinstitut, er tilliden til at pengeinstituttet vil levere de fornødne lån og kreditter. Dernæst er det afgørende, at pengeinstituttet leverer god rådgivning og service. Som kundernes tredjeprioritet kommer spørgsmålet om renter og gebyrer.

Herudover viser en anden kvantitativ befolkningsundersøgelse foretaget af DMA/Research, at kunderne ikke er villige til at skifte bank, hvis der alene er tale om små besparelser. Således fremgår det, at 50 % af kunderne er villige til at skifte, hvis besparelsen er større end 1.750 kr. pr. år. Aldersmæssigt er det de 36–45-årige, der kræver den største besparelse, her skal besparelsen være mere end 3.700 kr. pr. år. Indkomstmæssigt er det gruppen 300.000–500.000 kr., der kræver den største besparelse, her skal besparelsen være mere end 2.900 pr. år.

Det resultat der er gengivet i figur 31 om hvor stor besparelsen skal være før et bankskifte viser, at de forskelle der er afdækket i undersøgelsen vedrørende modelfamiliens betaling for den løbende kontohåndtering næppe ville kunne medføre et pengeinstitutskifte. Derimod vil de betydelige forskelle der er afdækket i undersøgelsen af etableringsgebyrerne (se tabel 23), isoleret set kunne udløse et pengeinstitutskifte.

Det har ikke indenfor rammerne af dette projekt været muligt at foretage undersøgelser om gebyrfølsomhed m.m. i de andre nordiske lande og

det har ikke været muligt – selv med hjælp fra projektgruppen – at opspore tilsvarende kvantitative befolkningsundersøgelser i de andre nordiske lande.

9.5 Forbrugermobilitet

Med henblik på at undersøge forbrugermobiliteten er de respektive pengeinstitutter blevet anmodet om, at oplyse antallet af private kunder pr. 31. december 2004. Hvor mange nye private kunder modtog pengeinstituttet i 2004, og hvor mange private kunder afgav pengeinstituttet i 2004. Oplysningerne om antallet af kunder, herunder tilgang og afgang vil ikke blive offentliggjort for hvert enkelt pengeinstitut. Oplysningerne vil alene blive anvendt, således at det på landeplan er muligt at oplyse antallet af til- og afgang blandt de 5 største pengeinstitutter i hvert af de nordiske lande. Hermed burde der være taget fornødent hensyn til ønsket om eventuel fortrolighed.

Resultatet af den gennemførte undersøgelse fremgår af tabel 34, der her gengives:

	Danmark	Finland	Island	Norge	Sverige
Tilgang	+ 5,3 %	+ 5,1 %	+ 4,0 %	+ 5,4 %	+ 4,4 %
Afgang	- 5,4 %	- 2,1 %	- 1,7 %	- 2,8 %	- 4,2 %

Det skal bemærkes, at resultatet bør fortolkes med en vis forsigtighed, idet 35 % af de adspurgte pengeinstitutter ikke har kunnet eller ikke har villet afgive de ønskede oplysninger. Det er overfor de adspurgte pengeinstitutter præciseret, at oplysningerne om antallet af kunder, herunder tilgang og afgang ikke offentliggøres for hvert enkelt pengeinstitut, men alene anvendes så det på landeplan er muligt at oplyse antallet af til- og afgang blandt de 5 største pengeinstitutter i hvert af de nordiske lande. På baggrund af løftet om fortrolighed er det ikke muligt at oplyse hvilke pengeinstitutter, der ikke har ønsket at afgive oplysningerne.

Med disse bemærkninger og forbehold viser undersøgelsen om mobiliteten i de nordiske pengeinstitutter, at 4–5 % af kunderne har skiftet pengeinstitut i 2004. Undersøgelsen afdækker ikke om det samtidig betyder, at kunderne definitivt har forladt det hidtidige pengeinstitut eller der blot er tale om at der er oprettet et delengagement i det „nye“ pengeinstitut.

Selvom undersøgelsen er forbundet med en vis usikkerhed understøttes resultatet dog af den danske kvantitative befolkningsundersøgelse, som er gennemført i samarbejde med Epinion A/S. Her fremgår det, at 5 % af de adspurgte har været kunder i deres nuværende pengeinstitut i mindre end 1 år.

Konkurrenceintensiteten kan måles ved en række indikatorer, herunder koncentration, prissætning og mobilitet.

Der kan på baggrund af den gennemførte prisundersøgelse ikke drages sikre konklusioner om konkurrencesituationen alene på baggrund af renteniveauet, da mange andre faktorer som fx gebyr- og lånestruktur, sikkerhedsstillelse, rentebindingsperiode mv., men spørgsmålet om mobilitet er som beskrevet et af de parametre der indgår i vurderingen af konkurrencesituationen. Undersøgelsen om mobiliteten i de nordiske pengeinstitutter viser, at 4–5 % af kunderne har skiftet pengeinstitut i 2004. Ifølge Konkurrencestyrelsen i Danmark er mobiliteten i andre brancher ca. 13–14 % pr. år.

Den undersøgelse Vilstrup Univero gennemførte for Realkreditrådet i Danmark viste, at hver fjerde låntager skiftede realkreditinstitut ved omlægning af sine lån.

På den baggrund må det konstateres at mobiliteten i den nordiske finansielle sektor er lavere end i andre brancher.

10. Mulige løsninger

Det overordnede formål med dette projektet er at søge løsninger til forbedring af forbrugernes vilkår ved at styrke gennemsigtigheden og mobiliteten på og mellem de nordiske finansielle markeder.

Indledningsvis vil jeg dog påpege en række centrale observationer i forholdet mellem kunderne og den finansielle sektor:

- En række undersøgelser viser at kunderne generelt er godt tilfredse med pengeinstitutsektoren.
- Omkring 12 %–14 % af kunderne overvejer at skifte pengeinstitut, mens det reelt kun er ca. 5 % af kunderne der årligt skifter pengeinstitut.
- Besparelsen ved et bankskifte skal for 75 % af kundernes vedkommende være større end 2.500 kr. pr. år.
- 71 % af kunderne kan ikke overskue pengeinstitutternes renter og gebyrer.
- Kunderne skal have valgmuligheder.
- Prisen er ikke den vigtigste parameter for kunderne, det er mere afgørende at kunderne får god rådgivning og service.
- De mange lovpligtige informationer reducerer gennemsigtigheden (se figur 50).
- En øget gennemsigtighed giver mulighed for at samordne priserne.
- 85 % af kundernes klager over pengeinstitutterne klares „in-house“.
- Antallet af klager til de finansielle anke- eller klagenævn generelt faldende.
- I samtlige de finansielle anke- eller klagenævn er kundernes medholdsprocent gennem de seneste år faldet betydeligt.

I det følgende gives en række anbefalinger primært udarbejdet på grundlag af undersøgelsens resultater.

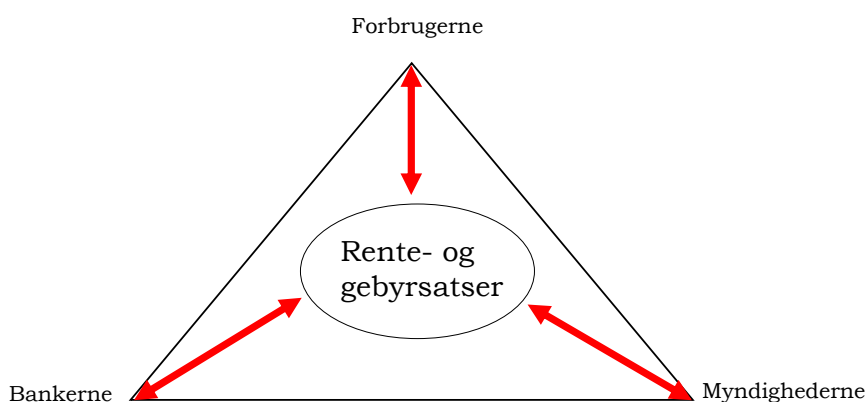
Jeg er opmærksom på, at flere af anbefalingerne vil kunne mødes med argumenter om, at sektoren allerede er tynget af en betydelig mængde administrative og bureaukratiske byrder. Anbefalingerne tager derfor udgangspunkt i Nordisk Ministerråds samarbejdsprogram for 2005–2010. På forbrugerområdet fremgår, at visionen er at skabe aktive forbrugere som er trygge uanset hvor de agerer.

10.1 Vælg mellem de gode argumenter

Pengeinstitutternes rente- og gebyrfastsættelse er kompliceret, idet rente- og gebyrfastsættelsen indeholder en række modsatrettede interesser, hvilket illustreres af følgende model:

Figur: 48

Kompliceret



Pengeinstitutterne ønsker som andre erhvervsdrivende selv at fastsætte prisen på deres produkter med henblik på at optimere indtjeningen. Pengeinstitutsektoren argumenterer endvidere for, at sektoren er præget af en sund og betydelig konkurrence, og at det er konkurrencen, der er bedst egnet til at regulere sektorens prissætning. Herudover skal gebyrerne tilrettelægges så de virker adfærdsregulerende således at kunderne alene betaler for de ydelser de anvender.

Forbrugerne (Forbrugerorganisationerne) ønsker de bedst mulige priser, og at prissætningen er fair og gennemsigtig. Herudover vil forbrugersiden bemærke, at pengeinstitutterne sammen med staten er eneberettigede til at annoncere efter indlån. Indlånet spiller en central rolle i pengeinstitutvæsenet, idet en væsentlig del af Finanstilsynets virksomhed er begrundet i behovet for at beskytte indskyderne. Herudover er indlånsmidlerne en væsentlig forudsætning for pengeinstitutternes udlånsvirksomhed. Den teknologiske udvikling har i øvrigt betydet, at stort set alle, der har en indkomst, hvad enten der er tale lønindkomst eller offentlige ydelser, er nødsaget til at have en lønkonto i et pengeinstitut. Dermed indtager pengeinstitutterne en helt central rolle i samfundet, der naturligt giver anledning til at drøfte pengeinstitutternes samfundsmæssige ansvar.

Myndighederne (Nationalbanken og Finanstilsynet) ønsker, at den finansielle sektor har den fornødne stabilitet, således at den finansielle sektor kan løse opgaven som effektive formidlere af kapital til såvel virksomheder som de private kunder.

Anbefaling:

Der er nødvendigt at foretage et omhyggeligt og prioriteret valg mellem de gode og modsatrettede argumenter.

10.2 Oplysningspligt om rente- og gebyrindtjening

Som det fremgår af figur 9 er gebyrprocenten beregnet på baggrund af pengeinstitutternes samlede gebyr- og provisionsindtægter, hvilket betyder, at de gebyrer og provisioner erhvervskunderne betaler også er indregnet⁵⁸. Det skyldes at pengeinstitutterne i årsrapporterne ikke opdeler disse poster i privatkunder og erhvervskunder. I Danmark vil virksomhederne fra 2006 være forpligtet til at specificere gebyr- og provisionsindtægter. Tre danske pengeinstitutter har i årsrapporterne for 2004 foretaget en sådan specifikation, hvilket gav følgende resultat:

Tabel: 49

Fordeling af gebyr- og provisionsindtægter (i %)	Danske Bank	Jyske Bank	Sydbank
Garantiprovision	7,3 %	16,0 %	13,6 %
Fonds- og depotprovision	32,8 %	47,0 %	57,4 %
Betalingsformidling	19,0 %	15,0 %	10,7 %
Omprioriterings- og lånegebyrer	22,1 %	12,0 %	11,1 %
Provision i øvrigt	18,8 %	10,0 %	7,2 %

Kilde: Selskabernes årsrapporter (2004).

Den specifikation der fremgår af figur 49 indeholder dog både gebyrer og provisioner for erhvervskunderne og de private kunder.

Anbefaling:

For at sikre en øget åbenhed og gennemsigtighed vil det være hensigtsmæssigt at kræve en yderligere specifikation af de enkelte gebyrtyper, herunder en opdeling af gebyrer betalt af erhvervskunder og private kunder. På den måde vil det være muligt at foretage en mere retvisende sammenligning af de forskellige pengeinstitutters gebyrprocenter.

10.3 Information contra gennemsigtighed

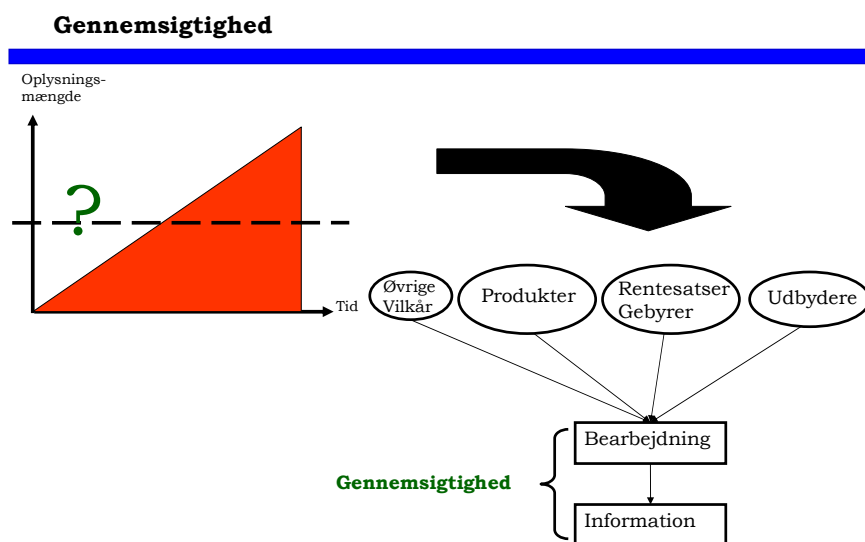
I en række tilfælde er forskellige problemer eller uklarheder blevet løst ved at stille yderligere krav om information. Det er vigtigt at præcisere, at når der i denne rapport stilles forslag om eksempelvis yderligere information er formålet ikke at forøge papirmængden, men derimod sikre, at kunden modtager overskuelig og bearbejdet information.

⁵⁸ Herudover skal det bemærkes, at en række pengeinstitutters indtjening stammer fra udenlandsk virksomhed. Jyske Bank har oplyst at ca. 30 % af bankens gebyrindtjening stammer fra udlandet. Se også Svenska Bankföreningen: „Svenska Bankföreningen informerar, november 2005“.

Af Økonomi- og Erhvervsministeriets rapport: „Gebyrer på penge- og realkreditmarkedet, rapport 15. september 2005“, fremgår, at 71 % af de adspurgte danske kunder ikke synes at bankernes priser – renter og gebyrer – på nuværende tidspunkt er gennemskuelige. På den baggrund er det nødvendigt at tage initiativer der forbedrer kunders muligheder for at skaffe sig de fornødne informationer.

Det kunne bl.a. iagttages ved at sondre mellem oplysninger og gennemsigthed, hvilket illustreres af følgende model:

Figur: 50



Figuren viser, at der ikke blot skal gives endnu flere oplysninger, oplysningerne skal bearbejdes og præsenteres på en overskuelig måde. Hermed skabes gennemsigthed også på mere komplicerede områder. Der har som beskrevet over lang tid været en tendens til, at hver gang der blev afdækket er nyt problem så var svaret: „Yderligere oplysninger“. Der er for mig ikke tvivl om, at vi har passeret punktet information overload. Dette bekræftes bl.a. af, at det spørgsmål bankrådgiveren oftest stilles er: „Hvad vil du selv gøre?“.

Anbefaling:

Ved fremtidige krav om yderligere information bør det nøje overvejes hvordan informationerne kan præsenteres således, at der skabes øget gennemsigthed. Se yderligere punkt 11.4. om prissammenligningsdatabaser.

10.4 Prissammenligningsdatabaser

Gennemsnitligheden kan bl.a. forbedres ved brug af prissammenligningsdatabaser, hvor kunderne indtaster en række oplysninger, der herefter behandles og præsenteres på en overskuelig måde.

I Sverige har Konsumentverket udarbejdet et webbaseret sammenligningsværktøj – „Bankkalkyl“ – som kan anvendes til sammenligning af pengeinstitutternes gebyrer. Kunderne indtaster en række oplysninger om kontoadfærd og herefter beregnes de årlige omkostninger ved at være kunde i de forskellige pengeinstitutter. Se figur 51:

Figur: 51

Prissammenligningsdatabase

The screenshot shows the 'Bankkalkyl' website interface. It features a navigation menu with 'Startsidan', 'Konsumenträtt', and 'Välj Ämnesområde'. The main content area is titled 'Bankkalkyl' and contains a form for calculating annual costs. The form is divided into several sections:

- Räkningar/girobetalningar:**
 - Hur ofta betalar du dina räkningar? (t.ex. 1 g/mån = 12 ggr/år) - Input field for ggr/år
 - Hur många räkningar betalar du till bankgiro? (t.ex. 3 st/mån = 36 st/år) - Input field for st/år
 - Hur många räkningar betalar du till plussgiro? (t.ex. 3 st/mån = 36 st/år) - Input field for st/år
- Överföringar:**
 - Till eget konto i banken:
 - I kassa eller via personlig service - Input field for ggr/år
 - Automatisk/stående (ej Autogiro) - Input field for ggr/år
 - Till någon annans konto i banken:
 - I kassa eller via personlig service - Input field for ggr/år
 - Automatisk/stående (ej Autogiro) - Input field for ggr/år
- Utbetalningar via avi:**
 - Utbetalning från bankgirokonto - Input field for st/år

To the right of the screenshot, a list of services is provided:

- Regninger/girobetalinger
- Overførsler
- Udbetalinger
- Internetbank
- Check
- Rejsevaluta
- Betalingskort

I Danmark har Finansrådet og Forbrugerrådet besluttet at udvikle et system til sammenligning af pengeinstitutters priser. Systemet forventes at være operativt primo 2006. Der er næppe tvivl om at der er tale om en kompliceret opgave, hvilket bl.a. hænger sammen med den finansielle sektors brug af intervalrenter/forhandlingsrenter og brugen af produkt-pakker, hvor forskellige ydelser sammensættes på forskellig måde. Brugen af loyalitetsprogrammer, hvor kunderne præmieres i form af rabatter for at samle en række finansielle produkter er heller ikke med til at gøre opgaven mindre kompliceret. Endelig kompliceres opgaven af det efterhånden meget betydelige antal gebyrer, der præger den finansielle sektor.

En løselig gennemgang af en række pengeinstitutters prislister viser, at antallet af gebyrer har passeret mere end 500 forskellige gebyrer⁵⁹. En række af gebyrerne er i øvrigt kendetegnet ved en betydelig spredning.

Vi har endnu til gode at se, hvordan Finansrådets og Forbrugerrådets prissammenligningssystem kommer til at fungere. Men det vil være afgørende, at systemet giver kunderne en loyal og retvisende information om de forskellige produkter.

I England har det engelske finanstillsyn FSA⁶⁰ etableret en prissammenligningsdatabase. Modellen opererer med en modelforbruger, men det er også muligt, at indtaste en række oplysninger, hvorefter brugerne præsenteres for de tilsluttede pengeinstitutters rente- og gebyrer.

Af Finanstillsynets rapport: „Rapport fra arbejdsgruppen om mulighed for bedre prissammenligning i pengeinstitutsektoren“⁶¹ fremgår, at Forbrugerorganisationen i Tyskland udarbejder prissammenligning på udvalgte temaer. Herudover oplyses det, at der arbejdes på en fælleseuropæisk månedsbaseret rentestatistik i centralbank regi. Statistikken indeholder bl.a. gennemsnitlige rentesatser for husholdningernes indlån og udlån.

I Canada har The Financial Consumer Agency of Canada (FCAC)⁶² udarbejdet en prissammenligningsdatabase, der gør kunderne i stand til at finde den bedste ”banking service package”.

Anbefaling:

Der bør i alle de nordiske lande etableres prissammenligningsdatabaser, der gør det muligt for kunderne at foretage sammenligning af både renter og gebyrer. Det er afgørende at prissammenligningsdatabaserne tager hensyn til såvel intervalrenter/forhandlingsrenter og brugen af loyalitetsprogrammer, produktpakker, kundepakker og lignende kundefastholdelsesprogrammer.

10.5 Årlig prisinformation

I Norge følger det af lov om finansavtaler og finansoppdrag⁶³ § 30, at pengeinstitutterne jævnligt og mindst én gang om året, skriftligt skal informere kontohaveren om rente- og gebyrsatser for alternative indlånskategorier, der udbydes af det pågældende pengeinstitut.

I Danmark følger det af bekendtgørelsen om god skik for finansielle virksomheders⁶⁴ § 8, at en finansiell virksomhed skal give tilstrækkelig information om egne produkter og ydelser, herunder om forskelle i priser

⁵⁹ Se Økonomi- og Erhvervsministeriets rapport: Gebyrer på penge- og realkreditmarkedet, rapport 15. september 2005.

⁶⁰ www.fsa.gov.uk.

⁶¹ 30. august 2004.

⁶² <http://www.fcac-acfc.gc.ca/>

⁶³ Lov nr. 46 af 25. juni 1999.

⁶⁴ Bekendtgørelse nr. 1046 af 27. oktober 2004.

og vilkår for alternative produkter, der kan dække kundens behov. Af stk. 2 og 3 fremgår videre:

„Såfremt der mellem kunderne for en given ydelse er generelle forskelle i fastsættelsen af renter, bidrag eller andet vederlag til den finansielle virksomhed, skal den finansielle virksomhed oplyse en kunde herom, forinden der indgås aftale om levering af ydelsen. På forespørgsel fra kunden skal der oplyses om hvilke forhold hos kunden, der kan være bestemmende for dennes indplacering inden for den givne prisdifferentiering.

Stk. 3. En finansiell virksomhed skal på grundlag af sit generelle markeds-kendskab informere kunden om relevante produkttyper på markedet. Informatio-nen skal dog ikke indeholde oplysninger om konkurrerende produkter eller kon-krete priser.“

Herudover har Finansrådet i overensstemmelse med Pengeinstituttan-kævnets praksis henstillet til pengeinstitutterne i Danmark, at man i for-hold til ældre kontohavere (over 67 år) med indeståender på mere end 100.000 kr. rådgiver om mulighederne for at anbringe opsparingen på en anden måde med henblik på at opnå den bedst mulige forrentning.

Senest har Finansrådet henstillet til pengeinstitutterne i Danmark, at der fra kalenderåret 2006 og fremover udarbejdes årlige gebyroversigter, der viser hvilke gebyrer privatkunderne har betalt i det forgangne år.

De omfattede gebyrer fremgår af en minimumsliste, som er blevet til efter forhandling med Forbrugerrådet. Formålet med en årlig oversigt er at skabe opmærksomhed hos forbrugerne om den samlede størrelse af de dagligdags forekommende gebyrer, som er forbundet med at have konto, betalingskort og tilknyttet betalingsformidling (fx gebyr for VisaDankort, regningsbetaling, overførsler, kontoudskrift, udstedelse/indløsning af checks samt valutaveksling). Oplysningerne skal skabe øget gennemsig-tighed om forbrugerens samlede gebyromkostninger. Oplysningerne skal således danne baggrund for, at den enkelte forbruger overvejer sin ad-færd, herunder om der er grund til at disponere anderledes fremover.

Af henstillingen fremgår endvidere, at oversigten skal være overskue-lig og det er et krav, at oversigten indeholder oplysning om de årlige sumtal for de forskellige gebyrer, som kunden har betalt i årets løb. På konto- eller kundeniveau skal endvidere opgøres summen af de forskelli-ge gebyrer.

Anbefaling:

Det anbefales, at kunderne i de nordiske pengeinstitutter årligt modtager en oversigt over hvilke gebyrer de har betalt. Det anbefales endvidere, at pengeinstitutterne mindst en gang om året skriftligt informerer kunderne om deres nuværende engagement er hensigtsmæssigt sammensat. Hen-sigtsmæssigheden, omfatter rente- og gebyrvilkår og alternative konto-former, og skal vurderes på baggrund af kundernes kontoadfærd.

10.6 Fælles betalingssystemer

Som beskrevet i afsnit 5 viser prisundersøgelsen af modelfamiliens kontoadfærd, at den post der varierer mest er gebyr for overførsel til udlandet. Dels er prisen systemafhængig og dernæst er der forskel på om pengeinstituttet opererer i flere nordiske lande.

Det er næppe realistisk at etablere et fælles nordisk betalingssystem, men det er værd at bemærke, at et af de centrale mål med dannelsen af Den Økonomiske Monetære Union og indførelsen af den fælles valuta i januar 1999 var skabelsen af et homogent marked, hvor likviditeten billigt og hurtigt kunne flyttes rundt i hele euroområdet.

I det følgende beskrives status på området for grænseoverskridende betalinger på detailbetalingsområdet.

På detailbetalingsområdet er serviceniveauet for grænseoverskridende detailbetalinger væsentligt lavere end serviceniveauet for nationale detailbetalinger. Det hænger bl.a. sammen med at betalingsformidling indtil videre har været et nationalt anliggende og knap 99 pct. af de betalinger, der i dag gennemføres i Europa, er forsat rent nationale betalinger⁶⁵. Betalingsformidlingen er sket via forskellige nationale infrastrukturer med dertil hørende forskellige udformninger og tekniske løsninger. Der eksisterer således i dag ingen fælles betalingsformidlingsinfrastruktur i Europa, der kan levere betalingsformidling på tværs af de nationale grænser på en lige så let, sikker og effektiv måde, som det i dag sker nationalt.

I marts 2002 blev repræsentanter fra 40 repræsentativt udvalgte europæiske pengeinstitutter enige om at skabe et fælles og integreret betalingsområde for hele Europa inden år 2010. Visionen blev formuleret i hvidbogen: "Euroland: Our Single Payment Area!"⁶⁶ fra maj 2002 og fik navnet SEPA - Single European Payment Area. Virkeliggørelsen af SEPA kræver bl.a. betydelige investeringer og derfor etablerede de europæiske pengeinstitutter i juni 2002 en fælles organisation, der skulle koordinere og varetage det videre arbejde med at realisere og konkretisere SEPA visionen. På den baggrund nedsattes European Payments Council - EPC.

EPC har siden sin etablering varetaget arbejdet med at koordinere og konkretisere SEPA. I december 2004 vedtog EPC en køreplan, der skal guide det videre arbejde med at virkeliggøre SEPA. Den Europæiske Centralbank (ECB) er observatør i EPC og i hovedparten af dets arbejdsgrupper og har i 2004 tilkendegivet, at det inden 2010 skal være ligeså let, sikkert, effektivt og billigt at foretage betalinger i hele euroområdet, som det i dag er at foretage nationale betalinger⁶⁷.

⁶⁵ Kilde: Finansrådet: KAPITAL NYT, nr. 4, maj (2005)

⁶⁶ Kilde: www.europeanpaymentscouncil.org

⁶⁷ Se European Central Bank: „Towards a single euro payments area – third progress report“, december (2004).

EPC har til brug for at virkeliggøre køreplanen nedsat en række arbejdsgrupper, der har fået ansvaret for at konkretisere SEPA visionen. De tre overordnede områder⁶⁸ er:

- **Betalingskort.** Arbejdsgruppen (Card Working Group) arbejder med at etablere et SEPA betalingskort, der skal kunne anvendes som betalingsmiddel i hele Europa, svarende til en række nationale ordninger, eksempelvis det danske Dankort. Det betyder, at kortet skal kunne anvendes i næsten alle forretninger og i alle banker uanset, hvor kortet er udstedt.
- **Betalingservice.** Arbejdsgruppen (Pan European Direct Debit Working Group) arbejder med at etablere en europæisk pendant til de nordiske betalingssystemer, eksempelvis det norske Banke BetalingsSentral og det danske BetalingsService.
- **Konto-til-konto overførelser.** Arbejdsgruppen (Credit Transfers Working Group) arbejder med at gøre det lige så enkelt at overføre penge mellem de deltagende lande, som det i dag er enkelt og hurtigt at overføre penge mellem konti i Danmark.

EU-Kommissionen har den 1. december 2005 fremsat et nyt direktivforslag⁶⁹ om betalingssystemer i det indre marked. Forslaget vil fjerne de eksisterende retlige hindringer for oprettelsen af et ”fælles betalingsområde” i EU. Ifølge forslaget vil det kunne medføre besparelser for EU's økonomier på 50–100 mia. EUR om året. Målet er at gøre grænseoverskridende betalinger – med kreditkort, debetkort, elektroniske bankoverførsler, direkte debiteringer eller andre midler – så nemme, billige og sikre som ”nationale” betalinger i de enkelte medlemsstater. Det foreslåede direktiv tager sigte på at oprette moderne og harmoniserede retlige rammer for et integreret marked for betalinger i EU. Således vil direktivet give mulighed for at foretage direkte grænseoverskridende debiteringer. Formålet er at gøre det fælles betalingsområde til en realitet senest i 2010.

10.7 Forbud mod visse aftalevilkår

Som beskrevet i afsnit 8 om loyalitetsprogrammer er det alene fantasien der sætter grænserne for hvordan loyalitetsprogrammer kan videreudvikles. Det må forventes, at de forskellige risikoklassificeringsmodeller vil blive anvendt proaktivt, eksempelvis i forbindelse med prissætning af kundernes samlede engagement eller i forbindelse med afsætning af nye produkter. På den baggrund er det nærliggende at antage at udviklingen vil betyde, at både prissætningen og brugen af loyalitetsprogrammer (el-

⁶⁸ Se Finansrådet: KAPITAL NYT, nr. 4, maj (2005), s. 7. Se også Den Europæiske Centralbank: Politikerklæring af 4. august 2005.

⁶⁹ COM(2005)603 final. Directive on payment service in the internal market.

ler skræddersyede løsninger) vil blive endnu mere individuelle og dermed vil gennemsigtigheden blive yderligere reduceret.

Herudover viser udviklingen i brugen af loyalitetsprogrammer eller produktpakker, at disse programmer nu også indeholder komponenter, der gør det muligt for kunden at opnå rabatter på forskellige indkøb såsom rejser, hvidevarer og nyt køkken. Denne udvikling betyder, som omtalt, at gennemsigtigheden og sammenligningsmulighederne bliver yderligere reduceret.

Anbefaling:

Det anbefales, at de finansielle virksomheder, der udbyder loyalitetsprogrammer, kundepakker, produktpakker og andre fastholdelsesprogrammer forbydes, at sammenkoble disse programmer med ikke-finansielle produkter.

10.8 Oplysningspligt om mobilitet

Som beskrevet har et af de centrale formål med denne rapport været at undersøge forbrugermobiliteten i den nordiske finansielle sektor. På den baggrund er de adspurgte pengeinstitutter blevet anmodet om, at oplyse antallet af private kunder pr. 31. december 2004. Hvor mange nye private kunder pengeinstituttet modtog i 2004, og hvor mange private kunder pengeinstituttet afgav i 2004. Resultatet fremgår af tabel 34, men som omtalt, skal resultatet fortolkes med en vis forsigtighed, idet 35 % af de adspurgte pengeinstitutter ikke har kunnet eller ikke har villet afgive de ønskede oplysninger. På baggrund af løftet om fortrolighed er det ikke muligt at oplyse hvilke pengeinstitutter, der ikke har ønsket at afgive oplysningerne.

Konkurrence defineres af *Scherer og Ross*⁷⁰ og *Carlton og Perloff*⁷¹ som de erhvervsdrivendes uafhængige rivalisering eller kamp om kundernes gunst ved at erobre markedsandele fra hinanden. Formålet med konkurrenceloven er at fremme en effektiv samfundsmæssig ressourceanvendelse gennem virksom konkurrence til gavn for både virksomhederne og forbrugerne. På den baggrund er det afgørende, at der bl.a. findes præcise oplysninger om forbrugermobiliteten⁷². Derfor foreslås følgende:

⁷⁰ *F.M. Scherer og David Ross: Industrial Market Structure and Economic Performance*, 3. udg., Houghton Mifflin Company (1990).

⁷¹ *Dennis W. Carlton og Jeffrey M. Perloff: Modern Industrial Organization*, 2. udg., Harper Collins (1994).

⁷² I nordisk regi har spørgsmålet om mobilitet været drøftet i mere end 15 år, se Nord 1990:82: "Hindringer for valgfrihed og mobilitet på det finansielle marked" (1990).

Anbefaling:

Det foreslås, at de finansielle virksomheder, i årsrapporterne oplyser om antallet af private kunder, herunder tilgang og afgang af kunder. Et sådant oplysningskrav vil synliggøre mobiliteten og samtidig gøre det muligt at følge udviklingen.

10.9 Klageansvarlig og offentlighed om klager

Som beskrevet er antallet af klager til de finansielle anke- eller klagenævne generelt faldende. Det har ikke været muligt inden for rammerne af dette projekt at foretage en tilbundsående analyse af årsagerne til denne udvikling. Den danske kvantitative befolkningsundersøgelse viser, at 85 % af kundernes klager over pengeinstitutterne klares „in-house“.

Af Finansinspektionens: „Allmänna råd om klagemålshantering avseende finansiella tjänster til konsumenter“⁷³ fremgår, at den finansielle virksomhed skal sikre, at der findes en velfungerende klageordning og at den finansielle virksomhed har en klageansvarlig.

I Danmark fremgår det af regeringsgrundlaget: „Nye mål“ (2005), at forbrugerne skal have sikkerhed for, at klager håndteres ensartet og seriøst, og derfor vil regeringen stille krav om, at finansielle virksomheder over en vis størrelse skal udpege en klageansvarlig. Dette vil sikre en effektiv efterlevelse af god skik for finansielle virksomheder.

I Sverige offentliggør Finansinspektionen løbende antallet af klager over de forskellige finansielle virksomheder, herunder hvilket emne eller område klagerne omfatter.

I Danmark fik Finanstilsynet ultimo 2004 lempet tavshedspligten således, at Finanstilsynet fik mulighed for at offentliggøre navnene på de virksomheder, der eksempelvis har modtaget påbud om berigtigelse af forhold, der er i strid med reglerne om god skik eller prisoplysning. Af bemærkningerne til bestemmelsen fremgår, at offentliggørelse kan ske, når Finanstilsynet skønner, at der er behov for en orientering af kunderne. Der må ikke ske offentliggørelse, hvis det vil medføre væsentlig skade for virksomheden. I lovbemærkningerne nævnes som eksempel, at hvis der er risiko for, at offentliggørelsen vil kunne medføre et ”run” på virksomheden, fx ved at et pengeinstituts kunder må forventes at ville trække deres penge ud og derved skabe likviditetsproblemer for virksomheden på et tidspunkt, hvor der ellers ikke er nærliggende risiko for sammenbrud.

Anbefaling:

Det anbefales, at finansielle virksomheder med en markedsandel på mere end x procent, skal have en klageansvarlig. Det er afgørende, at den klageansvarlige ikke organisatorisk skal referere til den daglige ledelse (direktionen), idet den klageansvarlige så vil skulle balancere mellem hen-

⁷³ FFFS 2002:23 af 10. december 2002.

synet til virksomhedens indtjening/forretningsmæssige udviklingsmuligheder og hensynet til overholdelse af god skik reglerne. Den klageansvarlige skal referere til virksomhedens bestyrelse på samme måde som den interne revisionschef. Herved sikres, at den klageansvarlige har krav på at få adgang til alle oplysninger, som skønnes at have relevans for varetagelsen af en sådan funktion. Herudover bør det gælde, at den klageansvarlige for at undgå dilemmaet mellem kontrol og de indtjeningsmæssige hensyn ikke kan varetage andre funktioner i virksomheden.

Herudover anbefales det, at de finansielle virksomheder, i årsrapporterne oplyser om antallet af modtagne klager, herunder hvilket overordnede emner klagerne vedrører.

11. Litteraturfortegnelse

- Allmänna reklamationsnämnden: Årsredovisning 2004 (2004).
- Bankklagenemnda: Årsberetning 2004 (2004).
- Berg, Lisbet og Elling Borgeraas: Hindringer for mobilitet i bankmarkedet, SIFO, Fagrapport nr. 2 (2004).
- Capgemini m.fl.: World Retail Banking Report 2004 og 2005 (2005).
- Carlton, Dennis W. og Jeffrey M. Perloff: Modern Industrial Organization, 2. udg., Harper Collins (1994).
- Danmarks Nationalbank: Kvartalsoversigt, 4. kvartal 2005 (2005).
- ECB: Report on EU banking structure, oktober (2005).
- ECB: Towards a single euro payments area – third progress report, december (2004).
- Finansinspektionen: Från konto till konto VI, 2004:10 (2004).
- Finansinspektionen: Allmänna råd om klagemålshandtering avseende finansiella tjenester til konsumenter, FFFS 2002:23 af 10. december 2002.
- Finansrådet: KAPITAL NYT, nr. 4, maj (2005).
- Finanstilsynet: Rapport om Finanstilsynets undersøgelse af omkostninger og gebyrer ved kundens overførsel af engagement mellem pengeinstitutter, september (2001).
- Finanstilsynet: Rapport fra arbejdsgruppen om mulighed for bedre prissammenligning i pengeinstitutsektoren, 30. august 2004 (2004)
- Finnish Saving Banks Group: Annual report (2004).
- Juul, Henrik: Kundebeskyttelse på pengeinstitutområdet – en dokumentar, Gjellerup (2004).
- Juul, Henrik: Pris og Kvalitet på pengeinstitutområdet, Gjellerup (2006).
- Kreditilsynet: Resultater og balanceuddrag, samtlige norske banker (2004).
- Konkurransetilsynet: Annual report 2002. (2002).
- Se også Konkurransetilsynets: Brev af 19. august 2003 i forbindelse med DnB og Gjensidige NORs fusionsovervejelser.
- Konkurransetilsynet: Konkurransesituationen i finansmarkedene (2003).
- Konkurrencestyrelsen: Konkurrenceforholdene på betalingskortmarkedet 2001 (2001).
- Konkurrencestyrelsen: Fusionen mellem Danske Bank og RealDanmark (2001).
- Konkurrencestyrelsen: Konkurrenceforholdene på betalingskortmarkedet 2002 (2002).
- Konkurrencestyrelsen: Konkurrenceredegørelse 2002 (2002).
- Konkurrensverket: Konsumentrørligheden på de finansielle marknaderne, rapportserie 2001:5 (2001).
- Konkurrensverket: Konkurrencen i Sverige 2002, rapportserie 2002:4 (2004).
- Konkurrensverket: Konkurrencen i Sverige 2004, rapportserie 2004:5 (2004).
- Marquardt, Rolf: Framvæksten av en nordisk bankmarknad, Svenska Bankförbundet (1998).
- NEK Arbejdsrapport: Rådgivning om finansielle ydelser (1990).
- Nordisk Ministerråd: Nord 1990:82: Hindringer for valgfrihed og mobilitet på det finansielle marked (1990).
- Nordisk Ministerråd: Nord 1993:33 – Fusionerne i de nordiske lande (1993).
- Nordisk Ministerråd: TemaNord 1994:569 – Forbrugerpolitik i forhold til finansielle tjenesteydelser (1994).
- Nordisk Ministerråd: TemaNord 1994:590 – Elektronisk betaling i forbrugerforhold (1994).
- Nordisk Ministerråd: Nord 1995:19: ”Forbrugere og finansielle tjenester - forbrugeradfærd i et liberaliseret kreditmarked (1995).
- Nordisk Ministerråd: TemaNord 1997:615 – Loyalitetsprogrammer i Norden og forbrugerbeskyttelse (1997).
- Nordisk Ministerråd: TemaNord 1998:555 – Fjernsalg af finansielle tjenester (1998).
- Nordisk Ministerråd: TemaNord 1998:598 – Handlingsprogram for finansielle tjenester (1998).
- Nordisk Ministerråd: TemaNord 2001:557 - Produktpakker i det nordiske finansmarked (2001).

- Nordisk Ministerråd: TemaNord 2001:583
– Forbrugernes fornemmelse for etik (2001).
- Nordisk Ministerråd: TemaNord 2002:502
– Bankservice på hvilke vilkår (2002).
- Nordisk Ministerråd: TemaNord 2004: 529
– Är banken öppen för alla? (2004).
- Nordisk Ministerråd: TemaNord 2004: 566
– Forbrugerkvalitet (2004).
- Nordisk Ministerråd: TemaNord 2005:533
– Virksomhedernes klagebehandling i Danmark og Sverige (2005).
- OECD: Bank Profitability, Financial Statements of Banks (2002).
- Olofsson, Ulrika og Catrin Alsén: Konkurens eller inte?, Stockholms Universitetet (2004).
- Scherer, F.M. og David Ross: Industrial Market Structure and Economic Performance, 3. udg., Houghton Mifflin Company (1990).
- SOU 2000:29 – Starka konsumenter i en gränlös värld (2000).
- SOU 2000:11 – Finanssektorns framtid (2000).
- Svenska Bankföreningen: Banker i Sverige (2005).
- Svenska Bankföreningen: Bank och finansstatistik 2004 (2005).
- Svenska Bankföreningen informerar, november 2005 (2005).
- Svenskt Kvalitetindex: Bank (2005).
- Sveriges officiella statistik: Finansielle företag 2003 – Årsbokslut (2004).
- The Financial Supervisory Authority, Iceland: Profit And Loss Accounts, Balance Sheets, Dec. 31. 2004 (2005).
- The Finnish Bankers Association: Banks in Finland 31. December 2004 (2004).
- Økonomi- og Erhvervsministeriet: Gebyrer på penge- og realkreditmarkedet, rapport 15. september 2005 (2005).

Bilag 1

Til:

5. august 2005

Mobiliteten i den nordiske finansielle sektor:

Jeg er af Nordisk Ministerråd blevet anmodet om at undersøge mobiliteten og prissætningen for de private pengeinstitutkunder i den nordiske pengeinstitutsektor.

Undersøgelsen er tilrettelagt således, at de 5 største pengeinstitutter, målt på indlån i hvert af de nordiske lande, er blevet anmodet om at oplyse følgende:

Prisoplysninger:

1. De årlige omkostninger for en modelfamilies kontoforhold, der har følgende adfærdsmønster:

Modelfamilien anvender internetbank og foretager via internetbanken 15 regningsbetalinger pr. måned, herfor kræver kunden at få en separat kvittering pr. måned.

Modelfamilien hæver kontanter 15 gange pr. måned, kunden får 2 gange om måneden et kontoudtog via pengeautomaten. 1 gang om måneden hæver modelfamilien kontanter via en af bankens filialer.

Modelfamilien foretager herudover 1 girobetaling pr. måned i en af pengeinstituttets filialer. Modelfamilien har tilmeldt 5 betalinger til automatisk betalingstjeneste. Modelfamilien foretager 1 overførsel pr. måned til et andet land i Norden.

Modelfamilien har 2 debetkort (Automat/bankkort) og 2 VISA kombinationskort.

2. Omkostningerne ved at etablere et kontoforhold, der består af et boliglån på DKK 250.000, en lønkonto med en tilknyttet kassekredit på DKK 50.000 og et billån på DKK 150.000. Kunden er på en skala fra 1- 5, hvor 1 er den bedste kundetype en type 2 kunde. Det betyder, at kunden har en

positiv formue og et månedligt rådighedsbeløb på DKK 16.000 til mad, tøj og fornøjelser. Familien består af 2 voksne og 2 børn på 5 og 10 år.

3. Omkostningerne ved at flytte et kontoforhold, der består af et boliglån på DKK 250.000, en lønkonto med en tilknyttet kassekredit på DKK 50.000 og et billån på DKK 150.000.

I det omfang pengeinstituttet anvender produktpakker, loyalitetsprogrammer eller lignende bedes det oplyst, og i hvilket omfang det har indflydelse på omkostningerne for modelfamilien.

Mobilitet:

Hvor mange private kunder⁷⁴ havde pengeinstituttet pr. 31. december 2004. Hvor mange nye private kunder modtog pengeinstituttet i 2004, og hvor mange private kunder afgav pengeinstituttet i 2004.

Jeg ser frem til at modtage de ønskede oplysninger. Vedlagte skema bedes returneret inden den 22. august 2005.

Såfremt der er spørgsmål eller bemærkninger til dette brev, er De velkommen til at kontakte mig.

Med venlig hilsen

Henrik Juul
Lektor
Copenhagen Business School
Center for kreditret og kapitalmarkedsret
Solbjergvej 3, 1.
DK-2000 Frederiksberg
Telefon: +45 3815 2641
Fax: +45 3815 2660
Mail: hj.ckk@cbs.dk

⁷⁴ En privat kunde defineres som en kunde over 18 år, hvis indkomst ikke stammer fra selvstændig virksomhed.

Mobiliteten i den nordiske finansielle sektor

Pengeinstitut: _____

Prisoplysninger.

Art	Omkostning pr. år
15 regningsbetalinger via internetbank pr. måned	
1 separat kvittering pr. måned	
15 kontanthævninger i pengeautomat pr. måned	
2 kontoudtog via pengeautomaten pr. måned	
1 hævning i pengeinstituttets filial pr. måned	
1 girobetaling i pengeinstituttets filial pr. måned	
5 betalinger via automatisk betalingstjeneste pr. måned	
1 overførsel til et andet nordisk land pr. måned	
2 debetkort	
2 VISA kombinationskort	

Art	Etablerings- omkostninger	Nom. Rentesats
Boliglån svarende til DKK 250.000		
Lønkonto med en kassekredit svarende til DKK 50.000		
Billån svarende til DKK 150.000		

Art	Flyttegebyrer
Boliglån svarende til DKK 250.000	
Lønkonto med en kassekredit svarende til DKK 50.000	
Billån svarende til DKK 150.000	

Mobilitet.

Art	Antal
Antal private kunder pr. 31. december 2004	
Modtagne privatkunder i 2004	
Afgivne private kunder i 2004	

Skema bedes returneret inden den 22. august 2005.

Bilag 2: Samlet resultat - Danmark

Art	Danske Bank	Nordea	Jyske Bank	Sydbank	Spar Nord Bank
	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år
15 regningsbetalinger via internetbank pr. måned	180	100	0	180	0
1 separat kvittering pr. måned	120		120	60	132
15 kontanthævninger i pengeautomat pr. måned	0	0	0	0	0
2 kontoudtog via pengeautomaten pr. måned	0	240	0	0	0
1 hævning i pengeinstituttets filial pr. måned	0	0	0	0	0
1 girobetaling i pengeinstituttets filial pr. måned	180	180	300	180	180
5 betalinger via automatisk betalingsjeneste pr. måned	0	0	0	0	0
1 overførsel til et andet nordisk land pr. måned	240	360	540	420	360
2 debatkort	0	0	0	0	0
2 VISA kombinationskort	300	300	330	300	300
I alt	1.020	1.180	1.290	1.140	972

Bilag 2a: Samlet resultat - Danmark

Art - Lav	Danske Bank	Nordea	Jyske Bank	Sydbank	Spar Nord Bank
	Etablering.omk ost.	Etablering.omk ost.	Etablering.omk ost.	Etablering.omk ost.	Etablering.omk ost.
Boliglån kr. 250.000	6.225	3.100	5.600	5.000	5.250
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	0	500	1.600	1.000	1.500
Billån på kr. 150.000	3.500	3.000	3.600	3.000	3.500
Art - Høj	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats
Boliglån kr. 250.000	5,25	6,25	4,75	5,50	6,25
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	6,75	7,00	4,75	6,50	6,75
Billån på kr. 150.000	5,25	5,75	4,75	4,75	5,00
Art	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats
Boliglån kr. 250.000	10,50		6,75	5,50	6,25
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	12,00		6,75	6,50	6,75
Billån på kr. 150.000	11,00		6,75	4,75	5,00

Art	Flyttegebyr	Flyttegebyr	Flyttegebyr	Flyttegebyr	Flyttegebyr
Boliglån kr. 250.000	0	0	0	0	0
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	0	0	0	0	0
Billån på kr. 150.000	0	0	0	0	0

Bilag 3: Samlet resultat - Finland

	Nordea	OP Bank Group	Sampo Bank	Aktia Sparbank	Ålandsbanken
Art	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år
15 regningsbetalinger via internetbank pr. måned	179	0	0	224	0
1 separat kvittering pr. måned	75	0	161	358	72
15 kontanthævninger i pengeautomat pr. måned	0	0	0	0	0
2 kontoudtog via pengeautomaten pr. måned	72	0	90	90	45
1 hævnning i pengeinstituttets filial pr. måned	0	0	0	0	0
1 girobetaling i pengeinstituttets filial pr. måned	358	0	313	358	228
5 betalinger via automatisk betalingstjeneste pr. måned	0	0	0	0	537
1 overførsel til et andet nordisk land pr. måned	54	0	1.074	358	1.074
2 debatkort	143	0	90	537	97
2 VISA kombinationskort	600	0	600	537	239
I alt	1.481	0	2.328	2.462	2.292

Bilag 3a: Samlet resultat - Finland

	Nordea	OP Bank Group	Sampo Bank	Aktia Sparbank	Ålandsbanken
Art	Etablering.omk ost.	Etablering.omk ost.	Etablering.omk ost.	Etablering.omk ost.	Etablering.omk ost.
Boliglån kr. 250.000	1.000	0	1.119	746	2.238
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	1.750	0	1.865	410	1.865
Billån på kr. 150.000	1.000	0	1.119	746	2.238
Art	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats
Boliglån kr. 250.000	0,00	0,00	2,90	2,96	3,50
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	0,00	0,00	5,50	10,25	3,50
Billån på kr. 150.000	0,00	0,00	3,70	4,06	5,00

Art	Flyttegebyr	Flyttegebyr	Flyttegebyr	Flyttegebyr	Flyttegebyr
Boliglån kr. 250.000	746	0	0	0	0
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	746	0	0	0	0
Billån på kr. 150.000	746	0	0	0	0

Bilag 4: Samlet resultat - Island

Art	Landsbanki	Islandsbanki	Kaupthing Bank	Spron
	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år
15 regningsbetalinger via internetbank pr. måned	0	0	0	227
1 separat kvittering pr. måned	110	105	52	96
15 kontanthævninger i pengeautomat pr. måned	0	0	0	0
2 kontoudtog via pengeautomaten pr. måned	0	0	0	0
1 hævnning i pengeinstituttets filial pr. måned	15	117	52	52
1 girobetaling i pengeinstituttets filial pr. måned	110	0	110	4
5 betalinger via automatisk betalingstjeneste pr. måned	0	0	460	696
1 overførsel til et andet nordisk land pr. måned	930	699	73	581
2 debatkort	73	0	53	28
2 VISA kombinationskort	378	874	378	920
I alt	1.616	1.795	1.178	2.604

Bilag 4a: Samlet resultat - Island

Art	Landsbanki	Islandsbanki	Kaupthing Bank	Spron
	Etablering.omkost.	Etablering.omkost.	Etablering.omkost.	Etablering.omkost.
Boliglån kr. 250.000	5.000	2.676	6.709	487
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	0	0	0	978
Billån på kr. 150.000	0	3.750	0	0
Art	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats
Boliglån kr. 250.000	4,15	6,67	4,15	4,15
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	17,70	18,90	16,10	16,00
Billån på kr. 150.000	7,71	8,40	0,00	0,00

Art	Flyttegebyr	Flyttegebyr	Flyttegebyr	Flyttegebyr
Boliglån kr. 250.000	0	3881	5.000	0
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	0	0	0	0
Billån på kr. 150.000	0	2381	3.000	0

Bilag 5: Samlet resultat – Norge

Art	DnB Nor	Nordea	Fokus Bank	SpareBank 1	Sparebanken Vest
	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år
15 regningsbetalinger via internetbank pr. måned	0	300	0	400	742
1 separat kvittering pr. måned	92	80	23	80	95
15 kontanthævninger i pengeautomat pr. måned	0	240	0	0	0
2 kontoudtog via pengeautomaten pr. måned	0	0	0	46	0
1 hævning i pengeinstituttets filial pr. måned	0	0	0	114	0
1 girobetaling i pengeinstituttets filial pr. måned	399	342	342	342	253
5 betalinger via automatisk betalingstjeneste pr. måned	0	114	0	0	0
1 overførsel til et andet nordisk land pr. måned	399	228	571	342	882
2 debatkort	0	238	0	333	317
2 VISA kombinationskort	741	0	1.027	523	264
I alt	1.631	1.542	1.963	2.180	2.553

Bilag 5a: Samlet resultat - Norge

Art	DnB Nor	Nordea	Fokus Bank	SpareBank 1	Sparebanken Vest
	Etablering, om kost.	Etablering, om kost.	Etablering, om kost.	Etablering, om kost.	Etablering, om kost.
Boliglån kr. 250.000	0	1.236	1.521	1.521	528
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	0	0	0	0	0
Billån på kr. 150.000	1.388	2.054	0	1.521	528
Art	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats
Boliglån kr. 250.000	3,85	3,60	3,50	3,10	3,83
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	13,50	15,75	12,75	15,00	13,80
Billån på kr. 150.000	4,25	3,95	4,75	3,95	4,96

Art	Flyttegebyr	Flyttegebyr	Flyttegebyr	Flyttegebyr	Flyttegebyr
Boliglån kr. 250.000	0	0	0	0	0
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	0	0	0	0	0
Billån på kr. 150.000	0	0	0	0	0

Bilag 6: Samlet resultat – Sverige

Art	SEB	Handels- banken	Förenings- Sparbanken	Nordea	Danske Bank
	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år	Omkostning pr. år
15 regningsbetalinger via internetbank pr. måned	96	0	124	115	0
1 separat kvittering pr. måned	64	64	0	64	96
15 kontanthævninger i pengeautomat pr. måned	0	0	0	0	0
2 kontoudtog via pengeautomaten pr. måned	0	0	0	58	0
1 hævning i pengeinstituttets filial pr. måned	0	0	0	0	0
1 girobetaling i pengeinstituttets filial pr. måned	40	383	432	288	192
5 betalinger via automatisk betalingstjeneste pr. måned	0	0	48	0	96
1 overførsel til et andet nordisk land pr. måned	1.439	480	384	384	1.630
2 debatkort	0	400	400	230	0
2 VISA kombinationskort	400	280	472	751	0
I alt	2.039	1.607	1.860	1.890	2.014

Bilag 6a: Samlet resultat - Sverige

Art	SEB	Handels- banken	Förenings- Sparbanken	Nordea	Danske Bank
	Etablering.om kost.	Etablering.om kost.	Etablering.om kost.	Etablering.om kost.	Etablering.om kost.
Boliglån kr. 250.000	0	0	0	1.199	0
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	500	600	0	320	800
Billån på kr. 150.000	500	600	400	240	400
Art	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats	Nom. rentesats
Boliglån kr. 250.000	3,15	2,59	2,57	2,99	2,75
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	5,95	0,00	6,00	8,25	5,00
Billån på kr. 150.000	5,75	0,00	4,95	5,70	5,25
			6,00		
Art	Flyttegebyr	Flyttegebyr	Flyttegebyr	Flyttegebyr	Flyttegebyr
Boliglån kr. 250.000	0	0	0	0	0
Lønkonto med en kassekredit på kr. 50.000	0	0	0	320	0
Billån på kr. 150.000	0	0	0	240	0