

Konkurrencen på bankmarkedet for privatkunder

August 2022



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

Konkurrencen på bankmarkedet for privatkunder

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen

Carl Jacobsens Vej 35
2500 Valby
Tlf.: +45 41 71 50 00
E-mail: kfst@kfst.dk

Online ISBN 978-87-7029-774-5

Analysen er udarbejdet af
Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

August 2022.

Indhold

Kapitel 1	5
Resumé.....	5
1.1 Et velfungerende bankmarked er vigtigt for samfundsøkonomien.....	5
1.2 Konkurrencen på nogle nært relaterede markeder har svære vilkår.....	7
1.3 Finansielle supermarkeder.....	9
1.4 Konkurrencen på bankmarkedet kan styrkes.....	10
1.5 Mobilitet blandt kunderne på bankmarkedet.....	13
1.6 Komplexitet og svær adgang til information begrænser forbrugeraktiviteten ...	15
Kapitel 2	19
Bankmarkedet for privatkunder	19
2.1 Sammenfatning.....	19
2.2 Det danske bankmarked	20
2.3 Bankerne er ofte forbrugernes indgang til andre finansielle markeder.....	21
2.4 Konkurrenceproblemer på tilstødende markeder	24
2.5 Udviklingen på detailbankmarkedet.....	28
2.6 Bankmarkedet fra et forbrugerperspektiv.....	30
Kapitel 3	36
Koncentration og indtjening.....	36
3.1 Sammenfatning.....	36
3.2 Koncentrationen på bankmarkedet.....	37
3.3 Markedsdynamik.....	40
3.4 Internationale sammenligninger af konkurrencen	43
3.5 Effektivitet og priser på bankmarkedet.....	47
3.6 Service og tilgængelighed er væsentlige konkurrenceparametre.....	49
3.7 Lønpræmier på bankmarkedet.....	52
3.8 Bankernes indtjening	54
3.9 Bankernes indtjening i forhold til et skøn for et normalafkast.....	58
3.10 Indtjening fra forskellige kilder	69
3.11 Priser på enkeltprodukter	70
Kapitel 4	75
Adgangs- og ekspansionsbarrierer på bankmarkedet	75
4.1 Sammenfatning.....	75
4.2 Skalafordele kan udgøre en adgangsbarriere for nye banker	75
4.3 Bundling kan udgøre en barriere for indtræden på markedet	77
4.4 Lav forbrugermobilitet kan virke som en adgangs-og ekspansionsbarriere	77
4.5 Asymmetrisk information kan gøre det sværere at tiltrække nye kunder.....	78
4.6 Tilsynsdiamanten kan fungere som en ekspansionsbarriere.....	79
Kapitel 5	80
Forbrugermobilitet på bankmarkedet	80

5.1	Sammenfatning.....	80
5.2	Aktive forbrugere styrker konkurrencen.....	81
5.3	Kundemobiliteten på bankmarkedet.....	81
5.4	Mobilitet på bankmarkedet i forhold til udlandet og andre markeder.....	84
5.5	Mobiliteten er påvirket af kunder med hyppige bankskift.....	86
5.6	Forskel i mobilitet på tværs af kundetyper.....	89
5.7	Bankmarkedet er ofte kundernes indgang til realkreditmarkedet.....	91
5.8	Lav mobilitet på realkreditmarkedet.....	92

Kapitel 6	95
Motiver og barrierer for forbrugernes aktivitet.....	95

6.1	Sammenfatning.....	95
6.2	Aktivitet set med forbrugernes øjne.....	95
6.3	Et bankskiftes fire faser.....	98
6.4	Motiver blandt gruppen af aktive forbrugere.....	99
6.5	Forbrugernes forventninger til gevinsterne ved at skifte bank.....	100
6.6	Barrierer blandt aktive og ikke-aktive forbrugere.....	101
6.7	Forbrugernes evne til at fremskaffe information om deres bankomkostninger.....	104

Kapitel 7	110
Finansielle supermarkeder.....	110

7.1	Sammenfatning.....	110
7.2	Finansielle supermarkeder er udbredte på bankmarkedet.....	111
7.3	Bankrådgiveren viderefremidler kunder til tilstødende markeder.....	112
7.4	Mange forbrugere samler bank, realkredit og private pensionsordninger.....	115
7.5	Samproduktionsfordele ved produktion af finansielle ydelser.....	117
7.6	Fordele og ulemper når forbrugere samler deres finansielle ydelser.....	118
7.7	Finansielle supermarkeder begrænser kundemobiliteten.....	119

Kapitel 8	122
Litteraturliste.....	122

8.1	Rapporter.....	122
8.2	Artikler.....	123
8.3	Hjemmesider.....	124

Kapitel 9	125
Bilag.....	125

Bilag 1.....	125
Bilag 2.....	126
Bilag 3.....	127
Bilag 4.....	129
Bilag 5.....	132
Bilag 6.....	139
Bilag 7.....	140
Bilag 8.....	141

Kapitel 1

Resumé

1.1 Et velfungerende bankmarked er vigtigt for samfundsøkonomien

Bankerne spiller en central rolle for samfundsøkonomien. De tilbyder indlånskonti til brug for opsparing og overførsler af løn, offentlige ydelser og kundens egne betalinger. De formidler udlån til forbrugere og virksomheder, der har brug for likviditet og kapital til forbrug eller investeringer i fx bolig, bil eller udbygning af forretningen. En af bankernes hovedopgaver er således at omsætte kortfristede indlån til udlån med længere løbetid og større risiko.¹

Denne analyse fokuserer på det danske bankmarked for privatkunder – det såkaldte *detailbankmarked*, som består af de ydelser, som bankerne stiller til rådighed for privatkunder. Ydelserne omfatter bl.a. betalings-, investerings- og opsparingskonti, ind- og udlån (inkl. bolig- og billån, mv.), betalingskort, netbank og rådgivning om privatøkonomi, værdipapirhandel, pensionsopsparing m.v.

Bankerne er en integreret del af de fleste danskeres liv. Det er lovpligtigt for alle danskere over 18 år at have en såkaldt NemKonto til brug for fx offentlige betalinger såsom SU og andre overførselsindkomster, og hele den voksne befolkning er således som udgangspunkt kunde i en bank.²

Bankernes udlån på privatkundemarkedet udgjorde omtrent 35 pct. af bankernes samlede udlån i 2020 svarende til ca. 20 pct. af BNP. Bankerne formidler realkreditlån mod provision. Realkreditudlån til privatkunder udgjorde ca. 87 pct. af BNP i 2020.

Udover at stille bankydelser til rådighed fungerer bankerne også som forbrugernes indgang til andre finansielle markeder. Banken har indsigt i den enkelte kundes økonomiske forhold, og for mange kunder er det naturligt at henvende sig i banken, når de har behov for økonomisk rådgivning.

De fleste danske banker fungerer således reelt som *finansielle supermarkeder*, som udover traditionelle bankprodukter også tilbyder andre finansielle produkter. Bankkunder kan typisk optage et realkreditlån, købe en pensionsordning, investere i en investeringsforening og tegne en skadesforsikring gennem deres bank. Bankerne tilbyder disse produkter via formidlingsaftaler med andre finansielle udbydere eller via udbydere inden for koncernen. Bankernes formidling af de forskellige ydelser til kunderne har stor økonomisk betydning for deres samlede indtjening, og påvirker også konkurrenceforholdene på de tilstødende markeder for fx realkredit og investeringsbeviser.

¹ Rapporten anvender betegnelsen 'bank' om leverandørerne på markedet, dvs. finansielle virksomheder, der udfører pengeinstituttvirksomhed, jf. lov om finansiell virksomhed. Sparekasser mv. er således i denne rapport også inkluderet under betegnelsen 'bank'.

² Jf. lov om offentlige betalinger, lov nr. 1203 af december 2003. En NemKonto er blot en almindelig indlånskonto i en bank, som skal være registreret som borgerens NemKonto til brug for offentlige betalinger.

Der findes ikke en entydig definition af, hvad et finansielt supermarked er. Denne analyse definerer et finansielt supermarked som en bank, der enten via koncernforbundne virksomheder eller formidlingsaftaler udbyder produkter fra pensions- og livsforsikringselskaber, realkreditinstitutter, investeringsselskaber og skadesforsikringsvirksomhed.

Der er, de senere år, udarbejdet en række analyser, som peger på konkurrenceudfordringer på flere af de tilstødende finansielle markeder, herunder markedet for realkredit, pension, investeringsforeninger og betalinger. Desuden anvender mange banker fælles datacentraler til at levere en række it-ydelser. Dette marked er koncentreret, og konkurrencen er begrænset bl.a. på grund af store omkostninger ved leverandørskift.

Det er vigtigt, at konkurrencen på bankmarkedet er velfungerende. Effektiv konkurrence er med til at sikre, at bankerne har fokus på at nedbringe omkostningerne og på at levere lave priser og gode produkter til kunderne. Effektiv konkurrence forudsætter bl.a. en aktiv efterspørgselsside. Desuden er det centralt, at der ikke er unødige barrierer for, at nye aktører kan træde ind på markedet, og at eksisterende aktører på markedet kan vinde markedsandele. Det vurderes, at konkurrencen på detailbankmarkedet kan styrkes til gavn for kunderne.

Det danske bankmarkedet består af få store og mange mindre aktører. Antallet af banker er faldet gennem en lang årrække. Samtidig er størrelsen på den gennemsnitlige bank steget betydeligt.

Bankmarkedet er relativt koncentreret målt ved den *arbejdende kapital*. Internationale sammenligninger af bankernes samlede forretningsomfang viser også en relativt høj koncentration i Danmark. Koncentrationen baseret på den arbejdende kapital tager udgangspunkt i den samlede forretning for bankerne under dansk tilsyn og afspejler ikke nødvendigvis den koncentration, som kendetegner markedet for privatkunder i Danmark, idet bankerne også opererer på en række andre forretningsområder. Målt på bankernes indlån er der også en ganske høj koncentration, mens koncentrationen er mindre udtalt, hvis man alene ser på bankernes egne udlån (dvs. eksklusiv realkredit, som er et meget koncentreret delmarked).

På bankmarkedet er der adgangs- og ekspansionsbarrierer, som kan svække konkurrencen. Markedet er bl.a. kendetegnet ved naturlige skalafordele, bl.a. fordi bankprodukternes karakteristika giver en række omkostningsfordele ved at have en vis størrelse. Det kan begrænse muligheden for, at nye aktører kan træde ind på markedet, hvilket mindsker det potentielle konkurrencepres på de eksisterende aktører.

Bankerne kender ofte egne kunder relativt godt, mens det er vanskeligere at fastlægge potentielle nye kunders risikoprofil og kreditværdighed. Det betyder bl.a., at det kan være sværere for en ny bank, som gerne vil vinde kunder at give attraktive tilbud. Denne asymmetriske information kan også begrænse konkurrenters mulighed for at tiltrække nye kunder.

Det er vurderingen, at pengeinstitutternes egenkapitalforrentning har været nogle procentpoint højere end et anslået normalafkast de senere år, dvs. siden 2015. Forrentningen har dog været lavere end i årene op til finanskrisen. I perioden under finanskrisen og under genopretningen, havde danske banker omvendt en meget lav egenkapitalforrentning.

Konkurrenceintensiteten på bankmarkedet og de tilstødende markeder påvirkes også af kundernes adfærd. Effektiv konkurrence forudsætter bl.a., at forbrugerne er aktive og kan navigere i markedet, og at der ikke er unødige barrierer, som forhindrer, at kunder skifter udbydere.

Kundemobiliteten på bankmarkedet er ca. 5 pct. årligt, og niveauet har været stort set uændret de seneste ti år. Den gennemsnitlige årlige mobilitet på bankmarkedet dækker over en

forskelligartet adfærd blandt kunderne. Således peger analyserne på, at der er en gruppe kunder, der oftere skifter bank, og en gruppe, som kun sjældent eller i mange tilfælde aldrig har skiftet bank.

Den lave kundemobilitet er bl.a. en konsekvens af, at mange forbrugere oplever bankmarkedet som komplekst. Det skyldes bl.a., at det er svært at sammenligne produkter og banker. Der er i forbindelse med denne analyse foretaget et eksperiment, som viser, at mere end hver tredje deltager ikke kan fremskaffe oplysninger om den samlede pris for at være kunde i deres bank.³ Deltagere, der lykkes med at fremskaffe den samlede pris er samtidig usikre på, om de har fået alle omkostninger med, selv om bankerne sender en årlig omkostningsopgørelse til kunderne.

Bankkunderne har gennemgående stor tillid til deres bankrådgiver, som i sagens natur primært formidler de produkter, som banken har på hylderne og tjener penge på. Produkterne har en vis grad af kompleksitet og priserne afhænger ofte af, om man som kunde samler sine forretninger et sted. I bankerne er det således ofte en central målsætning at etablere helkundeforhold.⁴ Mange kunder foretrækker også at samle forretningerne et sted og det kan være forbundet med effektivitetsfordele i bankerne. Men samtidig kan disse forhold begrænse gennemsigtheden i markedet og udgøre en barriere for at være aktiv kunde. Den begrænsede kundemobilitet og det forhold, at en større gruppe af kunder kun sjældent eller i mange tilfælde aldrig skifter bank, reducerer bankernes tilskyndelse til at sætte lavere priser særligt for de mindre aktive kunder.

Boks 1.1 Om analysen

Denne analyse er udarbejdet af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen for erhvervsministeren, og analyserer konkurrencen på detailbankmarkedet. Analysen indeholder en markedsbeskrivelse, analyser af konkurrencen og kundemobiliteten, motivation og barrierer for forbrugeraktiviteten, samt betydningen af finansielle supermarkeder for konkurrencen og mobiliteten.

Analyserne af konkurrencen på bankmarkedet bygger på en række forskellige datakilder og metoder, herunder data om bankernes regnskaber fra Finanstilsynet, registerdata fra Danmarks Statistiks forskerdatabase, dataindsamling via to surveys til hhv. banker og forbrugere, et eksperiment, national og international forskning samt web-scraping af offentligt tilgængelige hjemmesider. Desuden har Finansforbundet i 2021 gennemført et survey blandt bankrådgivere i deres medlemskartotek. Til brug for denne analyse har styrelsen fået adgang til undersøgelsens resultater.

De to surveys som styrelsen har gennemført til analysen er pilottestet før igangsættelse. Fx er survey til bankerne pilottestet i sektoren.

Derudover er der afholdt møder med en række af branchens aktører og andre interessenter.

1.2 Konkurrencen på nogle nært relaterede markeder har svære vilkår

Bankkunder kan ofte optage et realkreditlån, købe en pensionsordning, investere i en investeringsforening og tegne en skadesforsikring i deres bank. Nogle banker tilbyder et bredt udvalg

³ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i et eksperiment undersøgt, om forbrugere i løbet af 40 minutter time kan finde deres samlede bankomkostninger, samt deres omkostninger til enten pension eller forsikring. Halvdelen af deltagerne blev ud over deres bankomkostninger bedt om at finde deres samlede pensionsomkostninger, mens den anden halvdel blev bedt om at finde deres bank- og forsikringsomkostninger. Yderligere detaljer om eksperimentet kan findes i kapitel 6.

⁴ Finansforbundets survey blandt bankrådgivere, 2021.

af finansielle produkter via andre selskaber inden for koncernen, mens andre banker tilbyder ydelserne via samarbejdspartnere, som bankerne har formidlingsaftaler med.

Banken er således en vigtig og i mange tilfælde den primære kanal til kunder på andre finansielle markeder. Bankmarkedet har dermed også betydning for konkurrencen på disse områder. De priser som kunderne betaler for bankens forskellige ydelser, er samtidig påvirket af konkurrenceforholdene på disse tilstødende markeder.

For mange forbrugere er det helt naturligt at valget af bank også bliver styrende for, hvilke udbydere kunden vælger på de tilstødende markeder. Finansielle produkters kompleksitet medvirker bl.a. til, at kunderne har svært ved at overskue, hvilke muligheder der er på markedet, og hvilken konsekvens der er af forskellige valg. Banken har imidlertid ofte kun produkter fra én leverandør på hylden, og kunderne får således ikke hjælp til at konkurrenceudsætte produkterne, fx realkreditlånet, når de køber ydelsen gennem banken.

Der er de seneste år udarbejdet en række analyser, der peger på konkurrenceproblemer på forskellige finansielle markeder.

En analyse⁵ fra 2017 finder, at konkurrencen på realkreditmarkedet har svære vilkår, og at der er gevinster at høste for boligejerne, hvis konkurrencen styrkes. Priserne på realkreditlån er steget siden finanskrisen, og indtjeningen er øget. Bidragssatserne er ifølge analysen steget i et omfang, der ikke kan forklares af højere omkostninger, herunder kapitalkrav.

Konkurrencen om realkreditlån foregår primært indirekte via bankerne, da det er bankerne, som sælger realkreditinstitutternes lån. Bankerne formidler kun lån fra det realkreditinstitut, de selv er knyttet til, mod en provision. Nye – og eksisterende – aktører, der gerne vil vinde markedsandele ved at få deres realkreditprodukter ind på bankernes hylder, har dermed svære vilkår. Det skyldes bl.a., at pengeinstitutterne har en formidlingsaftale med Totalkredit, som vanskeliggør paralleldistribution af realkreditlån fra andre udbydere af realkredit.

En analyse⁶ fra 2019 finder, at konkurrencen om forvaltning af firmapensioner i Danmark kan blive bedre. Indtjeningen ved kapitalforvaltning/investering af firmapensionsformuerne er betydelig. Samtidig er de beregnede lønpræmier på pensionsmarkedet relativt høje, og det er vanskeligt og kan samtidig være dyrt at flytte sit pensionsdepot fra et selskab til et andet. Banker må ikke selv forvalte firmapensionsordninger, men har i nogle tilfælde etableret selskaber ol., som er aktive på det kommercielle firmapensionsmarked. Hertil kommer, at pengeinstitutterne direkte eller indirekte er med til at forvalte individuelle (såkaldte søjle 3) pensioner. Her begrænses konkurrencen bl.a. af, at rådgiverne primært anbefaler egne ordninger til kunderne.

En analyse⁷ fra 2015 finder, at omkostningerne ved at købe og eje investeringsforeningsbeviser er højere end de kunne have været som følge af de interessekonflikter, der kan opstå, når banker distribuerer investeringsforeningsbeviser til deres kunder mod provision.

⁵ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2017). Konkurrencen på realkreditmarkedet.

⁶ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2019). Konkurrencen på markedet for pension.

⁷ Erhvervsministeriet (2015). MiFID II og investeringsforeningers betaling af formidlingsprovision.

Den primære distribution af investeringsforeningsbeviser til forbrugerne sker via banken. Bankerne har således stor indflydelse på kundernes valg af investeringsprodukter. Det betyder, at bankerne i en investeringsrådgivningssituation er i en interessekonflikt, hvor hensynet til banken ikke nødvendigvis flugter med hensynet til varetægelse af kundernes interesser.

En analyse⁸ fra 2020 finder, at der er potentiale for at styrke konkurrencen om danskernes automatiske regningsbetalinger. Der er særligt fokus på Betalingsservice, som i begrænset omfang er konkurrenceudsat, særligt fsva. transaktioner med høje købsbeløb. Mastercard (før Nets), men også visse banker, som er underleverandør til Betalingsservice, har en høj indtjening på denne del af forretningen. Samtidig finder analysen, at Betalingsservice kan have nogle uhensigtsmæssige loyaliteteffekter, hvor forbrugerne fastholder abonnementer (eller andre automatiske betalingsordninger), som de ikke længere bruger eller får værdi af.

1.3 Finansielle supermarkeder

De fleste banker fungerer som en slags finansielle supermarkeder. Således har ca. 92 pct. af kunderne en bank, der tilbyder både realkredit, forsikring, pensionsordninger og investeringsforeninger via en formidlingsaftale eller en koncernforbundet virksomhed, jf. figur 1.1 (venstre). Omtrent to ud af tre kunder er desuden kunde i en bank, som har samarbejde med en ejendomsmæglerkæde eller er koncernforbundet med én.

Finansielle supermarkeder kan medføre forskellige fordele for kunderne. Konkret er det nemt for kunderne, hvis de kun skal handle ét sted og benytte én rådgiver. Således har to ud af tre bankkunder angivet, at de foretrækker at have deres bankaktiviteter samlet ét sted. Størstedelen peger på, at det gør deres bankaktivitet nemmere og mere overskuelig, mens hver femte peger på økonomiske fordele. Desuden har 94 pct. af bankernes rådgivere angivet, at det er nemmere at rådgive helkunder end kunder med spredte engagementer.⁹

Når en bank sælger flere finansielle ydelser kan det samtidig føre til såkaldte samproduktionsfordele, dvs. omkostningsfordele ved at flere ydelser sælges og evt. produceres samme sted. Kunderne kan få del i disse samproduktionsfordele og dermed opleve, at det samlet set er billigere at købe alle ydelser hos én udbyder fremfor hos flere forskellige. Det kræver dog typisk, at konkurrencen er tilstrækkelig velfungerende.

Omvendt kan salg af produkter via koncernejerskab eller formidlingsaftaler også medføre ulemper for kunderne. Banken har i mange tilfælde kun produkter fra én leverandør på hyl- den og modtager provision for at sælge disse ydelser til kunden. Banken har derfor et økonomisk incitament til at henvise kunderne til sine samarbejdspartnere. Hvis en bank formidler ydelser fra en aktør, som banken ikke er koncernforbundet med, kan svag konkurrence ofte føre til en relativt højere samlet avance, end hvis der er tale om en koncernforbundet virksomhed (såkaldt dobbeltmarginalisering).

Rådgivernes adgang til kunderne er unik, særligt fordi det er lovpligtigt for alle over 18 at have en såkaldt NemKonto, som bl.a. bruges til offentlige betalinger såsom SU og andre overførselsindkomster,¹⁰ og fordi banken typisk har den første kontakt med kunden. Størstedelen af bankkunderne er tilfredse med deres bank og for den rådgivning, de modtager i banken.

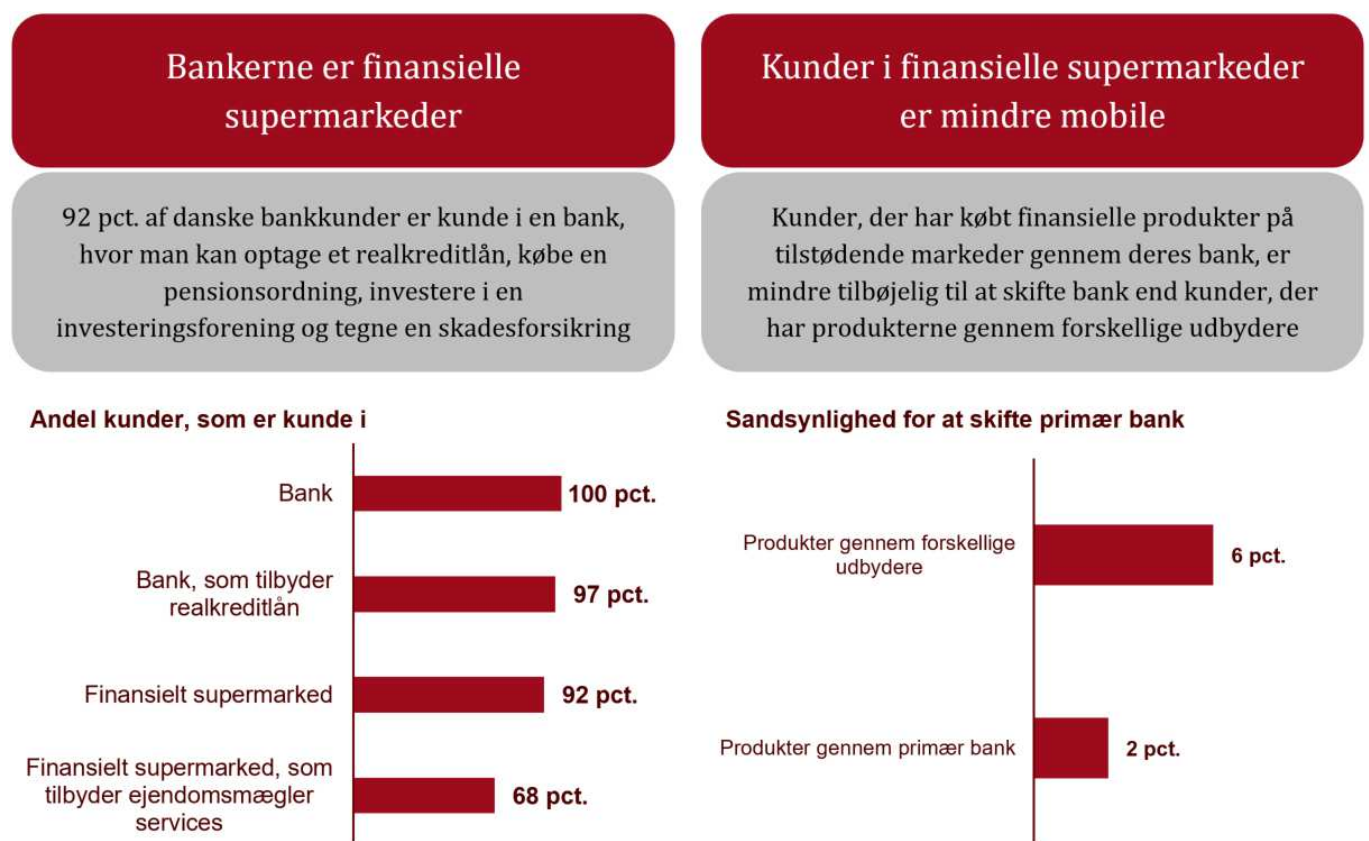
⁸ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2020). Regningsbetaling – Automatiske løsninger til betaling af regninger.

⁹ Finansforbundets survey blandt bankrådgivere, 2021.

¹⁰ Jf. lov om offentlige betalinger, lov nr. 1203 af december 2003. En NemKonto er blot en almindelig indlånskonto i en bank, som skal være registreret som borgerens NemKonto til brug for offentlige betalinger.

En stor del af kunderne køber forskellige ydelser som realkredit, pension m.v. gennem deres primære bank. Analyserne i denne rapport peger samtidig på, at kunder der har købt andre finansielle produkter gennem banken, er mindre aktive i forhold til at afsøge markedet. Sandsynligheden for at skifte primær bank er således lavere for bankkunder, som har købt finansielle produkter via bankens formidlingsaftaler eller koncernforbundne selskaber, end for bankkunder, der har købt finansielle produkter gennem forskellige udbydere, jf. figur 1.1(højre). Desuden mindskes sandsynligheden for at skifte primær bank, jo flere finansielle produkter, som er købt via kundernes primære banks samarbejdspartnere.

Figur 1.1 **Finansielle supermarkeder samler forbrugernes finansielle produkter og hæmmer mobiliteten**



Anm.: Udsnit af figurer fra analysen. Se figur 7.1 og figur 7.5 for yderligere information.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til banker, 2021, og egne beregninger på baggrund af Danmarks Statistiks forskerdatabase.

1.4 Konkurrencen på bankmarkedet kan styrkes

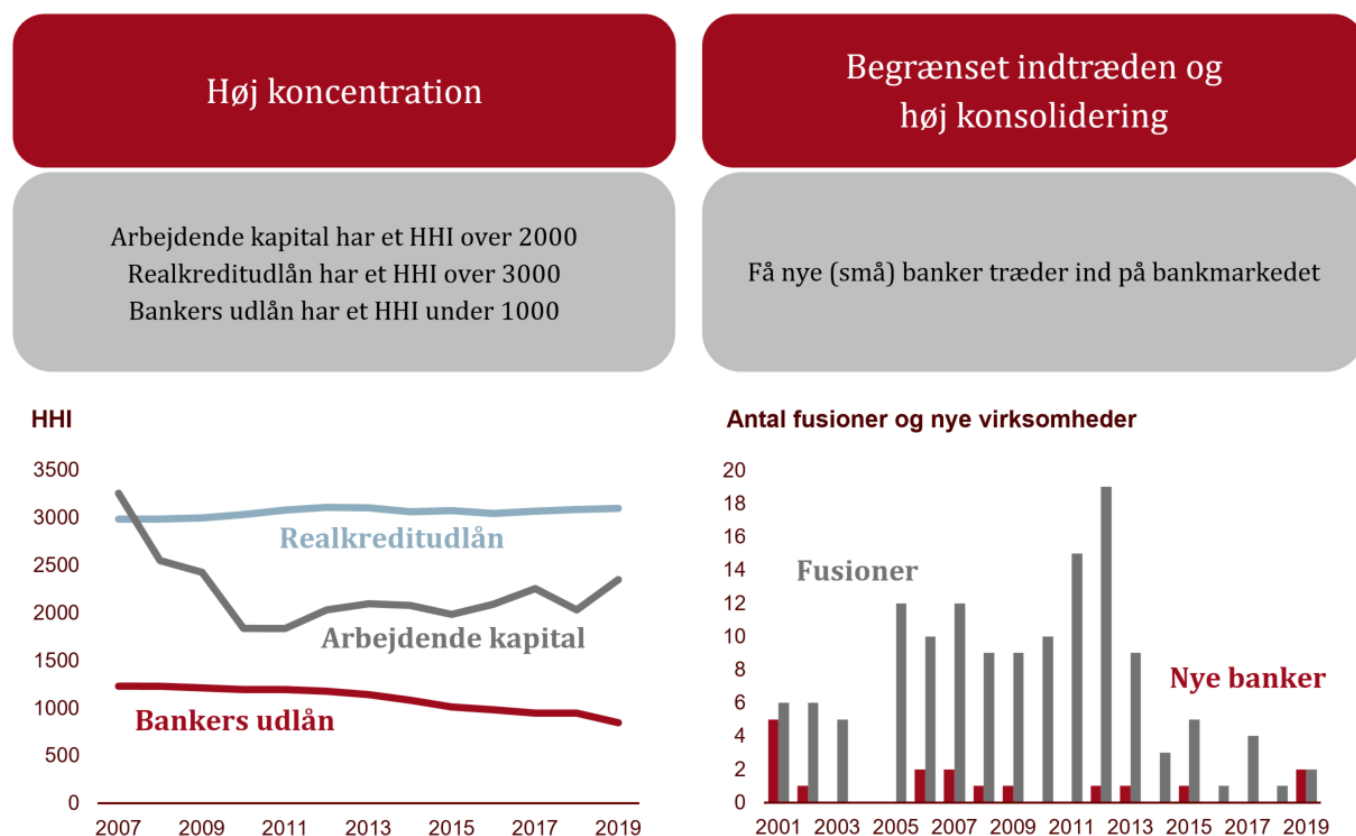
Bankmarkedet er kendetegnet ved en relativt høj og stigende koncentration målt ved bankernes arbejdende kapital, jf. figur 1.2(venstre). Internationale sammenligninger af bankernes samlede forretningsomfang viser også en relativt høj koncentration i Danmark.

Koncentrationen målt ved indlån er også forholdsvis høj, mens udlån til privatkunder (eksklusiv realkredit) i mindre grad er koncentreret. Der er også mange forbrugere, som har lånt penge til deres bolig i form af realkredit, som formidles af bankerne. På realkreditmarkedet er koncentrationen betydeligt højere end på bankmarkedet, jf. figur 1.2(venstre).

Der er de senere år indtrådt ganske få nye udbydere på bankmarkedet, jf. figur 1.2(højre), mens et betydeligt antal banker har forladt markedet eller er opkøbt. I 1990 var der godt 220 banker, mens der i 2019 var 63 banker, svarende til et fald på mere end 70 procent. Dynamikken er i høj grad præget af fusionsaktivitet, særligt i årene umiddelbart efter finanskrisen. Reduktionen i antallet af banker skyldes således i mange tilfælde, at en del banker er blevet opkøbt af en anden eksisterende bank.

De banker, der indtræder på eller forlader bankmarkedet (fx via opkøb), er forholdsvis små sammenlignet med en gennemsnitlig bank. Den vækst som nye banker præsterer, er typisk begrænset i de første år. Analysen viser, at størrelsen på nye bankers aktiver typisk er uændret fire år efter deres indtræden. Det indikerer, at der er mekanismer, der begrænser nye aktørers muligheder for at vinde markedsandele.

Figur 1.2 Koncentration og lav dynamik på bankmarkedet peger på konkurrenceudfordringer



Anm.: Udsnit af figurer fra analysen. Se figur 3.1(a) og figur 3.3 for yderligere information.

Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks forskerdatabase og data fra Finanstilsynet.

Dynamikken på markedet skal ses i lyset af, at bankmarkedet er kendetegnet ved en række adgangs- og ekspansionsbarrierer, der kan være med til at begrænse den effektive konkurrence.

Bankmarkedet rummer fx gode muligheder for skalafordele. En del af bankernes omkostninger er således forholdsvis uafhængige af bankens samlede volumen. Skalafordele kan også opstå som følge af de betydelige regulatoriske krav, der er til bankerne. Bankerne er bl.a. underlagt en række omfattende compliance krav fx fsva. hvidvask og andre forhold, som er relativt komplekse og kræver administrativ kapacitet. Det medfører øgede faste omkostninger og

kompetencekrav, som særligt kan være en barriere for mindre institutter. Af hensyn til den finansielle stabilitet er der også krav til, hvor meget kapital banker skal have som sikkerhed for de lån og andre eksponeringer, der er forbundet med risiko. Små banker bruger typisk en standardmetode, mens større banker typisk efter tilladelse fra Finanstilsynet kan benytte egne interne modeller til at bestemme deres kapitalbehov. Almindeligvis vil standardmetoden alt andet lige medføre større krav til kapital end interne metoder.

Skalafordele kan betyde, at mindre eller nye banker vil have svært ved at konkurrere med større aktører på markedet. Selv hvis en ny bank er mere effektiv end de eksisterende, kan det være svært at vinde markedsandele, hvis banken ikke fra start kan høste de samme skalafordele som de eksisterende banker.

Asymmetrisk information som opstår, fordi bankerne ikke fuldt ud kender den risiko, som er forbundet med at starte et engagement med en ny kunde, kan også gøre det sværere for konkurrerende banker at afgive gode tilbud og vinde markedsandele. Bankernes personlige kendskab til deres kunder og deres adgang til detaljerede data om kunderne kan medføre fordele for i hvert fald en del af bankens eksisterende kunder, men kan omvendt også begrænse konkurrenters mulighed for at tiltrække nye kunder og vinde markedsandele.¹¹ Disse mekanismer påvirkes også af, at kunderne i stigende grad genererer relevante data via bankernes digitale tjenester, og at bankerne bliver bedre til at udnytte deres data om kunderne til at danne sig et mere præcist billede af kundernes individuelle risiko og efterspørgsel.

Indtjening og lønpræmier på bankmarkedet

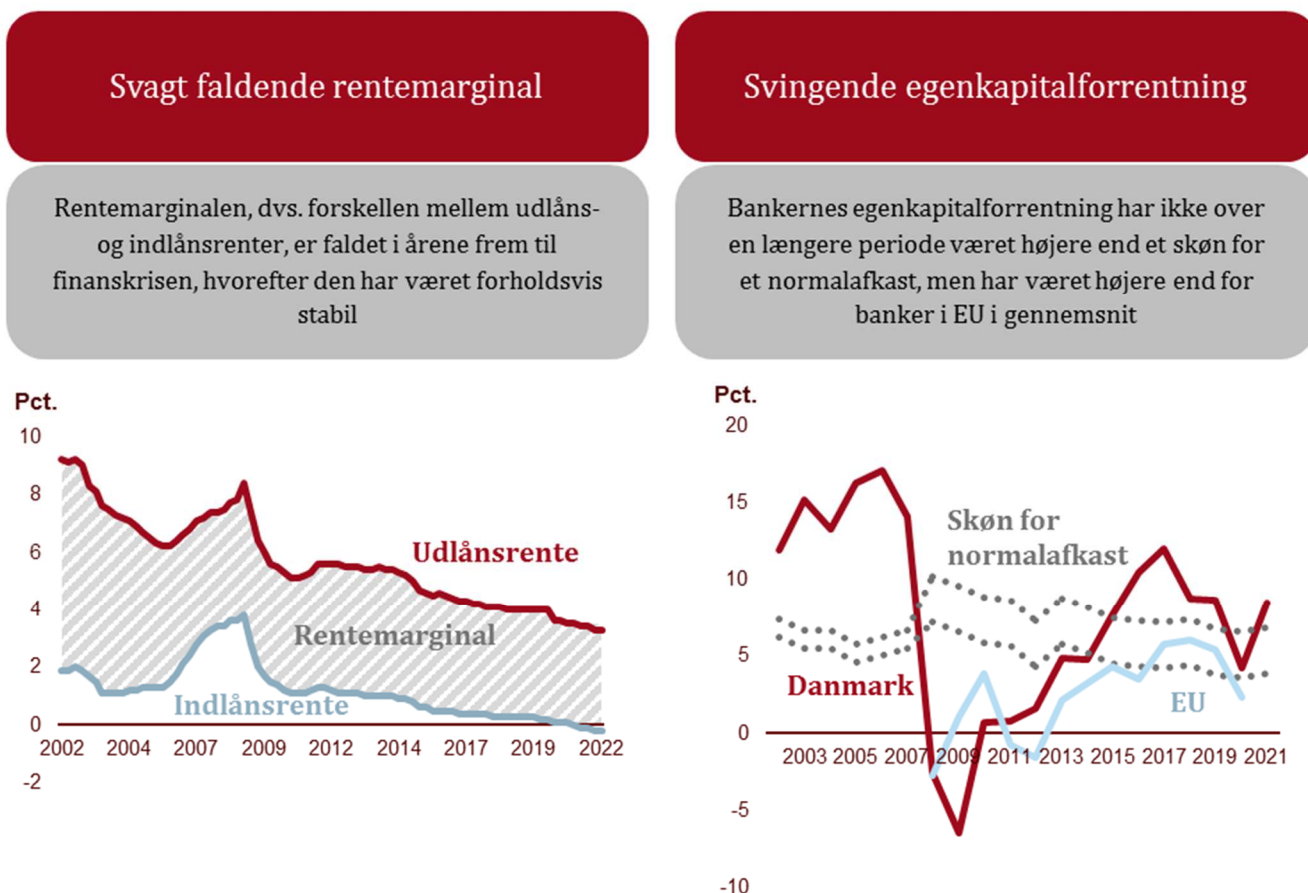
Bankernes ind- og udlånsrenter er faldet væsentligt over de seneste 20 år, jf. figur 1.3 (venstre). Det er sket som en konsekvens af et faldende internationalt renteniveau. En faldende rentemarginal kan isoleret set medføre et pres på bankernes indtjening. På den anden side har bankernes nedskrivninger været ret lave de seneste år, i hvert fald frem til Covid-19,¹² mens bankernes indtægter fra andre kilder end renter, bl.a. provisioner og gebyrer, har været stigende. Hertil kommer at nogle banker har væsentlige indtægter fra koncernforbundne selskaber der fx sælger pensions- og investeringsprodukter.

Bankernes egenkapitalforrentning har på den baggrund været nogle procentpoint højere end et skøn for et normalafkast siden 2015, selv om indtjeningen på den primære bankdrift har været vigende, jf. figur 1.3 (højre). Indtjeningen har været højere end i EU i gennemsnit de seneste 10 år, men på omtrent samme niveau, som i de nordlige EU-lande, der geografisk ligger tættest på Danmark. Den opgjorte forrentning var dog samtidig noget mindre end under højkonjunktoren op til finanskrisen. Under finanskrisen var egenkapitalforrentningen meget lav og også lavere end i sammenlignelige lande. Det peger på, at de danske pengeinstitutter blev relativt hårdt ramt af finanskrisen.

¹¹ En større akademisk litteratur har studeret situationer med asymmetrisk information, hvor kundernes nuværende bank over tid opbygger en art informationsmonopol om deres kunder sammenlignet med andre banker. Se fx Sharpe (1990) og Dell'Arcia (2001) om betydningen for konkurrencen mellem banker og strukturen på bankmarkedet.

¹² Med undtagelse af 2020, hvor Covid-19-krisen medførte en stigning i nedskrivningerne. Bankernes regnskaber for første halvår af 2021 tyder dog på, at dette var en midlertidig effekt, jf. også afsnit 3.9 og 3.10.

Figur 1.3 Bankernes forrentning af egenkapitalen og rentemarginal



Anm.: Udsnit af figurer fra analysen. Se figur 3.8, 3.15 og figur 3.23 for yderligere information.

Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks register MPK18, data fra ECB og data fra Finanstilsynet.

Begrænset konkurrence mellem virksomheder på et marked kan også komme til udtryk ved et højere lønniveau for de ansatte på markedet. Det kan ses som udtryk for, at lønmodtagerne og virksomhedernes ejere deler den overnormale indtjening, som begrænset konkurrence kan give anledning til, såkaldt *rent sharing*.

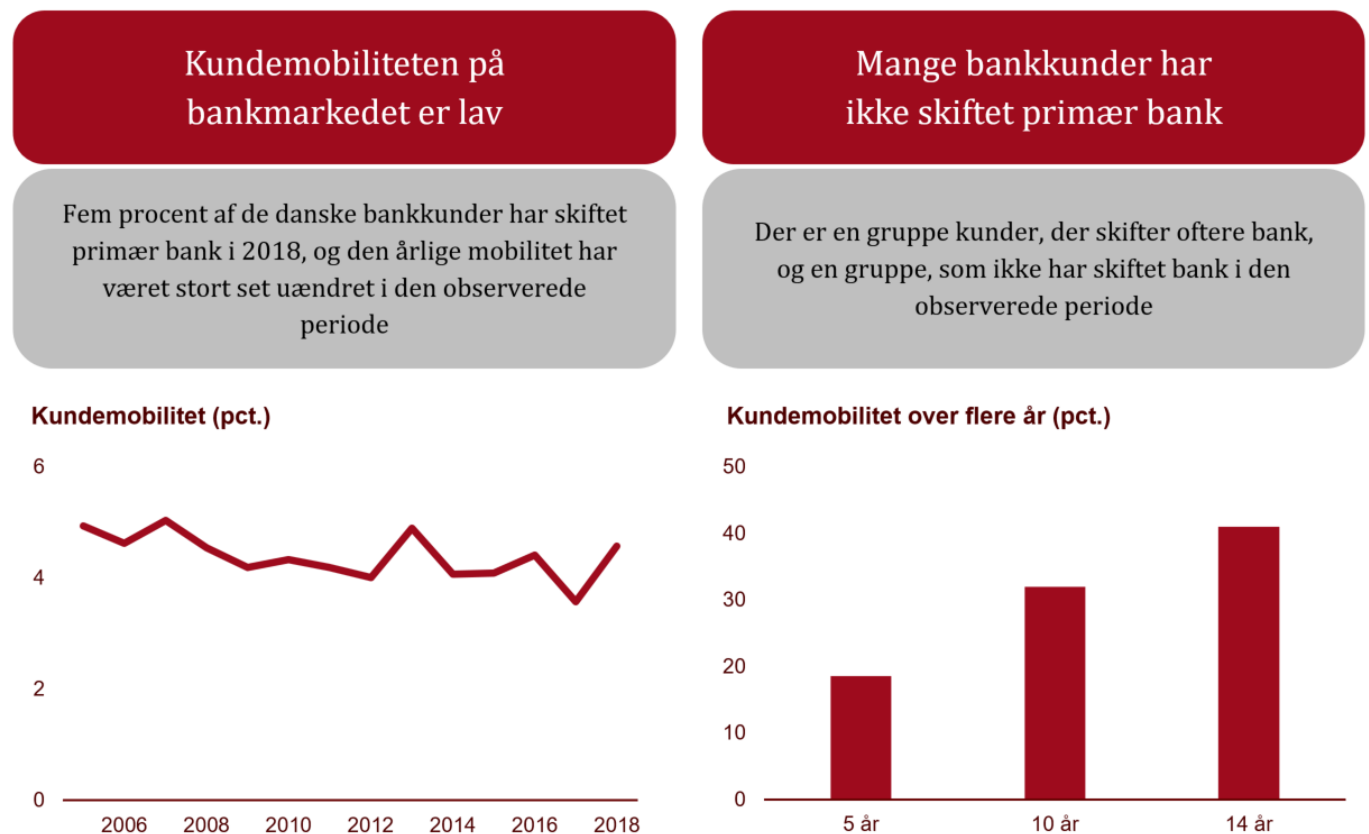
Det er forsøgt at opgøre såkaldte lønpræmier med henblik på at få et indtryk af, om der er indikationer på sådan et fænomen. Lønpræmien opgøres som den del af lønnen til de ansatte, som ikke umiddelbart kan forklares af fx uddannelsesniveaue, karaktergennemsnit i gymnasiet og visse andre målbare forhold og som derfor eventuelt – men ikke udelukkende – kan tilskrives begrænset konkurrence. Analysen finder, at der på bankmarkedet er en af de højeste lønpræmier. Lønpræmien i bankerne er således i topti blandt 128 forskellige brancher og højere end de opgjorte lønpræmier i brancher som forsikring og pension, kreditforeninger og finansiel service.

1.5 Mobilitet blandt kunderne på bankmarkedet

Godt 5 pct. af de danske bankkunder skifter primær bank årligt, jf. figur 1.4.(venstre). Andelen har været stort set uændret de seneste ti år.

Den gennemsnitlige årlige mobilitet på bankmarkedet dækker over en forskelligartet adfærd blandt kunderne. Næsten 60 pct. af kunderne har ikke skiftet primær bank de seneste 14 år, jf. figur 1.4.(højre). Sandsynligheden for at skifte bank for en bankkunde, der har skiftet bank inden for de seneste fem år, er desuden ca. 30 pct. større end for en kunde, der ikke har skiftet de seneste 5 år, når der kontrolleres for øvrige karakteristika fx alder. Det afspejler, at nogle forbrugere skifter bank relativt hyppigt, mens en større gruppe forbliver i samme bank i mange år.

Figur 1.4 **Kundemobiliteten på bankmarkedet peger på en mindre aktiv efterspørgsel**



Anm.: Udsnit af figurer fra analysen. Se figur 5.1 og figur 5.5 for yderligere information.

Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks forskerdatabase.

Mobiliteten på bankmarkedet er relativt lav sammenlignet med mobiliteten på andre markeder som fx indbo- og bilforsikring, fitness- og mobilabonnementer. Mobiliteten er imidlertid højere end på tilstødende markeder som realkredit- og pensionsmarkedet.

Mobiliteten på det danske bankmarked fremstår desuden høj i et internationalt perspektiv. EU-Kommissionen finder i en undersøgelse fra 2016, at danske forbrugere oftere skifter udbydere af bankkonti end forbrugere i andre europæiske lande. Rangordenen kan imidlertid være påvirket af en række landespecifikke forhold, fx markedernes indretning, regulatoriske forskelle, andelen af borgere, der har bankkonto, m.v. Fx er det mere almindeligt at eje bolig i Danmark end i andre EU-lande, og danske husholdninger har en relativt stor realkreditgæld som optages via bankerne. Det ændrer dog ikke ved, at mobiliteten i en international sammenhæng ser ud til at være ganske høj i Danmark.

Særligt de yngre generationer er mere tilbøjelige til at skifte bank end de ældre, efter at der er kontrolleret for en række målbare karakteristika, fx uddannelsesniveau, indkomst m.v. Desuden viser analysen, at bankkunder, der skifter familiestatus – fra enlig til samlevende – har større sandsynlighed for at skifte bank end bankkunder med uændret familiestatus.

Når forbrugere optager deres første realkreditlån, påvirker det i høj grad sandsynligheden for at skifte bank. Det afspejler bl.a., at par samler deres lån i én bank, samt at det er naturligt at afsøge markedet, når man skal have sit første realkreditlån. Bankerne formidler kun lån fra det realkreditinstitut, de selv er knyttet til, mod en provision. Når kunderne har optaget realkreditlånet, falder sandsynligheden for at skifte bank igen. Mobiliteten på realkreditmarkedet – dvs. sandsynligheden for, at realkreditkunder skifter leverandør - er også meget lav og mindre end på bankmarkedet.

Generelt er sandsynligheden for at skifte bank lavere for kunder, der har købt finansielle produkter via bankens formidlingsaftaler eller koncernforbundne selskaber, end for kunder, der har købt finansielle produkter gennem forskellige udbydere. Det understøtter, at helkunde forhold kan begrænse den effektive konkurrence mellem banker.

Mange forbrugere tager ikke stilling til mulighederne på bankmarkedet, og en stor del af forbrugerne tager ikke deres bankudbyder op til løbende revision.¹³ Den begrænsede søgeaktivitet og kundemobilitet og det forhold, at det er en mindre kundegruppe, der især driver mobiliteten, kan reducere bankernes tilskyndelse til at sætte lavere priser, særligt for de mindre aktive kunder, ligesom det kan begrænse den økonomiske tilskyndelse til at forbedre produktudbud og -kvalitet.

1.6 Komplexitet og svær adgang til information begrænser forbrugeraktiviteten

Tidligere undersøgelser peger på, at forbrugere opfatter bankmarkedet som komplekst og uigennemskueligt.¹⁴ Bankerne har selv sagt ofte større indsigt i finansielle produkter og økonomiske forhold end deres kunder. Det understøttes af, at bankrådgivere oplever et stort rådgivningsbehov særligt inden for bl.a. realkredit, pensionsopsparing og investeringsrådgivning.

Mange forbrugere står derfor i en relativt svag position, når de skal forhandle vilkår på bankmarkedet. Bankernes rådgivere har i den forbindelse en central rolle, når kunderne skal træffe økonomiske beslutninger.

På markeder med asymmetrisk information er der altid en risiko for, at en udbyder kan udnytte en kundes begrænsede viden til at sælge flere eller dyrere ydelser, end hvad kunden har behov for – i hvert fald i en periode. Det kan også ske ved, at udbyderen sætter prisen højere, end den pris udbyderen kunne få under mere velfungerende markedsforhold.¹⁵

Omvendt kan der også være omkostninger ved sådan en tilgang. Mange kunder vil miste tillid og være tilbøjelige til at skifte bank, hvis de føler sig dårligt behandlet. Bankrådgiverne angiver selv, at kundernes rådgivningsbehov er stort eller meget stort for en række mere komplekse finansielle produkter. Det er lidt mere end 10 pct. af rådgiverne, som angiver, at de oplever interessekonflikter mellem at sælge virksomhedens produkter og give god rådgivning.

¹³ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen survey til danske bankkunder, 2021

¹⁴ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2014). Forbrugerforholdsindekset for 50 danske markeder; Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2017). Forbrugerforholdsindeks for 42 danske markeder.

¹⁵ Se fx. Dulleck, Uwe, Rudolf Kerschbamer & Matthias Sutter (2011).

Af dem der oplever en konflikt, angiver godt fire ud af fem rådgivere at de rådgiver til kundens fordel, også selvom det stiller banken dårligere.¹⁶

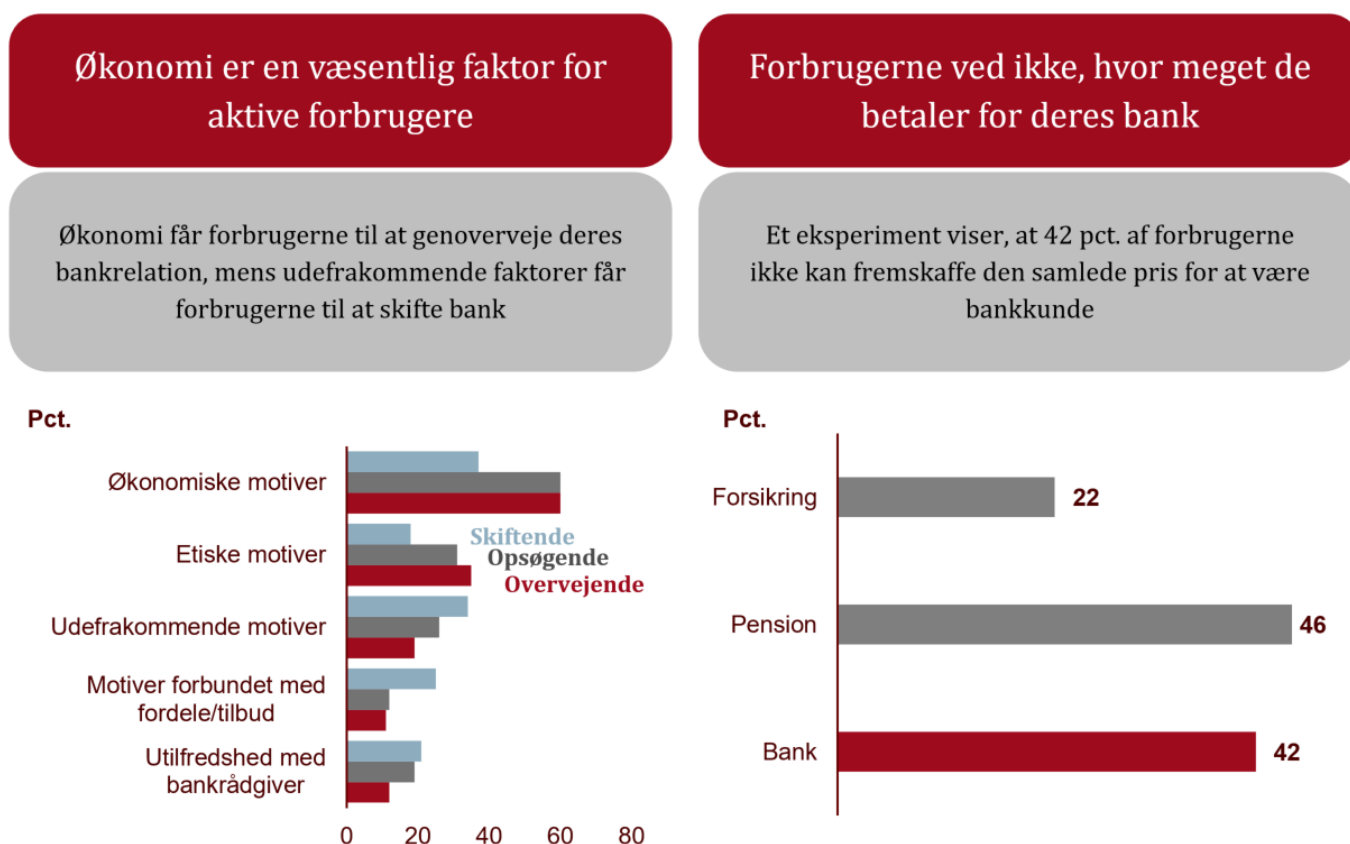
Der sondres i analysen mellem fire grupper af forbrugere på bankmarkedet. Den ene gruppe er ikke-aktive kunder, som udgør 68 pct. De ikke-aktive kunder er kendetegnet ved, at de ikke overvejer eller er i gang med et bankskifte, men det udelukker ikke at nogle af dem fx kan forhandle priser mv. med deres egen bank.¹⁷ Blandt de aktive kunder sondres mellem dem, der overvejer et bankskifte, dem der reelt er opsøgende og dem, der skifter bank.

De aktive forbrugere afsøger bl.a. bankmarkedet med henblik på at opnå lavere renter eller gebyrer eller på grund af såkaldt eksterne forhold (fx ændret familiestatus), jf. figur 1.5 (venstre). Samtidig kan utilfredshed af mere etisk karakter eller med bankrådgiveren udløse aktiv forbrugeradfærd. Den store gruppe af ikke-aktive forbrugere afholder sig bl.a. fra at afsøge markedet, fordi de ikke forventer tilstrækkelig økonomisk gevinst ved at skifte bank. Det kan skyldes, at skifteomkostningerne opleves som for høje, herunder at kunderne måske mister særlige fordele i deres nuværende bank. Mange af de forbrugere, der ikke er aktive, eller som overvejer et bankskifte, peger desuden på kompleksitet som en væsentlig barriere, dvs. udfordringer ved at sammenligne banker og produkter på markedet.

¹⁶ Finansforbundet: Rådgiversurvey 2021.

¹⁷ Bankrådgiverne oplyser, at de oplever at 47 pct. af alle kunder ofte eller meget ofte vil forhandle lavere renter eller gebyrer. For nye kunder er andelen noget større, jf. Finansforbundets survey blandt bankrådgivere, 2021.

Figur 1.5 Økonomiske motiver driver aktiviteten, men forbrugerne er usikre på, hvor meget de betaler for deres bank



Anm.: Udsnit af figurer fra analysen. Se figur 6.3 og figur 6.8 for yderligere information.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021 og eksperiment.

De fleste forbrugere ved reelt ikke, hvor meget de betaler for at være kunder i deres nuværende bank, og det er vanskeligt at få dækkende information om det, uden at få konkret rådgivning i banken. Den årlige omkostningsopgørelse, som bankerne skal sende til kunderne ser således ikke ud til at være tilstrækkelig. Samlet set er der således væsentlige søgeomkostninger for forbrugerne, hvis de skal danne sig et billede af de forskellige muligheder i markedet.

I styrelsens eksperiment¹⁸ med 100 deltagere er det godt 4 ud af 10, som ikke kan finde dækkende oplysninger om prisen for at være kunde i deres nuværende bank inden for den afsatte tid jf. figur 1.5 (højre). Det er nogenlunde det samme billede som for pension, men væsentligt flere end for forsikring. På bankområdet er det særligt omkostninger til servicegebyrer for fx netbank, overførsler og veksling af udenlandsk valuta, som forbrugerne ikke kan identificere.

¹⁸ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i et eksperiment undersøgt, om forbrugere i løbet af 40 minutter kan finde deres samlede bankomkostninger, samt deres omkostninger til enten pension eller forsikring. Halvdelen af deltagerne blev ud over deres bankomkostninger bedt om at finde deres samlede pensionsomkostninger, mens den anden halvdel blev bedt om at finde deres bank- og forsikringsomkostninger. Yderligere detaljer om eksperimentet kan findes i kapitel 6.

Mange har også svært ved at finde ud af, om de betaler negative renter, og i så fald, hvor meget.

Eksperimentet peger på, at kompleksitet og manglende gennemsigtighed om kundernes omkostninger er en barriere for forbrugernes aktivitet på bankmarkedet. Blandt de deltagere, der fandt det svært at fremskaffe deres bank- og pensionsomkostninger, vurderer omkring tre ud af fire, at de ville blive mere aktive, hvis det var lettere at danne sig et overblik over, hvor meget det koster at være kunde hos deres eksisterende selskab. Det peger også på, at der for bankerne ikke nødvendigvis (eller entydigt) er økonomisk tilskyndelse til at øge prisgennemsigtighed og transparens.¹⁹

Selv blandt de forbrugere, der mener, at de har fundet den samlede pris for at være kunde i deres bank, er der betydelig usikkerhed om, hvorvidt de har fået alle omkostninger med. Således angiver knap hver tredje deltager, der har rapporteret sine bankomkostninger, at de er usikre eller meget usikre på det rapporterede tal. Kunderne er desuden væsentligt mere usikre på deres bankomkostninger end deres pensions- og forsikringsomkostninger. Videre peger eksperimentet på, at deltagerne overvurderer deres bankomkostninger, dvs. at deres forventninger til deres samlede bankomkostninger, målt i begyndelsen af eksperimentet, i gennemsnit overstiger de omkostninger, som deltagerne lykkes med at identificere.

¹⁹ Se fx, Gabaix, X., & Laibson, D. (2006).

Kapitel 2

Bankmarkedet for privatkunder

2.1 Sammenfatning

Bankerne spiller en central rolle for samfundsøkonomien. De tilbyder indlånskonti til brug for opsparing og overførsler af løn, offentlige ydelser og kundens egne betalinger. De formidler udlån til forbrugere og virksomheder, der har brug for likviditet og kapital til forbrug eller investeringer i fx bolig, bil eller udbygning af forretningen. En af bankernes hovedopgaver er således at omsætte kortfristede indlån til udlån med længere løbetid og større risiko.

Forbrugerne bliver i en relativt ung alder kunder i en bank, bl.a. fordi det er lovpligtigt for alle danskere over 18 år at have en såkaldt NemKonto, som bl.a. bruges til offentlige betalinger såsom SU og andre overførselsindkomster.²⁰ Det er i mange tilfælde startskuddet til en længerevarende relation. Således har forbrugerne i gennemsnit været kunde hos deres nuværende primære bank i 21 år. Forbrugernes valg af bank er særligt i den tidlige del af deres voksne liv påvirket af deres forældres bankrelation.

Detailbankmarkedet består af de ydelser, som bankerne stiller til rådighed for privatkunder, og i nogle tilfælde små- og mellemstore virksomheder. Det omfatter fx betalings-, investerings- og opsparingskonti, ind- og udlån (inkl. bolig- og billån, mv.), betalingskort, netbank og rådgivning om privatøkonomi, værdipapirhandel og pensionsopsparing. Detailbankmarkedet består af få meget store banker og en del små og mellemstore banker. De fem største banker har tilsammen mere end 75 pct. af den samlede arbejdende kapital blandt aktørerne på markedet. Antallet af banker er faldet fra godt 220 i 1990 til 63 i 2019, og er reduceret yderligere i 2020 og 2021. Konsolideringen har bl.a. været drevet af opkøb og fusioner.

Langt de fleste banker tilbyder, udover traditionelle bankydelser, også en bred vifte af finansielle produkter. Bankkunder kan i mange tilfælde optage et realkreditlån, købe en pensionsordning, investere i en investeringsforening og tegne en skadesforsikring gennem deres bank. Således benytter ca. 92 pct. af kunderne en bank, der tilbyder både realkredit, forsikring, pensionsordninger og investeringsforeninger via en formidlingsaftale eller koncernforbundet virksomhed. Bankernes videreformidling af kunder til disse tilstødende markeder har stor betydning for bankernes indtjening og påvirker konkurrencen på de pågældende områder.

I denne analyse defineres et *finansielt supermarked* som en bank, der – enten via koncernforbundne virksomheder eller via formidlingsaftaler – udbyder produkter fra pensions- og livsforsikringselskaber, realkreditinstitutter, investeringselskaber og skadesforsikringsvirksomhed.

Der er de seneste år udarbejdet en række analyser, der peger på konkurrenceproblemer på nært forbundne finansielle markeder, herunder markedet for realkredit, pension, betalinger og investeringsforeninger. Der er også konkurrencemæssige udfordringer inden for udvikling

²⁰ Jf. lov om offentlige betalinger, lov nr. 1203 af december 2003. En NemKonto er blot en almindelig indlånskonto i en bank, som skal være registreret som borgerens NemKonto til brug for offentlige betalinger.

og drift af it-systemer til en lang række små og mellemstore banker. Dette marked består især af tre datacentraler. Markedet er bl.a. kendetegnet ved høj koncentration, og at det kan være omkostningstungt at skifte leverandør.

2.2 Det danske bankmarked

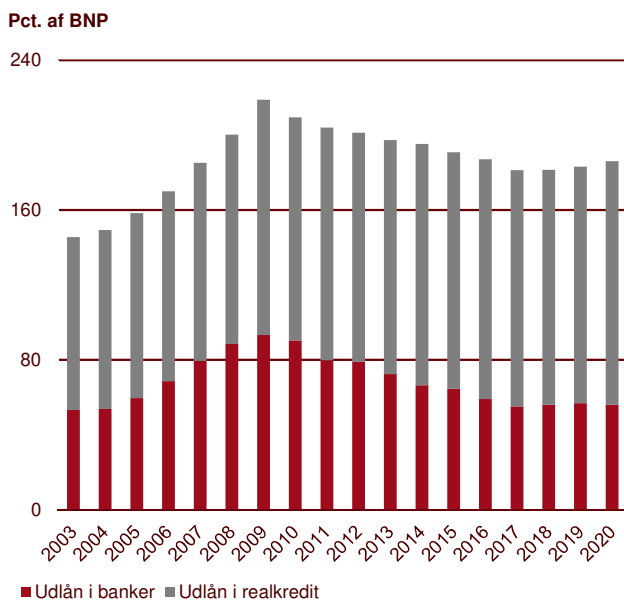
Bankernes samlede udlån – eksklusiv realkredit – udgjorde godt 55 pct. af BNP i 2020, jf. figur 2.1(a). Bankernes udlån på privatkundemarkedet udgjorde ca. 20 pct. af BNP. Bankerne formidler samtidig realkreditlån mod provision. Realkreditudlån til privatkunder udgjorde ca. 87 pct. af BNP 2020 (mens det samlede realkreditudlån udgjorde 128 pct. af BNP).

Bankernes egne udlån som andel af BNP var på et højt niveau før finanskrisen, men er siden faldet. Det gælder også udlån til privatkunder. I samme periode er udlån i form af realkredit steget.

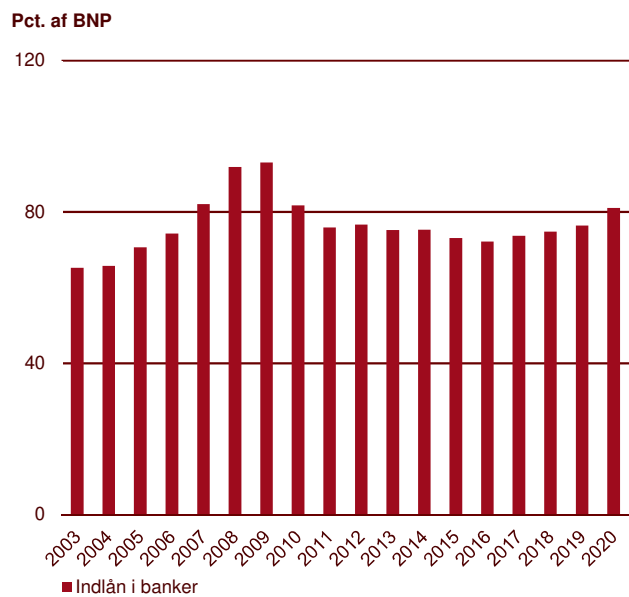
Det samlede indlån i bankerne er også steget de senere år, og udgjorde godt 80 pct. af BNP i 2020, jf. figur 2.1(b). Privatkundernes samlede indlån udgjorde ca. 50 pct. af BNP. For både forbrugere og virksomheder gælder, at indskud op til 750.000 kr. er dækket af indskydergaranti. Indskyderne mister således ikke deres indestående, hvis banken går konkurs eller skal rekonstrueres. Udviklingen i ind- og udlån har medført, at der i bankerne har været et voksende indlånsoverskud siden finanskrisen.

Figur 2.1 Samlet ud- og indlån i Danmark som pct. af BNP

(a) Udlån



(b) Indlån



Anm.: Værdierne for udlån er beregnet som årlige gennemsnit på månedlige data. Udlån fra realkreditinstitutter er beregnet som forskellen mellem det samlede udlån for MFI-sektoren (banker og realkreditinstitutter) og udlån fra banker.

Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks register DNPUD, DNMUD og NAHL2.

Anm.: Værdierne for indlån er beregnet som årlige gennemsnit på månedlige data.

Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks register DNPIN og NAHL2.

2.3 Bankerne er ofte forbrugernes indgang til andre finansielle markeder

Udover at stille bankydelser til rådighed fungerer bankerne også som forbrugernes indgang til andre finansielle markeder. Banken har indsigt i den enkelte kundes økonomiske forhold, og for mange kunder er det naturligt at henvende sig i banken, når de har behov for rådgivning om økonomiske spørgsmål. Bankerne spiller således en vigtig rolle for, hvilke udbydere kunderne vælger at benytte på nært forbundne finansielle markeder.

Langt de fleste banker tilbyder en bred palet af finansielle ydelser, inkl. realkreditlån, pension, investering og forsikring, jf. figur 2.2. I dag kan man som privatkunde typisk ikke få et realkreditlån hos et realkreditinstitut uden at gå igennem en bank, der formidler lånet og modtager provision herfor.²¹

Der findes enkelte banker, som fokuserer på specialiserede tjenester, fx betalingskort eller investeringsprodukter. Disse banker har imidlertid ofte karakter af at være en sekundær bank for kunderne, og de spiller en begrænset rolle på bankmarkedet.

Figur 2.2 Banken er en vigtig indgang til andre finansielle markeder, fx for realkredit, pensionsopsparing og investeringsforeninger



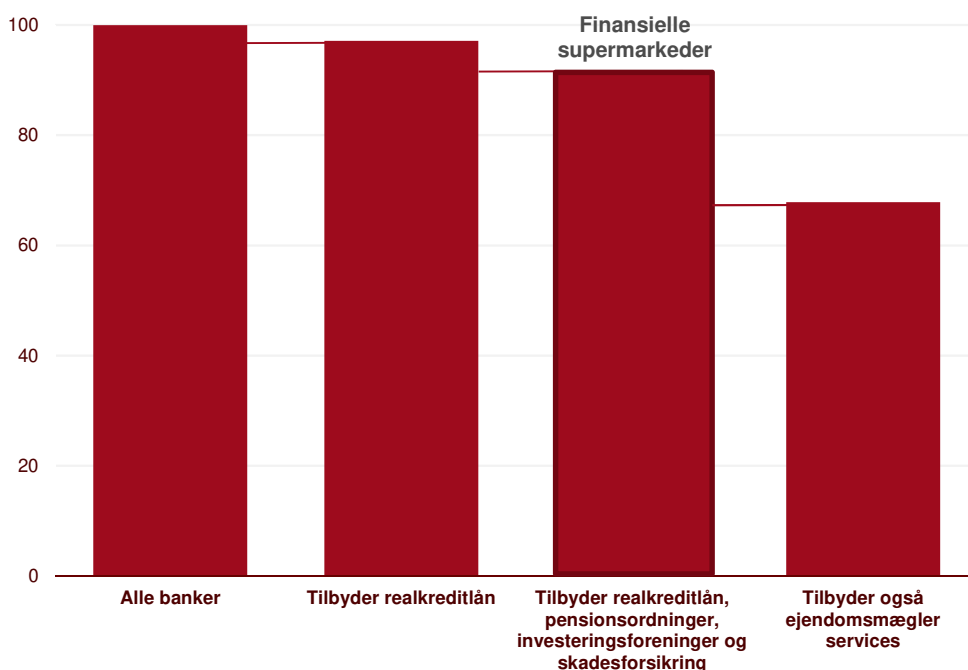
²¹ Den koncernforbundne bank (eller de samarbejdende banker for Totalkredit) er den primære formidlingskanal for realkreditinstitutterne og stod for 95,3 pct. af kundeformidlingen i 2020, mens realkreditinstitutterne i gennemsnit selv formidlede lån til ca. 0,4 pct. af kunderne direkte, jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens redegørelse om Realkredit- og prioritetslån, januar 2021.

De største banker tilbyder typisk et bredt udvalg af finansielle produkter via afdelinger eller selskaber, der indgår i samme ejerskabsstruktur. Det kan fx være en konsekvens af fusioner, som har samlet bank, realkreditinstitut, forsikringsselskab, mv. i én koncern.

De fleste banker tilbyder dog ydelserne gennem formidlingsaftaler med andre udbydere, fx realkreditinstitutter, pensions- og forsikringsselskaber og investeringsforeninger. På den måde kan de give kunderne et udvalg, der matcher det, som findes i store finansielle koncerner. Formidlingsaftalerne betyder, at de andre finansielle udbydere betaler provision til banken for at sælge produkterne til bankens kunder og for at rådgive om produktet.

Mere end 97 pct. af kunderne er kunde i en bank, der tilbyder realkreditlån via en formidlingsaftale eller koncernforbundet virksomhed, jf. figur 2.3. Godt 92 pct. er kunde i en bank, der tilbyder både realkredit, forsikring, pensionsordninger og investeringsforeninger. Omtrent to ud af tre kunder er kunde i en bank, som har samarbejde med en ejendomsmæglerkæde eller er koncernforbundet med én.

Figur 2.3 Andel kunder i banker, der udbyder andre finansielle produkter, 2021



Anm.: Med finansielle produkter forstås følgende: realkredit, skadesforsikring, livsforsikring, pensionsopsparing, investeringsforeninger og ejendomsmæglere. Andelen er opgjort ved markedsandele målt ved antallet af kunder. Undersøgelsen omfatter 6 mio. relationer mellem danske banker og bankkunder over 17 år. Hvis en person er kunde i både bank A og bank B er personen talt med to gange. I 2019 var der i alt 5,9 mio. relationer mellem danske banker og bankkunder over 17 år på forskerdatabase, som omfatter kontospecifikke data for samtlige individer. Det indikerer således, at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey stort set omfatter hele populationen til trods for, at enkelte banker ikke har besvaret undersøgelsen.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey blandt danske banker, 2021.

Bankernes videreformidling af kunder til tilstødende markeder har stor økonomisk betydning for bankerne og påvirker også konkurrencen på de tilstødende markeder. Fx sælges stort set

alle realkreditlån til private af bankerne. Bankerne stod også for godt 50 pct. af indbetalingerne til individuelle pensionsordninger i 2020. Indbetalingerne udgjorde samlet 8,6 mia. kr. eller ca. 6,5 pct. af de samlede pensionsindbetalinger.²²

De danske banker er som nævnt organiseret forskelligt. Nogle banker er fx i koncern med deres eget realkreditinstitut, mens andre har en formidlingsaftale med et realkreditinstitut. Hvis en bank er i koncern med sit eget realkreditinstitut, vil overskuddet fra realkreditinstituttet tilfalde banken/koncernen. Hvis banken har en formidlingsaftale med et realkreditinstitut, vil banken modtage en provision fra realkreditinstituttet.

For banker, som ejer deres eget realkreditinstitut (dvs. de største), lå indtjeningen fra direkte bankforretning i perioden op til finanskrisen lidt højere end indtjeningen fra ejerskab af andre virksomheder, jf. Figur 2.4(a). Indtjeningen fra ejerskab af andre virksomheder (herunder realkredit) er efter finanskrisen steget væsentlig og har de senere år ligget på et niveau lidt over niveauet fra før finanskrisen. Indtjeningen fra direkte bankforretning steg også efter finanskrisen, men er dog faldet markant fra 2017-2020.

For banker uden eget realkreditinstitut (dvs. typisk små og mellemstore banker) har indtjeningen som andel af aktiverne været lidt større de senere år, end i de store banker med eget realkreditinstitut, jf. Figur 2.4(b). Efter finanskrisen og frem mod 2017 er indtjeningen fra særligt direkte bankforretning steget væsentligt, mens indtjeningen fra ejerskab af andre virksomheder har være nogenlunde konstant. Indtjeningen fra den direkte bankforretning er herefter faldet siden 2017, men ikke så meget som i de koncerner, der selv ejer et realkreditinstitut. Under finanskrisen oplevede de små og mellemstore banker betydelige tab.

Bankforretningen omfatter fx provisionsindtægter fra eksterne udbydere som realkreditinstitutter, som banken også selv kan have omkostninger ved. Desuden kan bankerne have udgifter i selve bankforretningen, som relaterer sig til ejerskab af andre virksomheder. Opdelingen skal derfor tolkes forsigtigt.²³

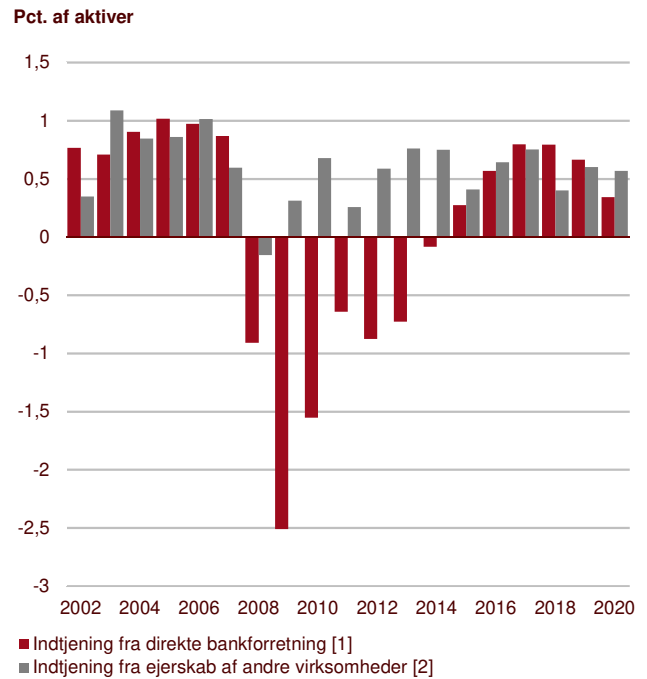
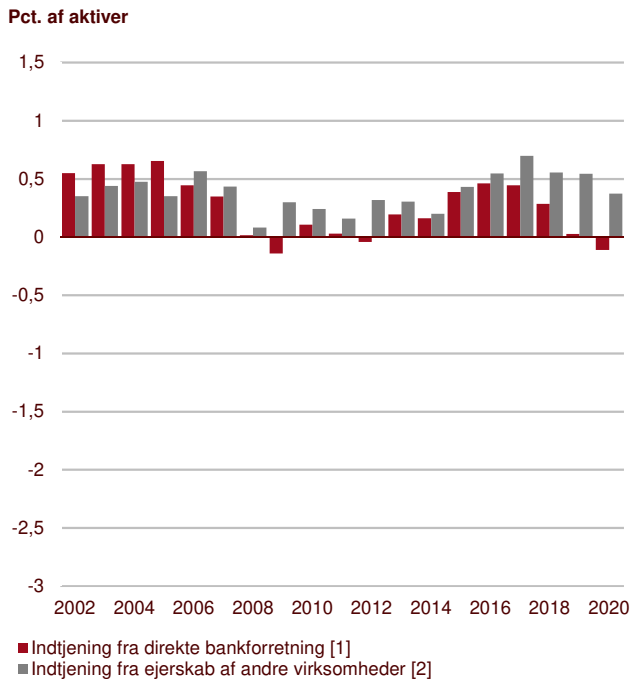
²² Forsikring & Pension, samlede indbetalinger for 2003 til 2020. Den andel af de privattegnede ordninger, der ikke er fordelt mellem pengeinstitutter og forsikringsselskaber (sfa. aldersopsparing) er vægтет med 83 pct. til pengeinstitutterne på baggrund af fordelingen på Danmark Statistiks forskerdatabase.

²³ Hvis en bank fx ejer et realkreditinstitut, kan (nogle af) udgifterne til rådgivningen ligge i bankens regnskab, hvormed de tilskrives bankforretningen frem for regnskabet hos realkreditinstituttet.

Figur 2.4 Indtjening fra direkte bankforretning og ejerskab af andre virksomheder

(a) Banker med eget realkreditinstitut

(b) Banker uden eget realkreditinstitut



Note [1]: Indtjening fra direkte bankforretning omfatter renteindtægter, gebyr- og provisionsindtægter samt andre driftsindtægter fratrukket renteudgifter, afgivne gebyrer, nedskrivninger samt driftsomkostninger. Det omfatter således bl.a. provisionsindtægter fra realkreditlån, særligt for banker som ikke ejer deres eget realkreditinstitut.

Note [2]: Indtjening fra ejerskab af andre virksomheder omfatter udbytte, resultat fra associerede og tilknyttede virksomheder samt kursreguleringer.

Anm.: Banker med eget realkreditinstitut omfatter Danske Bank, Nordea, Jyske Bank og Nykredit. Alle poster er før skat. Det bemærkes, at ejerskabet af andre virksomheder i nogle tilfælde kan være tæt relateret til bankforretningen, fx hvis banken har omlagt gæld til egenkapital i en virksomhed, hvormed opdelingen vil være forbundet med en vis usikkerhed.

Kilde: Egne beregninger baseret på data fra Finanstilsynet.

2.4 Konkurrenceproblemer på tilstødende markeder

Bankernes indtægter fra de tilstødende markeder (fx ejerskab og provision fra salg af realkredit, pension og investeringsforeninger m.v.) har således væsentlig betydning for bankernes samlede indtjening. Samtidig har bankmarkedet stor betydning for konkurrencen på de tilstødende markeder. Banken er således en vigtig og i nogle tilfælde den primære kanal til kunder på de tilstødende markeder.

For mange forbrugere er det således helt naturligt, at valget af bank også bliver styrende for, hvilket realkreditinstitut, pensionselskab, investeringsforening og forsikringselskab kunden evt. vælger.

Der er de seneste år udarbejdet en række analyser, der peger på konkurrenceproblemer på nært forbundne finansielle markeder.

Realkredit

I en analyse fra 2017 peger Konkurrencerådet på, at konkurrencen på realkreditmarkedet har svære vilkår, og at boligejerne kan høste gevinster, hvis konkurrencen på realkreditmarkedet bliver forbedret.²⁴ Priserne på realkreditlån er steget betragteligt siden finanskrisen og institutternes indtjening er øget. Bidragsatserne er steget i et omfang, der ikke kan forklares af højere omkostninger, herunder kapitalkrav.

Stigningen i bidragsatserne skete dengang i en periode med faldende renteniveau, hvilket dæmpede virkningen for låntagerne. De højere bidrag får således først fuldt gennemslag i de samlede låneomkostninger i takt med renteniveauet igen øges.

Realkreditmarkedet er kendetegnet ved en høj koncentration sammenlignet med mange andre markeder. De største banker ejer som nævnt deres eget realkreditinstitut, mens de øvrige banker har en formidlingsaftale med ét realkreditinstitut (Totalkredit) mod provision. Der er reelt kun fire realkreditinstitutter, som låner ud til privatkunder. Markedet er relativt fastlåst, og det er svært for nye realkreditaktører at komme ind på markedet. Nye aktører har fx begrænsede muligheder for at opbygge deres eget distributionsnetværk. Det skyldes, at de pengeinstitutter, som ikke aktuelt indgår i en koncern med et realkreditinstitut, har en samarbejdsaftale med Totalkredit, som vanskeliggør paralleldistribution af realkreditlån fra flere udbydere af realkreditlån. Nye og eksisterende aktører, der gerne vil vinde markedsandele ved at få deres realkreditprodukter ind på pengeinstitutternes hylder, har derfor svære vilkår. Samtidig bidrager regulering til at begrænse eksisterende aktørers muligheder for at konkurrere effektivt med hinanden. Analysen peger også på, at forbrugerne ofte har svært ved at navigere på markedet, og at mobiliteten på realkreditmarkedet er begrænset.

Konkurrencen på realkreditmarkedet foregår indirekte via bankernes salg af boligfinansiering til deres kunder. Bankerne formidler kun lån fra det realkreditinstitut, de selv er knyttet til, mod en provision.

På baggrund af analysens anbefalinger er der blevet implementeret en standardforside til lånetilbud og låneberegner kaldet "simpelt låneoverblik" ved bekendtgørelse. Desuden skal ejendomsmæglere henvise til tjebboliglån.dk på boligsalgssopstillinger, hvor forbrugerne kan danne sig et overblik over priser på nye boliglån.

Firmapensionsmarkedet

Konkurrencerådet konkluderer i en analyse fra 2019, at konkurrencen om forvaltningen af firmapensioner i Danmark kan blive bedre.²⁵ Det bygger bl.a. på, at de kommercielle selskabers indtjening, i forbindelse med investering af pensionsmidlerne, er forholdsvis høj, samt at det tilsyneladende ikke er lykkedes at høste stordriftsfordele i denne del af forretningen i særligt stort omfang. Banker må ikke selv forvalte firmapensionsordninger, men nogle banker ejer kommercielle pensionselskaber, som er aktive og har en betydelig markedsandel.

Bankerne er derudover aktive inden for individuelle opsparingsordninger, som ikke er knyttet til ansættelsesforhold. På dette marked stod bankerne for mere end halvdelen af indbetalingerne til de individuelle pensionsordninger i 2020. Her er bankerne for mange bankkunder den naturlige indgang, når kunderne har behov for rådgivning om en privat pensionsopsparing.

²⁴ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2017). Konkurrencen på realkreditmarkedet.

²⁵ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2019). Konkurrencen på markedet for pension.

Bankerne har begrænset mulighed for at lægge et konkurrencemæssigt pres på pensionselskabernes firmapensioner, fordi banker ikke må sælge pensionsopsparinger med et forsikringselement, såsom livrenter. Bankerne har mulighed for at sælge individuel ratepension og aldersopsparing, hvor der er et loft på de årlige fradragsmuligheder. Da de fleste lønmodtagere bruger hele eller hovedparten af fradragsretten gennem deres arbejdsgiveradministrerede ordning, vil de typisk vælge at indbetale eventuel yderligere privattegnede pensionsopsparing som livrente i et pensionselskab.

Ønsker en bank at tilbyde livrenter og forsikringer sammen med pensionsordningen, kan de stifte, opkøbe eller indgå et samarbejde med et pensionselskab. I sådanne tilfælde vil banken være forsikringsformidler og yde rådgivning. Der eksisterer flere eksempler på sådanne samarbejder. Heriblandt Letpension, som er stiftet på initiativ af flere banker.

Privattegnede pensionsopsparinger tegnes ofte igennem banken, og godt 70 pct. af de bankkunder, der har en privattegnede pensionsopsparing, har tegnet den hos banken eller via bankens formidlingsaftale til et pensionselskab.²⁶

Efter Konkurrencerådet offentliggjorde sin analyse har Finanstilsynet udsendt en bekendtgørelse for syge- og ulykkesforsikring (SUL) i livsforsikringsselskaber, som skal sikre, at SUL-virksomheden og livsforsikringsvirksomheden hver for sig er holdbar og skal kunne hvile i sig selv. Herudover har Forsikring & Pension arbejdet med at skabe mere gennemsigtighed omkring omkostninger ved hvilende ordninger (ordninger, der ikke længere indbetales til), bl.a. via informationssiden PensionsInfo og sammenligningssiden Fakta om Pension.

Betalingsmarkedet

På betalingsområdet er der på flere områder regulering, som skal understøtte at markedet er velfungerende. Det omfatter regler om forbud mod at opkræve urimeligt høje priser i forbindelse med betalinger, oplysningsforpligtelser, prisreguleringen i forbindelse med Dankortet og regler om adgang til pengeinstitutters betalingskonti.

På markedet for betalinger greb Konkurrencerådet i 2018 ind over for Nets' brug af eksklusivitetsbestemmelser i relation til indløsning af betalingskort. Afgørelsen blev truffet efter konkurrencereglerne. Konkurrencerådet har også for nylig grebet ind i flere sager efter betalingsreglerne, hvor pengeinstitutter har nægtet betalingsinstitutter adgang til betalingskonti i strid med betalingslovens § 63. Desuden er der i 2022 grebet ind over for to større bankers valuta-tillæg ved visa/dankorttransaktioner i udlandet.

Konkurrencerådet konkluderer i en analyse²⁷ fra 2020, at der er potentiale for at styrke konkurrencen inden for betalingsmarkedet.

Analysen har særligt fokus på Betalingsservice, som i begrænset omfang er konkurrenceudsat, særligt fsva. transaktioner med høje købsbeløb. Nets (nu Mastercard) er langt den største aktør, med en estimeret markedsandel på mere end 75 pct. Nets havde en relativt høj overskudsgrad fra Betalingsservice. Herudover var nogle af bankernes provisionsbetalinger for at medvirke i ordningen væsentligt større end deres egne omkostninger til drift af Betalingsservice.

I blandt andet Sverige, Norge og Holland konkurrerer bankerne i højere grad indbyrdes om at udbyde automatiske (herunder tilbagevendende) betalingsløsninger. Prisen for at benytte Betalingsservice er generelt højere end lignende løsninger i disse lande. Det afspejler ikke alene

²⁶ Jf. kapitel 7.

²⁷ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2020). Regningsbetaling – Automatiske løsninger til betaling af regninger.

højere priser, men også at virksomhederne i nogle lande i højere grad kan tilkøbe funktioner, som Betalingsservice typisk også har, men som ikke på samme måde kan fravælges i Danmark.

Betalingservice kan have nogle u hensigtsmæssige loyalitetsskabende effekter, i den forstand at forbrugerne i nogle tilfælde fastholder abonnementer, som de ikke længere bruger eller får værdi ud af. Det skyldes, at kunderne ikke skal tage aktivt stilling til deres betalinger via Betalingsservice. Dermed mindskes sandsynligheden for, at kunderne opsiger deres aftale, selv om det umiddelbart kunne være en fordel.

Investeringsforeninger

I en analyse²⁸ fra 2015 satte en arbejdsgruppe²⁹ fokus på de interessekonflikter, der kan opstå, når banker sælger investeringsforeningsbeviser til deres kunder. Ifølge analysen kan disse konflikter ud fra en konkurrencemæssig betragtning betyde, at omkostningerne ved at købe og eje investeringsforeningsbeviser bliver højere, end de ellers kunne have været.

Den primære distribution af investeringsforeningsbeviser til forbrugerne sker via banken mod provision. Det giver bankerne stor indflydelse på kundernes valg af investeringsprodukter og kan indebære, at bankerne i en investeringsrådgivningssituation er i en interessekonflikt, hvor de har økonomiske incitament, som ikke nødvendigvis flugter med hensynet til varetagelse af kundernes interesser.

Bankerne har bl.a. økonomisk incitament til at anbefale investorerne at investere i de investeringsforeninger, som de selv eller en nær samarbejdspartner opnår størst indtjening på via formidlingsprovisioner, tegningsprovisioner eller via andre ydelser, som foreningen køber fra banken eller andre virksomheder, der er koncernforbundne med banken. Dermed kan der være risiko for, at investorerne får anbefalet investeringsprodukter, hvor prisen for kunden er højere end prisen på sammenlignelige investeringsprodukter.

Analysen peger på, at private investorer i udstrakt grad alene får rådgivning om investeringer fra deres nuværende bank, og at de også foretager deres køb af investeringsforeningsbeviser gennem samme bank. Omtrent ni ud af ti af de investorer, som er tilknyttet de fem største banker, investerer via den forening, som banken har forretningsmæssige bånd til.

MiFID II fik konsekvenser for den daværende danske model for betaling af formidlingsprovision, når pengeinstitutterne distribuerede investeringsforeningsbeviser. Den nævnte analyse fra 2015 beskriver flere forskellige modeller for indførelse af MiFID II's krav om, hvordan distributører, herunder bankerne kunne modtage og beholde provisionsbetalinger i forbindelse med salg af bl.a. investeringsforeningsbeviser. Danmark indførte en direktivnær implementering med indførelse af dels et provisionsforbud i visse situationer dels en skærpet regulering af de situationer, der ikke er omfattet af provisionsforbuddet.

Datacentraler

Der er også konkurrencemæssige udfordringer inden for udvikling og drift af it-systemer til en lang række pengeinstitutter. Markedet består af tre datacentraler og er meget koncentreret. De tre datacentraler havde tilsammen godt 5 mia. kr. i nettoomsætning i 2020³⁰, som primært er betalinger fra de pengeinstitutter, der ejer de forskellige centraler i fællesskab.

²⁸ Erhvervsministeriet (2015). MiFID II og investeringsforeningers betaling af formidlingsprovision.

²⁹ Arbejdsgruppen bestod af Dansk Aktionærforening, Finansrådet, Forbrugerrådet Tænk, Investeringsfondsbranchen, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, Finanstilsynet og Erhvervs- og Vækstministeriet.

³⁰ Oplysninger fra årsrapporter fra 2020 for hhv. SDC, BEC og Bankdata.

Datacentralerne var centrale i den første digitale omstilling af sektoren, og giver mulighed for stordriftsfordele. For små pengeinstitutter kan det således være en betydelig fordel at gøre brug af specialiserede it-leverandører som fx datacentraler.

Bankernes mulighed for at skifte mellem datacentraler – eller til helt andre aktører – kan dog være begrænset, da aftalerne omfatter flerårige bindingsperioder og udtrædelsesbetaling.

2.5 Udviklingen på detailbankmarkedet

Den digitale udvikling har styrket mulighederne for at øge effektiviteten i sektoren og har samtidig medført serviceforbedringer for kunderne. Forbrugernes muligheder for at foretage deres bankforretninger via netbank er kraftigt udvidet de senere år, og bankerne har udviklet mange nye digitale tjenester, der gør det hurtigere og nemmere at være bankkunde. Den digitale udvikling skaber således mange fordele for forbrugerne, men stiller samtidig store krav til bankernes kompetencer inden for it-sikkerhed og databeskyttelse.

Den digitale udvikling kan også skabe mulighed for nye aktører på bankmarkedet. Godt 51 pct. af bankerne forventer, at udenlandske aktører inden for en årrække træder ind på det danske marked.³¹ Det drejer sig bl.a. om de store digitale virksomheder som fx Google, Facebook eller Amazon. Teknologivirksomheder som Google og Apple spiller i dag en vis rolle på betalingsmarkedet, men ingen af de store teknologiselskaber er i dag etablerede på det danske bankmarked.

Bankerne ser ikke traditionelle udenlandske banker som potentielle konkurrenter i nævneværdigt omfang. Det skal ses i sammenhæng med, at der eksisterer en række barrierer, der kan begrænse udenlandske bankers muligheder for at etablere sig på det danske marked, fx adgang til finansiel infrastruktur, stemmeretsbegrænsninger, stor kundeloyalitet, lav forbrugeraktivitet mv.³²

Den digitale udvikling har også gjort det muligt for en række mindre aktører at tilbyde nye innovative finansielle produkter til forbrugerne. De senere år er der opstået en række nye virksomheder, der bl.a. tilbyder forbrugerne rene digitale bankløsninger og nye produkter inden for betaling, pension, investering og forsikring. Disse virksomheder konkurrerer med traditionelle banker på nogle af forretningsområderne, men spiller fortsat en forholdsvis begrænset rolle.

Bankmarkedet har været præget af et markant fald i antallet af banker over de seneste årtier. I 1990 var der godt 220 banker, mens der i 2019 var 63 banker – et samlet fald på mere end 70 pct.³³ Antallet af banker er reduceret yderligere i 2020 og 2021. Faldet i antallet af banker har bl.a. været drevet af fusioner.

Danmark har dog fortsat mange banker sammenlignet med andre lande. Danmark har således dobbelt så mange banker pr. indbygger som EU-landene i gennemsnit. Lande som Østrig, Tyskland og Finland har dog flere banker pr. indbygger end i Danmark.³⁴ Der var ca. 11 banker per million indbygger i Danmark i 2019, mod 22 i 2011. Selvom der er relativt mange banker i

³¹ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen survey til danske banker, 2021.

³² Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2013). Konkurrencen på bankmarkedet for privatkunder.

³³ Se oversigten institutter, filialer og ansatte hos Finans Danmark, Tal og Data. Bemærk, at Nordea Bank fra og med 1. januar 2017 betragtes som en filial af en udenlandsk bank.

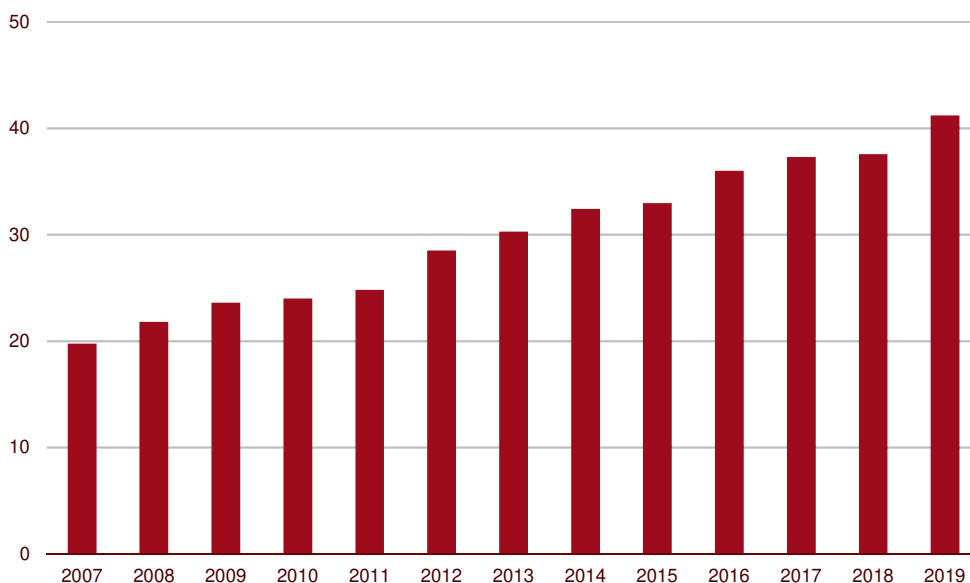
³⁴ Egne beregninger baseret på data fra EBF og Eurostat.

Danmark, så er markedsandelene målt ved arbejdende kapital³⁵ koncentreret på relativt få banker, også sammenlignet med andre lande, jf. kapitel 3.

Den samlede værdi af bankernes arbejdende kapital udgjorde ca. 120 pct. af BNP (2.600 mia. kr.) i 2019 og andelen har været svagt faldende siden 2007. Faldet i antallet af banker skal således ses i sammenhæng med, at størrelsen på den gennemsnitlige bank er steget betydeligt over tid og således er vokset med mere end 100 pct. i perioden, jf. figur 2.5.

Figur 2.5 Størrelsen på den gennemsnitlige bank målt ved arbejdende kapital

Mia. kr. 2019-priser



Anm.: Den arbejdende kapital er defineret som summen af indlån, udstedte obligationer, efterstillede kapitalindskud samt egenkapitalen. Den er deflateret med BNP-deflatoren.

Kilde: Egne beregninger baseret på data fra Finanstilsynet.

Der er betydelig forskel på bankernes størrelse. Bankmarkedet består således af få meget store banker, samt et antal mellemstore banker og relativt mange mindre banker. Danske Bank er den største bank i Danmark, efterfulgt af Nordea, som er svenskejet.³⁶ Begge banker har forholdsvis stor aktivitet uden for Danmarks grænser. Herefter følger Jyske Bank, Sydbank og Nykredit Bank. Disse fem banker har tilsammen mere end 75 pct. af den samlede arbejdende kapital i alle danske banker. Resten er fordelt på knap 60 mindre banker.

Antallet af bankfilialer er over en længere årrække faldet kraftigere end antallet af banker. Det gennemsnitlige antal bankfilialer per bank er således reduceret fra godt 22 til knap 15, jf. figur

³⁵ Den arbejdende kapital defineres som summen af indlån, udstedte obligationer, efterstillede kapitalindskud samt egenkapitalen.

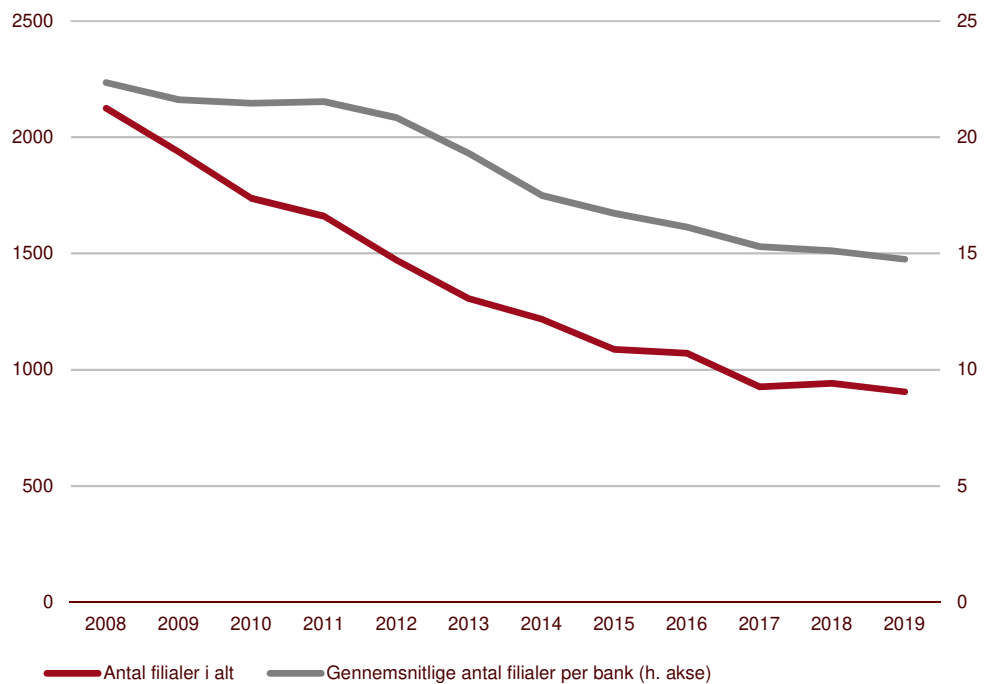
³⁶ Nordea er i 2017 overgået til at være en filial af et udenlandsk pengeinstitut med hovedsæde i Finland. Nordea er derfor ikke længere under dansk tilsyn hos Finanstilsynet.

2.6. Det skal bl.a. ses i sammenhæng med, at de fire største banker i gennemsnit havde ca. 200 filialer i 2008, mens antallet var ca. 100 filialer i gennemsnit i 2019.

Desuden er antallet af ansatte i banksektoren faldet siden midten af 00'erne fra godt 50.000 til ca. 36.000 i 2019. Det er samlet set udtryk for en betydelig omstilling og en effektivisering af driften, herunder via digitale løsninger og et reduceret filialnet.

De største banker har et landsdækkende men i dag mindre fintmasket filialnet. Flere af de mellemstore banker er mere regionalt forankrede, og der er derfor dele af landet, hvor der kun er få konkurrerende filialer. Konkurrenceforholdene kan derfor være udfordret lokalt i det omfang direkte kontakt med en bankrådgiver i en lokal filial har betydning for kunderne. Konkurrencen inden for realkredit kan også være blevet påvirket af faldet i filialdækning i de store banker. Totalkredit har således via formidlingsaftaler et mere bredt funderet og lokalt forankret formidlingsnet end de andre store udbydere.

Figur 2.6 Antal bankfilialer og gennemsnitlige antal bankfilialer pr. bank



Anm.: Både danske og udenlandske filialer i Danmark indgår. Kun banker, der er til stede i Danmark i alle årene fra 2008-2019, indgår i gennemsnittet.

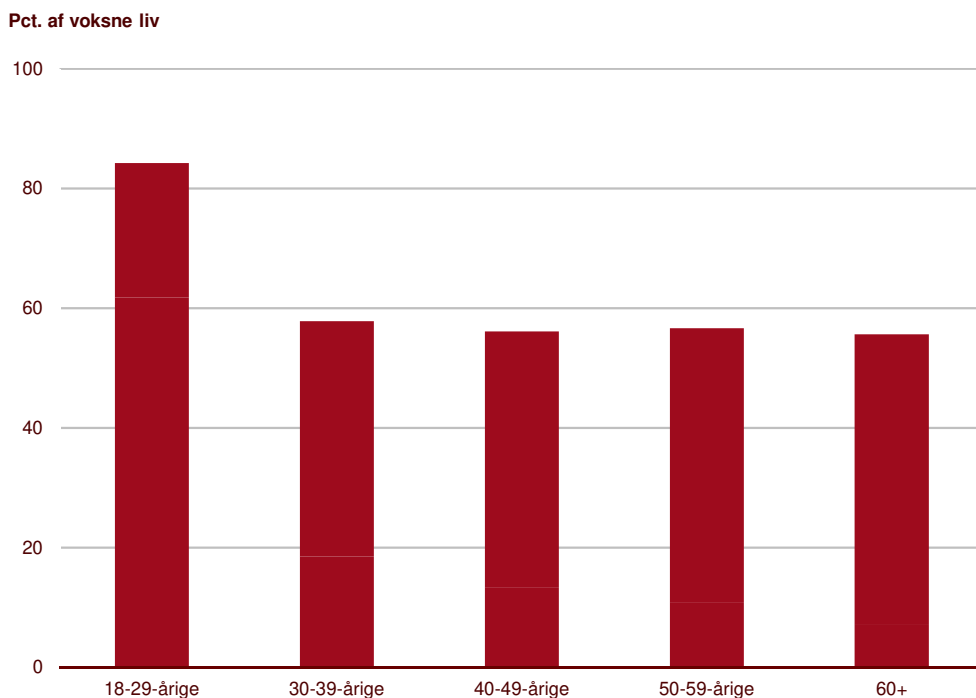
Kilde: IMF's Financial Access Survey (FAS), Danmarks Statistiks forskerdatabase.

2.6 Bankmarkedet fra et forbrugerperspektiv

Forbrugerne bliver i en relativt ung alder kunde i en bank. Det er i mange tilfælde startskuddet til en længerevarende relation. Således har forbrugerne i gennemsnit været kunde hos deres nuværende primære bank i 21 år. For personer over 30 år gælder, at de i gennemsnit har været kunde i samme bank i lidt over halvdelen af deres voksne liv, jf. figur 2.7. Det er samtidig

knap hver fjerde 40 til 49-årige, og knap hver femte 50 til 59-årige, som har haft deres nuværende bank hele deres voksne liv.³⁷

Figur 2.7 Andelen af den gennemsnitlige kundes voksne liv, hvor kunden har været kunde i nuværende bank



Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021.

Forbrugernes valg af bank er særligt i den tidlige del af deres voksne liv påvirket af deres forældres bankrelation. Således har mere end 70 pct. af de 18 til 29-årige og omtrent 40 pct. af de 30 til 39-årige samme primære bank som minimum én af deres forældre. Selv blandt ældre generationer har en del forbrugere samme bank som deres forældre. Det gælder knapt hver tredje forbruger mellem 40 og 49 og omkring hver fjerde forbruger mellem 50 og 59. Omkring 16 pct. af kunderne over 59 har samme bank som deres forældre.³⁸

Mange forbrugere er tilfredse med deres nuværende bank. Mere end halvdelen af kunderne vil anbefale andre at bruge deres bank, mens mindre end 8 pct. vil fraråde det, jf. figur 2.8(a). Det afspejler, at rådgivningen gennemgående opleves som tilfredsstillende, men formentlig også selektion i den forstand, at kunder, der har været meget utilfredse, oftere har fundet en ny bank. Knap 70 pct. af kunderne angiver, at de er enten tilfredse eller meget tilfredse med deres bankrådgiver, mens mindre end 5 pct. er utilfredse, jf. figur 2.8(b).

³⁷ Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021.

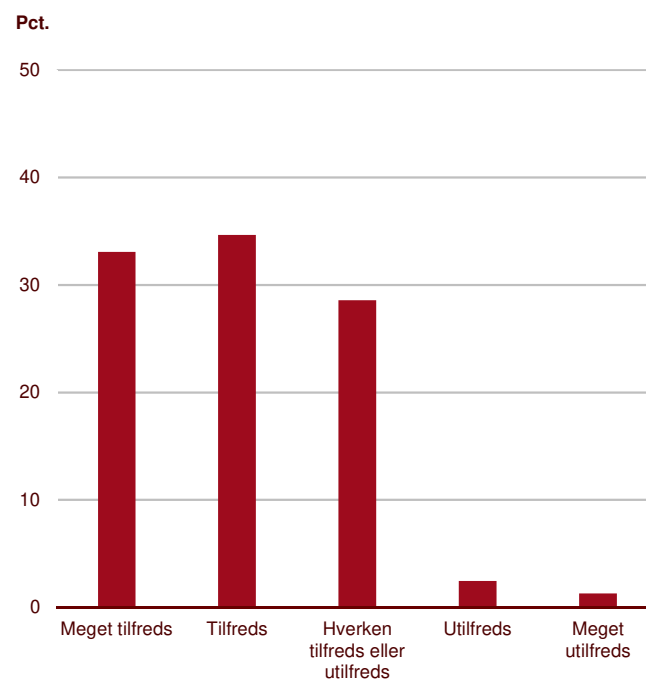
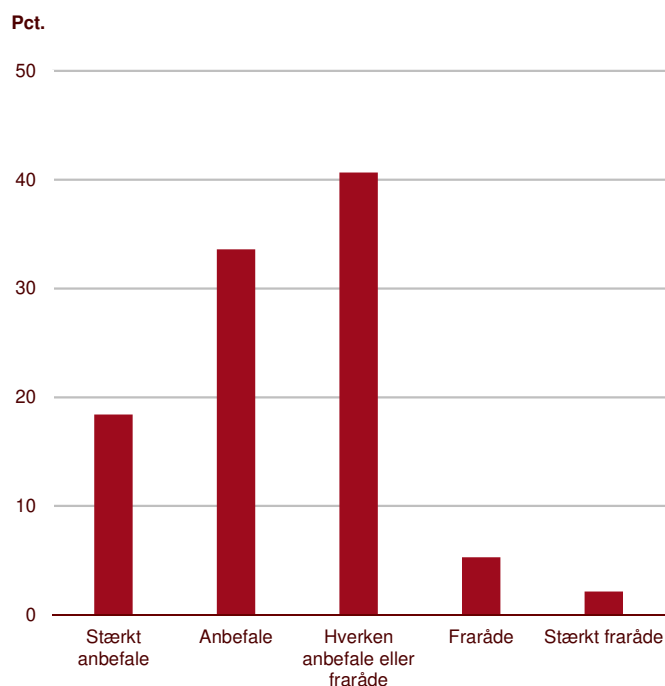
³⁸ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021.

Velfungerende konkurrence understøtter normalt en højere kundetilfredshed via lave priser og et varieret produktudbud. Men høj oplevet kundetilfredshed kan også forekomme på markeder med begrænset konkurrence, herunder på komplekse markeder, hvor kunderne har begrænset viden om de komplicerede produkter, der udbydes. Høj tilfredshed med en udbyder kan afspejle, at forbrugerne har opbygget et tillidsforhold til leverandøren, men at forbrugerne i øvrigt har begrænset indsigt i de produkter de køber, den pris de betaler, og hvilke muligheder de ville have hos andre leverandører – særligt hvis konkurrencen havde været bedre. Kundetilfredshed kan således bruges til at sammenligne forskellige udbydere, men høj absolut tilfredshed betyder ikke nødvendigvis, at konkurrencen er velfungerende, eller at et marked leverer de bedste resultater for kunderne.

Figur 2.8 **Kundernes tilfredshed med deres bank**

(a) Ville du anbefale eller fraråde andre at bruge din bank?

(b) Hvor tilfreds er du med din bankrådgiver?



Anm.: Spørgsmålet er: "Hvis nogen, du kendte, overvejede at skifte bank, og de spurgte dig, om du ville anbefale eller fraråde at bruge din bank, hvad ville du så svare?", n=2839.

Anm.: Spørgsmålet er: "Hvor tilfreds er du med din bankrådgiver?", n=2265.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021.

De fleste forbrugere har samlet deres banktjenester hos én udbyder. Således har godt tre ud af fire bankkunder kun én bank, mens hver fjerde har flere bankforbindelser. Fordelingen har været stort set uændret siden 2003.³⁹

Der kan være flere årsager til, at mange forbrugere samler deres bankaktiviteter i én bank. Bl.a. kan nogle kunder have behov for relativt få bankprodukter.

Der kan desuden være væsentlige helkundefordele for nogle kundegrupper. Flere banker opererer med helkunde- eller fordelsprogrammer, dvs. en incitamentsstruktur, hvor et engagement af en vis størrelse giver adgang til specifikke kundefordele. Det kan fx være gratis kassekredit, kreditkort m.v. Knap 60 pct. af bankerne benytter fordelsprogrammer til deres privatkunder. De resterende 40 pct. er forholdsvis små banker. Således er næsten 90 pct. kunder i en bank, der har et fordelsprogram. For de banker, der har fordelsprogrammer, er det 75 pct. af kunderne, der er fordelskunder. Blandt bankernes rådgivere oplever mere end 96 pct., at det er en målsætning for banken, at kunderne skal være helkunder.⁴⁰

Fordelsprogrammerne indebærer typisk, at nogle konkrete ydelser sælges med en vis omkostningsbesparelse for kunderne, men det er forskelligt fra bank til bank, hvilke omkostningsbesparelser der er tale om. For godt tre ud af fire banker giver fordelsprogrammerne gratis betalingskort og netbank samt nedsat valutavekslingsgebyr. Mere end halvdelen af bankerne giver mere fordelagtige renter på ind- og udlån, mens omkring hver tredje tilbyder en højere grænse for betaling af negative renter på indlån. I omkring 15 pct. af bankerne giver fordelsprogrammerne adgang til rabatter hos koncernforbundne selskaber eller samarbejdspartnere.⁴¹

For en del af bankerne indebærer fordelsprogrammer visse effektivitetsgevinster for banken. Knap 30 pct. af bankerne angiver således, at det giver omkostningsbesparelser til banken, når privatkunder bliver helkunder eller en del af bankens fordelsprogram. Omkring 60 pct. angiver imidlertid, at det ikke giver besparelser til banken.⁴²

To ud af tre bankkunder foretrækker at have deres bankaktiviteter samlet ét sted. I denne gruppe peger godt 82 pct. på, at det gør deres bankaktivitet nemmere og mere overskuelig, mens flere også peger på fordelene ved at kunne få samlet rådgivning ét sted, jf. figur 2.9. Herudover peger ca. 20 pct. af kunderne på økonomiske fordele, fx bedre forhandlingsmuligheder eller rabatter. Det skal ses i sammenhæng med, at mere end 94 pct. af bankernes rådgivere angiver, at det er nemmere at rådgive helkunder end kunder med spredte engagementer.⁴³

Der kan således for mange kunder være fordele ved at samle hele eller det meste af deres engagement i én bank. For bankerne kan det medføre visse stordriftsfordele ligesom helkundeprogrammer kan være en del af en prisdifferentieringsstrategi, som skal tiltrække særlige kundesegmenter.

³⁹ Egne beregninger på baggrund af Danmarks Statistiks forskerdatabase.

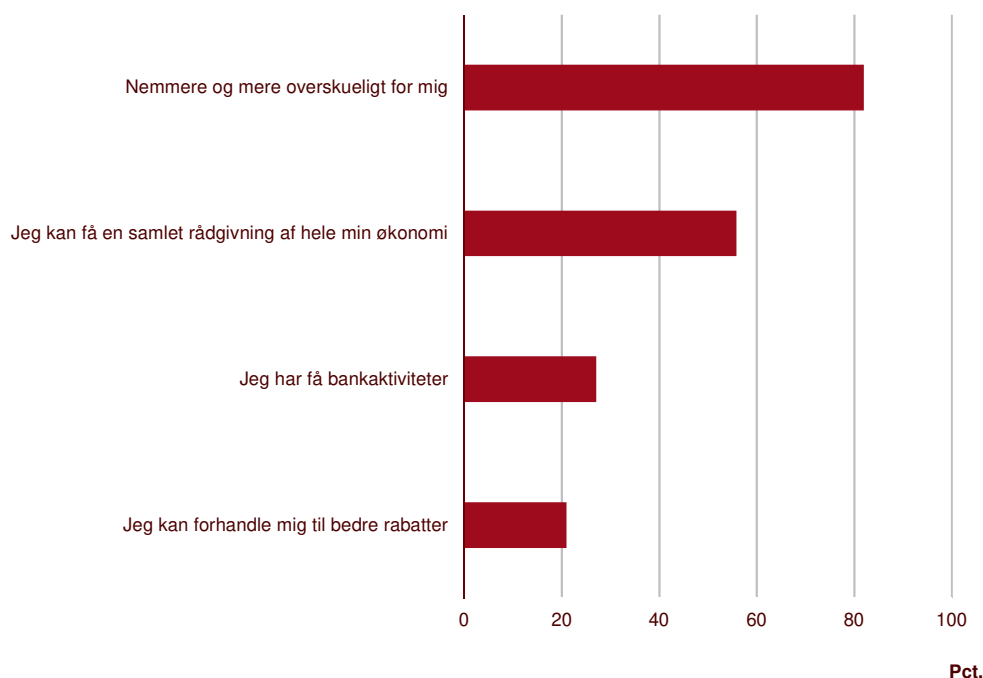
⁴⁰ Finansforbundets survey blandt bankrådgivere, 2021.

⁴¹ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey blandt danske banker, 2021.

⁴² Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey blandt danske banker, 2021.

⁴³ Finansforbundets survey blandt bankrådgivere, 2021.

Figur 2.9 Årsager til, at forbrugere foretrækker at have deres bankaktiviteter samlet i én bank



Anm.: Spørgsmålet er: "Hvorfor foretrækker du at have dine bankaktiviteter samlet i én bank?", n=1795.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021

Godt 11 pct. foretrækker at have bankaktiviteter i flere banker. I denne gruppe peger 44 pct. på muligheden for at undgå negative renter som en vigtig årsag, mens godt 35 pct. angiver, at de foretrækker en anden investeringsløsning end den, der tilbydes af deres primære bank. Omtrent 22 pct. af kunderne har ikke nogen klar præference mellem at benytte én eller flere banker.⁴⁴

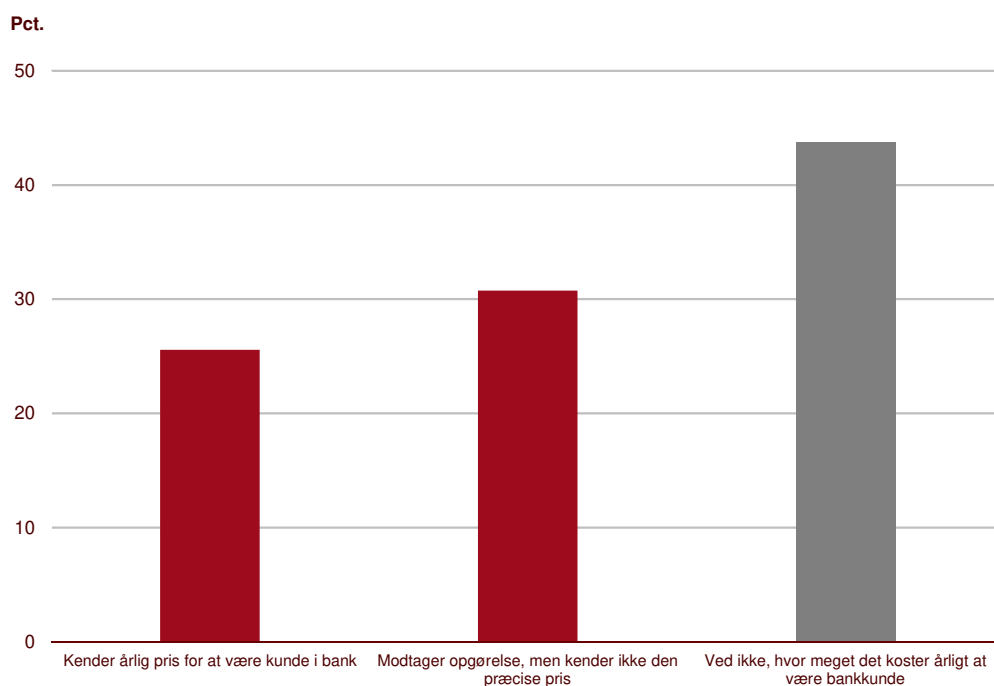
Bankerne udbyder en række forskellige ydelser til deres kunder, fx ind- og udlånskonto, betalingskort, netbank, rådgivning, opsparingskonti, mv. Forbrugerne betaler som regel for bankernes tjenester via et gebyr, når en service benyttes, eller i form af et fast årligt beløb. Desuden vil forbrugere, der låner penge i en bank, betale en rente for lånet, som sammen med eventuelle gebyrer kan ses som prisen på lånet. En bankkunde, der betalte rente på et banklån i 2019, betalte i gennemsnit ca. 8.000 kr., mens den gennemsnitlige bankkunde, der havde renteindtægter fra banken, modtog ca. 1.300 kr. i 2019.⁴⁵ Der er selvsagt betydelige forskelle på den samlede rentebetaling på tværs af kunder afhængig af bankengagement, størrelse på lån m.v.

⁴⁴ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021

⁴⁵ Egne beregninger på baggrund af forskerdata-basen. Beregningerne er foretaget med udgangspunkt i netto rentebeløbet, dvs. rentebeløbet, der er krediteret hos kunden fratrukket rentebeløbet, der er debiteret hos kunden.

Det er et mindretal af kunderne, der er opmærksomme på, hvad de samlet set betaler for deres bankaktiviteter. Næsten 45 pct. af bankkunderne ved ikke, hvor meget de betaler årligt for at være kunde i deres bank, mens godt 30 pct. ved, at de modtager en opgørelse, men ikke hvad der står på den, jf. figur 2.10.

Figur 2.10 Bankkunders kendskab til årlig pris for bankens services



Anm.: Spørgsmålet er: "Ved du, hvor meget det koster dig årligt at være kunde i din bank?", n=2811.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey blandt danske bankkunder, 2021.

I modsætning hertil er størstedelen af forbrugerne bevidste om, hvorvidt de betaler negative renter. Godt 45 pct. oplyser, at de *ikke* betaler negative indlånsrenter, mens ca. 42 pct. har oplyst, at de betaler negative indlånsrenter. De resterende respondenter ved ikke, om de betaler negative indlånsrenter eller ej.⁴⁶ Forskellen i bevidsthed kan skyldes, at der har været stort fokus på negative indlånsrenter i offentligheden de seneste år, og at det opleves som kontroversielt, hvis man som kunde skal betale renter for sætte penge i banken.

⁴⁶ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021.

Kapitel 3

Koncentration og indtjening

3.1 Sammenfatning

Bankmarkedet har de seneste årtier været præget af løbende konsolidering drevet af fusioner. Der er kun få eksempler på, at nye aktører er kommet ind på bankmarkedet.

De banker, der indtræder på eller har forladt bankmarkedet (fx som følge af opkøb), er forholdsvis små sammenlignet med en gennemsnitlig bank. Den vækst nye banker præsterer har typisk været begrænset i de første år. Således er størrelsen på nye bankers aktiver i gennemsnit uændret fire år efter deres indtræden. Det indikerer, at nye aktører har haft svært ved at vinde markedsandele.

Markedet er kendetegnet ved få meget store og mange mindre banker. Koncentrationen på bankmarkedet er samtidig relativt høj. Koncentration målt ved den arbejdende kapital (summen af indlån, udstedte obligationer, efterstillede kapitalindskud og egenkapital) har desuden været stigende siden 2010. Internationale sammenligninger af bankernes samlede forretningsomfang viser også en relativt høj koncentration i Danmark.

Koncentrationen målt ved indlån er også forholdsvis høj, mens udlån til privatkunder (som banken finansierer på egen balance) i mindre grad er koncentreret. Ud over at låne penge i banken, er der også mange forbrugere, som har lånt penge til deres bolig i form af realkredit, som formidles mod provision af bankerne. Der er kun 4 realkreditinstitutter, der tilbyder realkreditlån (via bankerne) til privatkunder. Dette marked for realkreditlån er således meget koncentreret sammenlignet med bankernes egne udlån. Tre af realkreditinstitutterne er hver især ejet af de tre største banker, mens de resterende banker formidler realkreditlån fra Totalkredit.

Egenkapitalforrentningen på det danske bankmarked har været højere end gennemsnittet i EU gennem de seneste 10 år. Hvis der kun sammenlignes med landene Tyskland, Sverige, Finland, Storbritannien og Holland, har danske banker haft en lavere egenkapitalforrentning end gennemsnittet i årene lige efter finanskrisen, men omvendt haft en højere egenkapitalforrentning fra 2016-2019.

I årene efter 2015 har egenkapitalforrentningen desuden været nogle procentpoint højere end et anslået normalafkast. I 2020 var egenkapitalforrentningen påvirket negativt af nedskrivninger i lyset af covid19-pandemien, men indtjeningen steg igen i 2021.

I årene op til finanskrisen var egenkapitalforrentning relativt høj og også noget højere end et skøn for et forventet normalafkast. Finanskrisen medførte herefter store tab i mange banker. Under finanskrisen faldt indtjeningen derfor markant til et meget lavt niveau, og først i 2015 var egenkapitalforrentningen tilbage på et mere normalt niveau.

Begrænset konkurrence mellem virksomheder på et marked kan også komme til udtryk ved et højere lønniveau til (nogle) af de ansatte på markedet. Det kan ses som udtryk for, at lønmodtagerne og virksomhedernes ejere deler den overnormale indtjening, som begrænset konkurrence kan give anledning til (såkaldt *rent sharing*). Det er forsøgt at opføre såkaldte lønpræmier med henblik på at få et indtryk af, om der er indikationer på sådan et fænomen. Lønpræ-

mien er den del af lønnen til de ansatte, som ikke umiddelbart kan forklares af uddannelsesniveau, karaktergennemsnit i gymnasiet og visse andre målbare forhold, og som derfor kan indikere, at konkurrencen er begrænset. Analysen finder, at der på bankmarkedet er en af de højeste lønpræmier blandt brancher i Danmark. Lønpræmien i bankerne er således i topti blandt 128 forskellige brancher i analysen og højere end lønpræmien i brancher som forsikring og pension, kreditforeninger og finansiel service.

Danske bankers samlede driftsomkostninger er forholdsvis lave sammenlignet med en række EU-lande, når de opgøres i forhold til de samlede aktiver. Det skal bl.a. ses i lyset af, at danske bankkunder har relativt store engagementer igennem deres bank, i form af boligfinansiering, formueforvaltning mv., fx er mængden af udlån forholdsmæssig stor i Danmark. Det vil medføre, at aktivmassen pr. kunde er større i Danmark, hvilket kan give nogle skalafordele som andre lande har sværere ved at realisere. Niveaue for bankernes driftsomkostninger peger således ikke umiddelbart på særskilte konkurrencemæssige udfordringer i Danmark. Der er sket en betydelig omstilling af branchen i takt med digitaliseringen, herunder et stort fald i sektorens beskæftigelse og i filialnettet gennem de seneste årtier.

Der er en del internationale men typisk lidt ældre studier, som har belyst konkurrencesituationen på bankmarkedet ved at undersøge, hvordan ændringer i bankernes omkostninger påvirker bankernes indtjening og omsætning. Udgangspunktet her er, at et højt omkostningsgennemslag på priserne kan ses som udtryk for velfungerende konkurrence. Disse studier finder blandede resultater, men den overordnede tendens er, at konkurrencen på det danske bankmarked er relativt begrænset sammenlignet med de andre lande, der indgår i opgørelserne.

Der er til analysen udarbejdet spørgeskemaundersøgelser, som belyser bankernes og de enkelte bankrådgiveres oplevelse af konkurrencen og markedsforholdene i sektoren. Bankernes besvarelse peger på, at de i dag er mere fokuserede på kundeforhold, herunder service og tilgængelighed, end tidligere. Bankerne anser også i højere grad end tidligere deres rentesatser som en væsentlig konkurrenceparameter. Det kan afspejle øget fokus på pris, herunder evt. i lyset af det øgede fokus på negative renter de seneste år. Banker og bankrådgivere oplever, at konkurrencen om kunderne er steget over de senere år. De peger bl.a. på, at kunderne er blevet mere mobile, og at flere kunder har flere banker

Udover at stille bankydelser til rådighed tilbyder bankerne også andre finansielle produkter, fx realkreditlån. Bankernes formidling af de forskellige ydelser til kunderne har stor økonomisk betydning for bankernes samlede indtjening og påvirker også konkurrenceforholdene på de tilstødende markeder for fx realkredit og investeringsbeviser mv.

3.2 Koncentrationen på bankmarkedet

Antallet af banker er faldet gennem en årrække. Samtidig er markedskoncentrationen steget. *Markedskoncentrationen* måler, hvorvidt markedet, fx målt ved udlån, er koncentreret på få eller mange banker.

Som et koncentrationsmål benyttes ofte Herfindahl-Hirschman-indekset (HHI). Dette indeks, som måler summen af virksomhedernes kvadrerede markedsandele, bruges bl.a. i fusionskontrollen til at give en indikation af, om en fusion mellem to virksomheder potentielt kan svække konkurrencen betydeligt, jf. bilag 1. Generelt er der tale om et meget koncentreret marked, hvis HHI er større end 2.000 og et moderat koncentreret marked, hvis HHI er mellem 1000 og

2000.⁴⁷ Disse 'tærskler' skal dog tolkes forsigtigt i denne analyse, idet koncentrationen er opgjort på brancheniveau og ikke ved at afgrænse konkrete markeder.

Koncentrationen i banksektoren måles ofte med afsæt i den *arbejdende kapital* i bankerne, der er summen af indlån, udstedte obligationer, efterstillede kapitalindskud og egenkapitalen. I opgørelsen er der korrigeret for større bankers udenlandske aktiviteter (dvs. deres arbejdende kapital er nedjusteret i overensstemmelse hermed). Baseret på dette mål er koncentrationen relativt høj, dvs. et stykke over 2000, jf. figur 3.1(a). Koncentrationen er desuden steget væsentligt fra et niveau omkring 1.800 i 2010 til omkring 2.350 i 2019. Der er dermed tale om et forholdsvis koncentreret marked, når arbejdende kapital bruges som koncentrationsmål.

Koncentrationsmål baseret på den arbejdende kapital tager udgangspunkt i den samlede forretning for bankerne under dansk tilsyn.⁴⁸ Dette afspejler ikke nødvendigvis den koncentration, som kendetegner markedet for privatkunder i Danmark, da bankerne under dansk tilsyn også har en række andre forretningsområder, fx salg til erhvervs-kunder. Derudover er der banker under udenlandsk tilsyn, som opererer i Danmark.

Koncentrationen er derfor også beregnet med afsæt i udlån til privatkunder og privatkunders indlån i bankerne. For bankernes udlån til private (som de selv finansierer på egen balance) er koncentrationen noget mindre – under 1000. HHI for udlån er faldet siden 2010, og i 2019 er den omtrent 850, jf. figur 3.1(a).

Koncentrationen for indlån til private er større end for udlån med et HHI på mere end 1.500 i hele perioden fra 2007-2016 og med en svagt vigende tendens i årene efter.

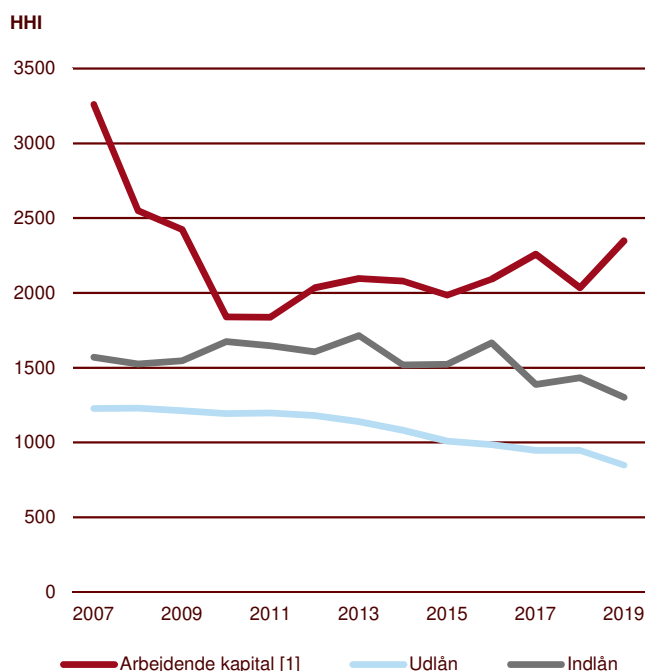
Ud over at låne penge i banken, er der også mange forbrugere, som har lånt penge til deres bolig på realkreditmarkedet. På realkreditmarkedet er koncentrationen betydeligt højere end på bankmarkedet, jf. figur 3.1(b). Danske Bank, Nordea og Jyske Bank ejer hver sit realkreditinstitut, mens de øvrige banker stort set alle har en formidlingsaftale med Totalkredit, der er ejet af Nykredit. For det samlede udlån, som formidles af bankerne – dvs. både realkredit og lån på egen balance – er HHI ca. 1800. Det bemærkes, at HHI-beregningerne for det samlede udlån ikke tager højde for, at nogle banker er koncernforbundet med et realkreditinstitut, og dermed er HHI undervurderet.

⁴⁷ På typiske markeder anvendes omsætning som mål, når HHI beregnes. Men på finansielle markeder er der ikke tale om en omsætning i traditionel forstand, hvorfor HHI kan beregnes ved hjælp af andre mål. Her anvendes arbejdende kapital, udlån og indlån.

⁴⁸ Nordea Bank medtages, selvom denne ikke længere er under dansk tilsyn.

Figur 3.1 Koncentrationsindeks

(a) HHI for arbejdende kapital, udlån og indlån for private

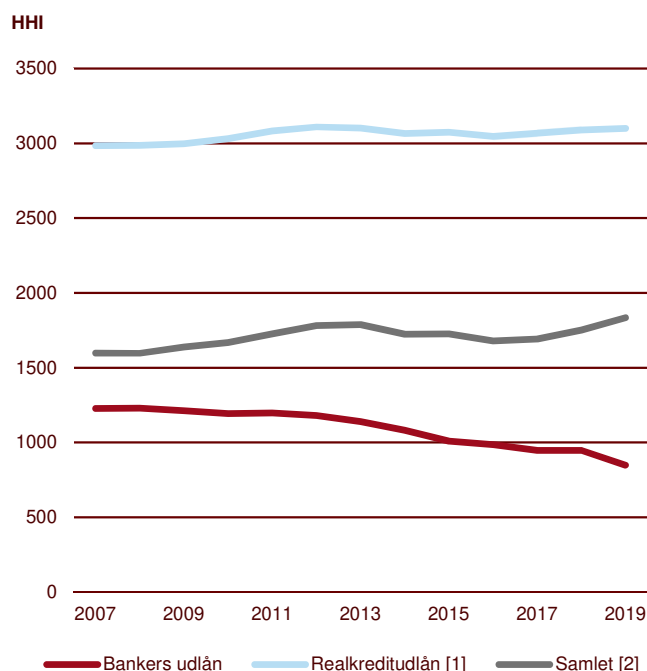


Note 1: Den arbejdende kapital er defineret som summen af indlån, udstedte obligationer, efterstillede kapitalindskud samt egenkapitalen. Den arbejdende kapital for Danske Bank er skønsmæssigt korrigeret for udenlandsk aktivitet. Det er gjort med forholdet mellem deres indtægter fra Banking DK og summen af indtægter fra Banking DK og Banking Nordic.

Anm.: Nordea udgår fra datasættet for arbejdende kapital fra og med 2017, så deres markedsandele fra 2016 fastholdes de resterende perioder.

Kilde: Egne beregninger på data fra Finanstilsynet (arbejdende kapital) samt egne beregninger på data fra Danmarks Statistiks forskerdatabase.

(b) HHI for udlån på bankmarkedet og realkreditlån



Note 1: Kategorien "Realkreditudlån" viser koncentrationen på realkreditmarkedet for lån til privatforbrugere.

Note 2: Kategorien "Samlet" viser HHI, hvor banker og realkreditinstitutter er opgjort som selvstændige virksomheder til trods for at nogle banker er koncernforbundet med et realkreditinstitut.

Anm.: Nordea udgår fra datasættet for arbejdende kapital fra og med 2017, så deres markedsandele fra 2016 fastholdes de resterende perioder.

Kilde: Egne beregninger på data fra Finanstilsynet (arbejdende kapital) samt egne beregninger på data fra Danmarks Statistiks forskerdatabase.

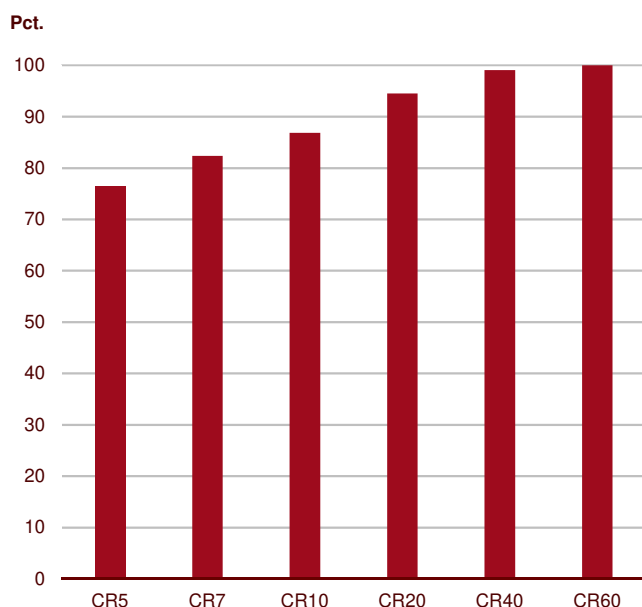
Copenhagen Economics har for Finans Danmark beregnet et koncentrationsmål for banker til brug for sammenligning med en række europæiske lande. Her fremgår det, at koncentrationen i Danmark ligger forholdsvist højt sammenlignet med udlandet.⁴⁹ Tallene for ind- og udlån i figur 3.1 indeholder kun privatkunders lån, mens Copenhagen Economics' analyse også indeholder erhvervslån.

Det danske bankmarked er således præget af få store og mange mindre aktører. De fem største banker har samlet set mere end 75 pct. af den samlede arbejdende kapital, jf. figur 3.2(a). Danske Bank er klart den største bank i Danmark efterfulgt af Nordea og Jyske Bank, jf. figur 3.2(b).

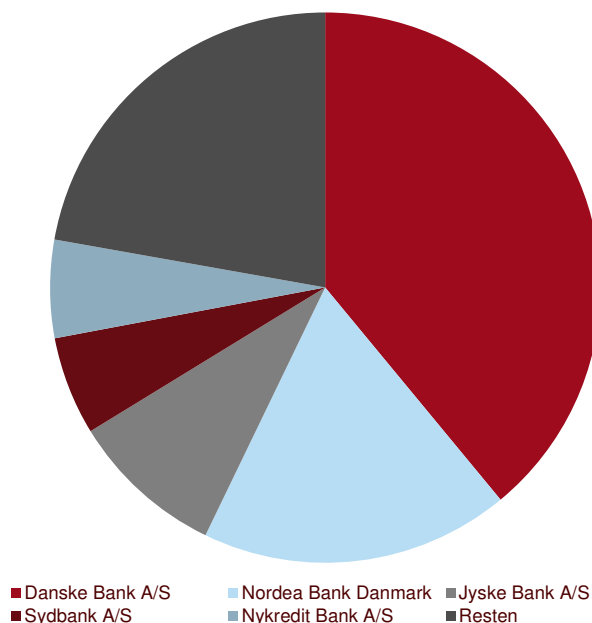
⁴⁹ Se figur 3 i *Konkurrencen i den danske banksektor*, sammenfatningsrapport, Copenhagen Economics for Finans Danmark d. 11. august 2021.

Figur 3.2 Koncentration i arbejdende kapital, 2019

(a) Koncentrationsratio for de 5-60 største banker



(b) Størrelsesfordelingen mellem danske banker



Anm.: Da Nordea Bank Danmark er udgået af datasættet, er deres markedsandel fra 2016 fastholdt. Den arbejdende kapital for Danske Bank er skønsmæssigt korrigeret for udenlandsk aktivitet. Det er gjort med forholdet mellem deres indtægter fra Banking DK og summen af indtægter fra Banking DK og Banking Nordic i 2019.

Kilde: Egne beregninger baseret på data fra Finanstilsynet.

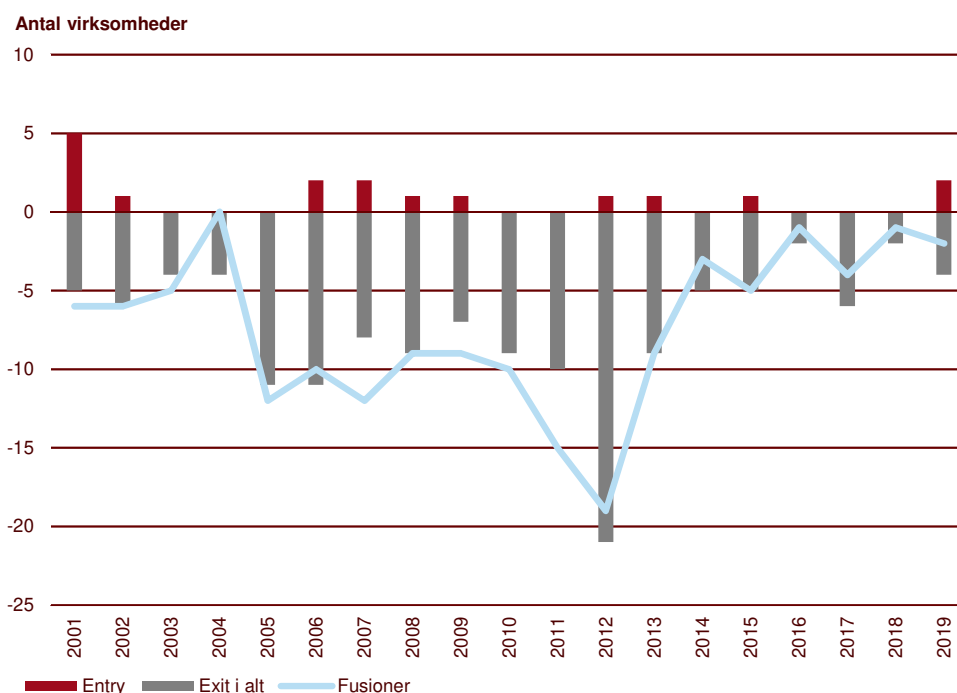
Overordnet er det danske bankmarked således kendetegnet ved høj koncentration, særligt når realkredit medtages i opgørelsen. Målt på indskud/indlån i bankerne er der tale om et moderat koncentreret marked. De udlån, som bankerne finansierer på egen balance, er derimod ikke i samme grad koncentreret på få aktører.

3.3 Markedsdynamik

Over de senere år er der indtrådt ganske få nye virksomheder på det danske bankmarked, mens et betydeligt antal er opkøbt/fusioneret og derfor ikke længere optræder selvstændigt på markedet, jf. figur 3.3.

Udviklingen i antallet af banker er således i høj grad drevet af fusionsaktivitet, dvs. at en bank er opkøbt af en anden eksisterende bank.

Figur 3.3 Entry og exit på bankmarkedet



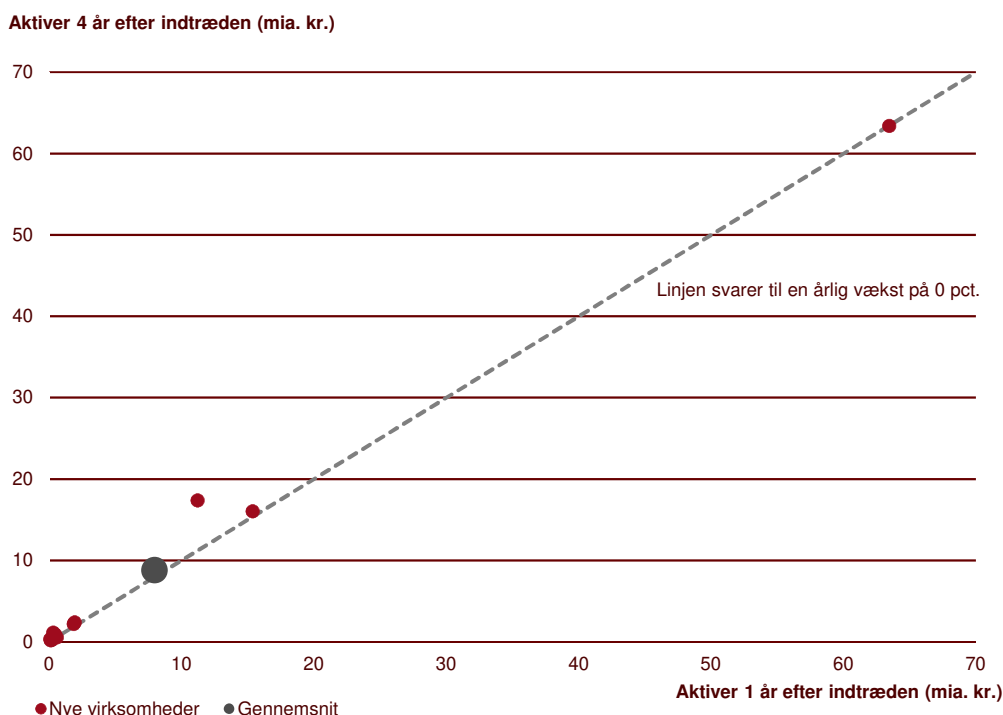
Anm.: Der er ikke nødvendigvis perfekt tidsmæssigt overlap mellem hændelserne i figuren. En virksomhed kan være fusioneret et givent år, men først udtræde af registrene året efter.

Kilde: Egne beregninger baseret på data fra Finanstilsynet og tal fra Finans Danmarks overblik "Banker igennem tiderne".

Både de virksomheder, der udtræder af bankmarkedet (fx pga. fusioner) og dem, der træder ind på bankmarkedet, er forholdsvis små sammenlignet med en gennemsnitlig bank. For de nye banker er væksten desuden begrænset i de første år, jf. figur 3.4. Fire år efter indtræden er størrelsen på bankernes aktiver stort set uændrede. Det indikerer, at der kan være nogle mekanismer, der begrænser dynamikken, således at nye aktører har vanskeligt ved at vinde indpas og tiltrække markedsandele fra de øvrige aktører.

På markeder med effektiv konkurrence vil virksomhederne konkurrere om kunder og markedsandele. Nye aktører vil ofte komme ind på markedet og udfordre de etablerede virksomheder, som måske efterhånden helt må forlade markedet. Er konkurrencen på markedet svag, vil disse mekanismer ikke virke i særlig høj grad. Man kan derfor forvente, at virksomhedernes markedsandele er mere stabile i markeder, der ikke er præget af effektiv konkurrence.

Figur 3.4 Bankers aktiver 1 og 4 år efter indtræden på bankmarkedet (2001-2019)



Kilde: Egne beregninger baseret på data fra Finanstilsynet.

Mobiliteten i markedsandele kan således give et billede af dynamikken på et marked. Mobiliteten i markedsandele måles ved hjælp af et mobilitetsindeks. Indekset har værdien 0 på et helt statisk marked, hvor alle virksomhederne fastholder deres markedsandel fra et år til det næste, mens indekset har værdien 100, hvis alle markedsandele 'skifter hænder'. Det vil sige, at ingen af de virksomheder, der var på markedet i år 1, vil være til stede på markedet i år 2. Indekset er altså et mål for, hvor store markedsandele der flytter sig mellem virksomheder fra det ene år til det andet.⁵⁰ Indekset er beskrevet nærmere i bilag 2.

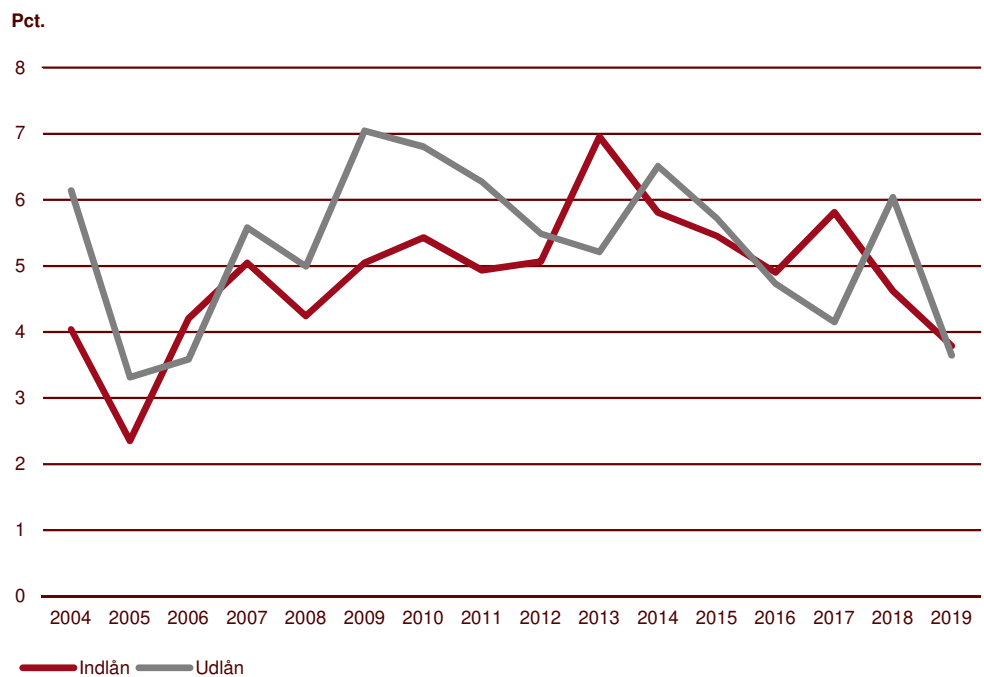
Mobiliteten i markedsandele på bankmarkedet er beregnet på baggrund af markedsandele for hhv. bankernes udlån – eksklusive realkredit – og indlån til privatkunder. Den beregnede mobilitet i markedsandele har ligget mellem 3 og 7 pct. for udlån og mellem 2 og 7 pct. for indlån i perioden fra 2004 til 2019, jf. figur 3.5. Mobiliteten i markedsandele på bankmarkedet er lavere end den tilsvarende mobilitet i markedsandele i advokatbranchen på mellem 8 og 11 pct.

⁵⁰ En situation hvor virksomheder konkurrerer om kunder og der sker skift frem og tilbage, kan også resultere i stabile markedsandele, hvis de markedsandele som de må afgive til andre virksomheder er lige så store som dem de markedsandele, de vinder.

Advokatbranchen er også kendetegnet ved at sælge komplicerede og tillidsbaserede produkter.⁵¹ Bankvirksomhederne formår altså i højere grad at fastholde deres markedsandele år efter år.

En vis del af mobiliteten i markedsandele skyldes banker, som opkøber en anden eller dele af en anden bank. Der er i disse tilfælde ikke tale om, at kunder i en bank aktivt vælger at flytte til en mere attraktiv bank. I gennemsnit er det dog kun en lille del af den beregnede mobilitet i markedsandele, der skyldes opkøb.

Figur 3.5 Mobilitet i markedsandele for ind- og udlån



Anm.: Mobilitetsmålet viser, hvor store markedsandele der flytter sig mellem virksomheder fra det ene år til det andet. For beskrivelse af beregningen henvises til bilag 2.

Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks forskerdatabase.

3.4 Internationale sammenligninger af konkurrencen

Konkurrencen på bankmarkedet er også undersøgt i en række videnskabelige artikler, hvor Danmark indgår. Artiklerne giver en indikation af konkurrencen på det danske bankmarked sammenlignet med andre lande. Studierne ser bl.a. på, hvordan den prisadfærd bankerne udviser, ændres, når markedsforholdene ændrer sig.

⁵¹ Se Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2021). Konkurrencen i advokatbranchen.

Analyserne inddrager Lerner-indekset, H-statistikken og den såkaldte Boone-indikator, der alle på forskellig vis analyserer, hvordan priser eller profit reagerer på ændringer i omkostningerne. De forskellige mål er kort beskrevet i boks 3.1.

Boks 3.1
Beskrivelse af H-statistikken, Lerner-indekset og Boone-indikatoren

H-statistikken er et mål for graden af konkurrence på bankmarkedet. Den måler elasticiteten af bankernes omsætning med hensyn til deres inputpriser (dvs. hvor mange procent omsætningen ændres, hvis inputpriser ændres 1 pct.). Under perfekt konkurrence vil en stigning i inputpriser øge marginalomkostningerne og omsætning i samme omfang og dermed vil H-statistikken være 1. Hos en profitmaksimerende monopolist vil en stigning i inputpriser betyde, at marginalomkostningerne stiger, mens output og omsætning vil falde, hvilket medfører en H-statistik, der er 0 eller negativ. Er graden af konkurrence et sted mellem perfekt konkurrence og monopol vil H-statistikken være mellem 0 og 1. Det er dog muligt, at H-statistikken er over 1 på visse typer oligopolistiske markeder.

Lerner-indekset er et mål for markedsmagt og måler, hvor meget en virksomhed sætter sine priser over marginalomkostningerne. Jo højere en værdi Lerner-indekset har desto højere kan en virksomhed sætte priserne i forhold til marginalomkostningerne, og desto mere markedsmagt har den. Konkret vil et Lerner-indeks nær 1 betyde, at næsten hele prisen er avance, mens et indeks på 0 betyder, at prisen svarer til marginalomkostningerne.

Boone-indikatoren er også et mål for graden af konkurrence på bankmarkedet. Det er beregnet som elasticiteten af bankernes profit i forhold til deres marginalomkostninger, dvs. indikatoren er forventeligt negativ, og jo mere negativ Boone-indikatoren er desto højere grad af konkurrence.

Konklusionerne i de analyser, der anvender Lerner-indekset og H-statistikken peger på, at konkurrencen på det danske bankmarked er relativt begrænset sammenlignet med de øvrige lande, jf. tabel 3.1. Resultaterne fra analyser, som fokuserer på Boone-indikatoren, er mere blandede. En artikel finder en relativt dårlig placering for Danmark, mens Verdensbanken placerer Danmark som det mest konkurrencebetonede land.

Sammenligninger på tværs af lande skal altid foretages varsomt, fordi der kan være underliggende strukturelle forskelle, der påvirker sammenligningen. Fx er boliglån i flere sammenligningslande en stor del af bankernes udlånsforretning, mens realkreditlån fylder meget i Danmark. Realkreditlån prissættes af realkreditinstitutterne, men formidles af bankerne mod en provision. Realkredit indgår sandsynligvis ikke i beregningerne for Danmark i tabel 3.1, hvilket kan have betydning for sammenligningen.

Tabel 3.1 Danmarks placering i internationale sammenligninger af konkurrencen på bankmarkedet

Studie	Mål	Værdi for DK	Placering for DK	Antal lande	Periode
Bikker og Haaf (2002)		0,34	21	21	1990-1998
Claessens og Laeven (2004)		0,5	46	46	1994-2001
Carbo et al. (2009)		0,61	10	14	1995-2001
Casu og Girardone (2006)	H-statistik	0,05	14	15	1997-2003
Cihák et al. (2010)		0,5	34	38	1980-2003
Cihák og Schaeck (2013)		0,31	10	10	1995-2005
Verdensbanken (2019)		0,58	8	10	2014
Carbo et al. (2009)		0,22	14	14	1995-2001
Fernandez de Guevara og Maudos (2007)	Lerner-indeks	0,21	12	15	1993-2002
Bect et al. (2013)		0,19	73	79	1994-2009
Verdensbanken (2019)		0,32	8	10	2014
Cihák og Schaeck (2013)	Boone-indikator	-0,031	7 (delt)	10	1995-2005
Verdensbanken (2019)		-0,07	1	10	2014

Note 1: Følgende andre lande er udvalgt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen fra Verdensbankens database: Norge, Sverige, Storbritannien, Tyskland, Holland, Italien, Frankrig, Belgien og Østrig. Danmarks placering skal ses i forhold til disse lande.

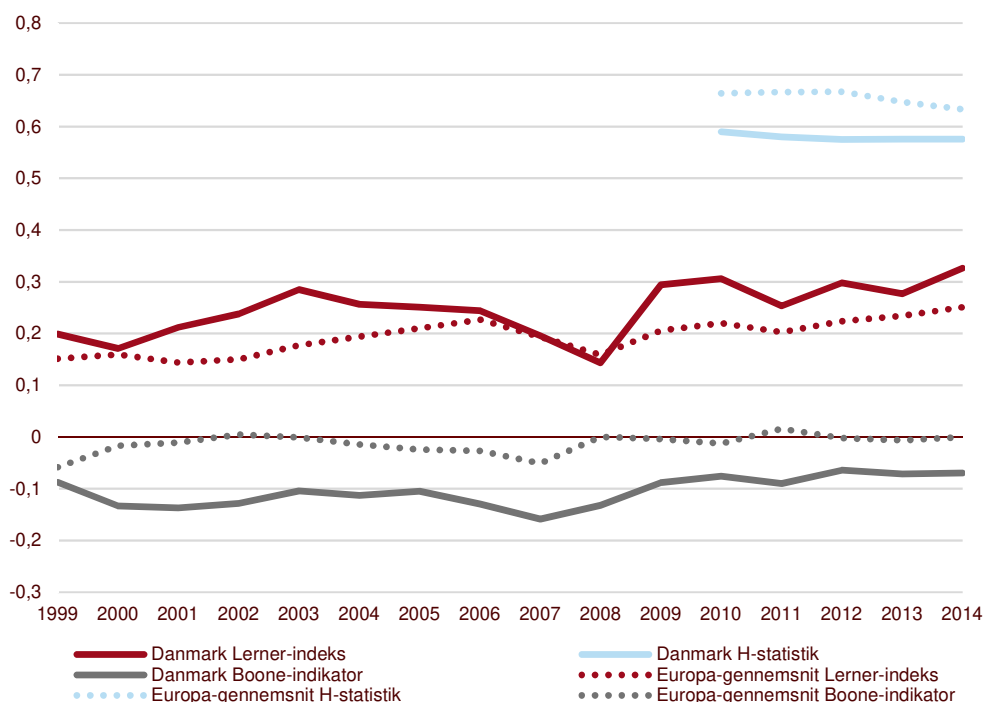
Anm.: En højere værdi af H-statistikken betyder en mere effektiv konkurrence, mens en lavere værdi af Lerner-indekset og Boone-indikatoren betyder en mere effektiv konkurrence. Det bemærkes, at den analyserede periode ligger forholdsvist langt tilbage for flere af de viste analyser.

Kilde: De akademiske artikler stammer fra: Konkurrencen på det danske bankmarked, Nicolai Kaarsen, Finanskrisekommissionen, Kraka, 2014. "Verdensbanken" er fra The World Bank, Global Financial Development Database (2019).

Verdensbanken offentliggør H-statistikken, Lerner-indekset og Boone-indikatoren for en år-række for en række lande.⁵² Verdensbankens database indeholder kun data til og med 2014. Lerner-indekset og Boone-indikatoren viser en svag vækst, mens H-statistikken viser en svagt vigende tendens, jf. figur 3.6. Samlet set peger disse indikatorer på en mindre forringelse af konkurrencen i den viste periode.

⁵² Se World Bank Global Financial Development Database.

Figur 3.6 Internationale konkurrenceindikatorer



Anm.: Det europæiske gennemsnit er et simpelt gennemsnit af landene Norge, Sverige, Storbritannien, Tyskland, Holland, Italien, Frankrig, Belgien og Østrig. En højere værdi af H-statistikken betyder en mere effektiv konkurrence, mens en lavere værdi af Lerner-indekset og Boone-indikatoren betyder en mere effektiv konkurrence.

Kilde: The World Bank, Global Financial Development Database (2019).

Overordnet giver analyser med fokus på Lerner-indeks og H-statistikken et rimeligt konsistent billede af konkurrencen på de forskellige bankmarkeder. Målt på Lerner-indeks og H-statistik er der således en relativt høj korrelation i landenes indbyrdes konkurrencemæssige placering, jf. tabel 3.2. Derimod er der en tendens til, at Boone-indikatoren rangordner landene anderledes end de øvrige indikatorer.

Tabel 3.2 Korrelation mellem konkurrence indikatorer

	CR5	CR3	Lerner	H	Boone
CR5	1,00				
CR3	0,93	1,00			
Lerner	0,61	0,56	1,00		
H	0,66	0,61	0,66	1,00	
Boone	0,04	0,08	-0,26	-0,22	1,00

Anm.: Korrelationen er beregnet mellem den indbyrdes placering af landene Danmark, Norge, Sverige, Storbritannien, Tyskland, Holland, Italien, Frankrig, Belgien og Østrig. Inden beregningen af korrelationerne er de indbyrdes placeringer for H-statistikken 'vendt om', således at jo mere positiv korrelationen er, jo mere ensartet rangordnes landene

Kilde: Egne beregninger baseret på The World Bank, Global Financial Development Database (2019).

3.5 Effektivitet og priser på bankmarkedet

Danske bankers driftsomkostninger i forhold til samlede aktiver ligger forholdsvis lavt, når der sammenlignes med en række EU-lande, jf. figur 3.7.

En del af forklaringen kan være, at de danske banker er forholdsvis langt fremme for så vidt angår digitalisering.⁵³ Det betyder, at en række processer er blevet lettere og mindre mand-skabstunge.

Danmark er et relativt digitaliseret samfund, hvor mange oplysninger samles og kan hentes digitalt via forskellige registre, såsom e-skat. Det er med til at skabe grobund for digital udvikling af bankernes ydelser, fx digitalisering af låneproces og kreditvurdering.

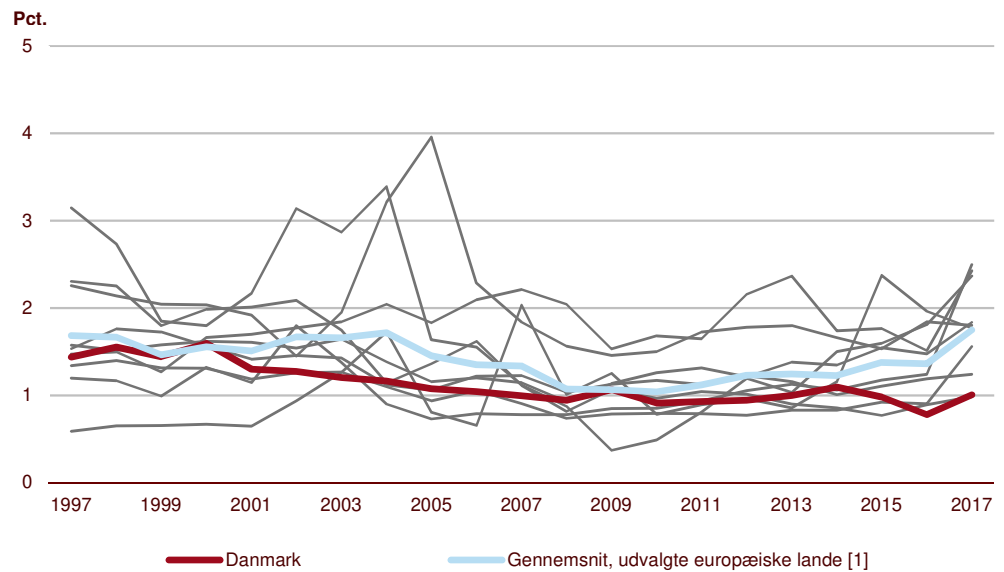
Niveauet for driftsomkostninger skal også ses i lyset af, at danske bankkunder har relativt store engagementer igennem deres bank i form af boligfinansiering, formueforvaltning mv. Fx er mængden af udlån forholdsvis stor i Danmark.⁵⁴ Det vil medføre, at aktivmassen pr. kunde er større i Danmark, hvilket kan give nogle skalafordele som andre lande har sværere ved at realisere. Desuden kan der være forskelle i forretningsmodeller på tværs af lande, som har betydning for sammenligning af niveauerne.

For Danmark har driftsomkostningerne som andel af aktivmassen været relativt stabil de senere år, jf. figur 3.7.

⁵³ Se temaet *Det digitale samfund* på Finans Danmarks hjemmeside.

⁵⁴ Se Økonomisk Ugebrev Finans, nr. 16/2021, artiklen Finans Danmark: Vi har ikke lav effektivitet.

Figur 3.7 Driftsudgifter i forhold til aktiver



Note 1: Gennemsnittet er et simpelt gennemsnit af landene Danmark, Norge, Sverige, Storbritannien, Tyskland, Holland, Italien, Frankrig, Belgien og Østrig. De grå streger repræsenterer de lande, der indgår i gennemsnittet. Det er Storbritannien og Italien, der ligger forholdsvis højt i årene før finanskrisen.

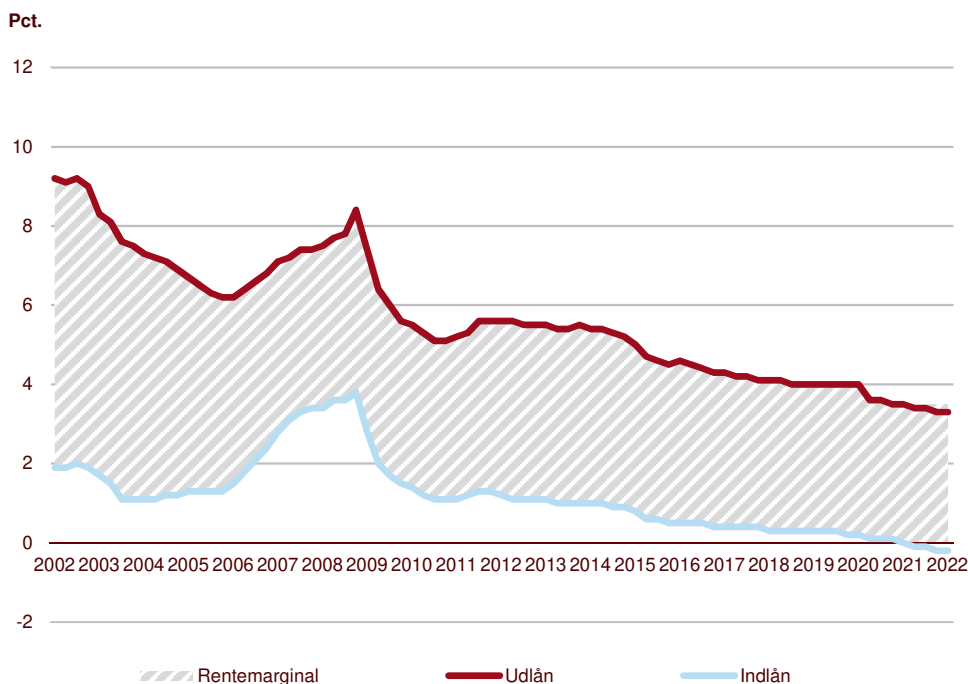
Kilde: The World Bank, Global Financial Development Database (2019), indikatoren GFDD.EI.04.

Rentemarginalen i Danmark

Bankernes udlåns- og indlånsrente er faldet væsentligt over de seneste 20 år, jf. figur 3.8. Det er sket sideløbende med et faldende internationalt renteniveau. Rentemarginalen, dvs. forskellen mellem udlåns- og indlånsrente, faldt i årene frem til finanskrisen, hvorefter den har været mere stabil om end med en vigende tendens. Siden 2007 er rentemarginalen samlet faldet fra ca. 4 pct. til ca. 3,5 pct. Den faldende rentemarginal medfører isoleret set pres på indtjeningen, men skal dog ses i lyset af, at bankernes nedskrivninger i de seneste år har været lave⁵⁵, samt at bankernes indtægter fra andre kilder end renter, bl.a. gebyrer, har været stigende, jf. afsnit 3.10. Bankerne har også væsentlige udlån til virksomheder. Her følger udlånsrenten i høj grad udviklingen i udlånsrenten til private, men ligger dog på et lavere niveau (omkring 2 procentpoint lavere).

⁵⁵ Med undtagelse af 2020, hvor Covid-19-krisen medførte en stigning i nedskrivningerne. Bankernes regnskaber for første halvår af 2021 tyder dog på, at dette var en midlertidig effekt, jf. også afsnit 3.9 og 3.10.

Figur 3.8 Gennemsnitlig rentemarginal i pengeinstitutter for privatkunder



Anm.: Rentemarginalen er beregnet som forskellen på den gennemsnitlige betalte rente på udlån og den gennemsnitlige udbetalte rente på indlån. Renterne er for indenlandske husholdninger.

Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks register MPK18.

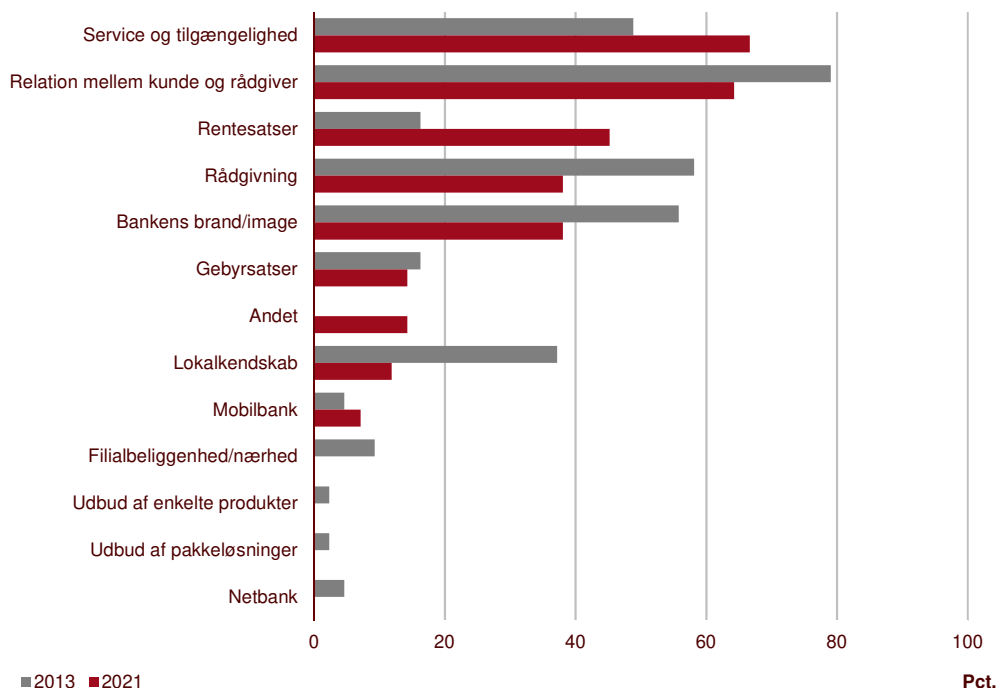
3.6 Service og tilgængelighed er væsentlige konkurrenceparametre

Spørgeskemaundersøgelsen til bankerne peger på, at service og tilgængelighed er afgørende konkurrenceparametre, jf. figur 3.9. Desuden ser disse parametre ud til at være blevet mere væsentlige over de seneste ti år. Samtidig spiller relationen mellem kunde og bankrådgiver en vigtig rolle. Omvendt opfattes filialbeliggenhed og produktudbuddet ikke som en afgørende konkurrencemeter. Det sidstnævnte kan afspejle, at produktudbuddet ofte er ret ensartet i forskellige banker.

Rentesatser opfattes af knap halvdelen af bankerne som en central konkurrenceparameter. Det er væsentligt mere end i analysen fra 2013, hvor kun 15 pct. pegede på rente- og gebyrsatser, som væsentlige konkurrenceparametre. Det kan blandt andet afspejle et øget fokus på renter fra forbrugernes side i lyset af overgangen til negative renter i 2019.

Bankens brand spiller en central rolle som konkurrenceparameter. Det understøttes af, at en del kunder også ser brand som en vigtig egenskab, når de vælger bank. I 2013 vægtede brand lidt mere, måske bl.a. påvirket af finanskrisen.

Figur 3.9 Bankernes vurdering af de vigtigste konkurrenceparametre



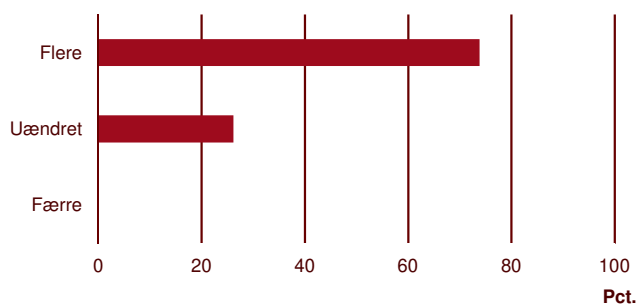
Anm.: Spørgsmålet er: "Angiv op til 3 konkurrenceparametre, som efter bankens vurdering er de vigtigste i konkurrencen med andre banker i forhold til privatkunder", n (2013)=43, n (2021)=42. I 2021 har respondenterne kunne angive tre konkurrenceparametre. I 2013 har respondenterne kunne angive flere end tre. I alt angives 144 konkurrenceparametre i 2013 mod 126 i 2021. Svarfordelingen er derfor tilstrækkeligt ens. Bemærk, at de fire nederste svarmuligheder også indgik i undersøgelsen i 2021, men ingen banker har sat kryds ved dem.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey blandt danske banker, 2021, samt Konkurrencen på bankmarkedet for privatkunder, 2013, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

Flere banker oplever, at konkurrencen om kunderne er blevet mere intens over de senere år. Således svarer godt 70 pct. af bankerne, at der over de seneste fem år er flere kunder, der skifter bank og flere kunder, der har konti i flere forskellige banker, jf. figur 3.10. Bankernes oplevelse af kundemobiliteten tegner et lidt andet billede end den faktisk observerede mobilitet, som har været stort set uændret siden 2005, jf. kapitel 5.

Figur 3.10 Bankernes oplevelse af konkurrencen om kunderne

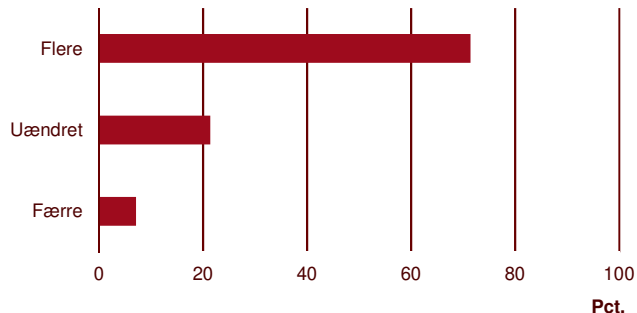
(a) Bankers oplevelse af udviklingen i kundemobilitet de seneste fem år



Anm.: Spørgsmålet er: "Er det jeres vurdering, at der er flere eller færre forbrugere, der i dag skifter bank i forhold til for fem år siden? Med bankskifte menes her, at en kunde flytter sin primære lønkonto (NemKonto) til en anden bank", n=42.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey blandt danske banker, 2021.

(b) Bankers oplevelse af udviklingen i kunder med konti i flere banker de seneste fem år



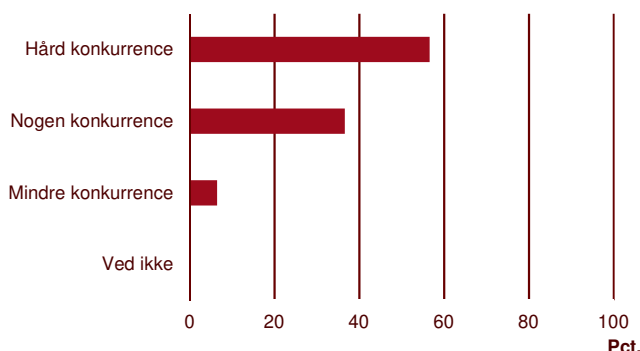
Anm.: Spørgsmålet er "Er det jeres vurdering, at der i dag er flere eller færre kunder end for fem år siden, der har konti i forskellige banker?", n=42.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey blandt danske banker, 2021.

Det er bankrådgiverne, der har den direkte kundeforhold i bankerne. Finansforbundet har i 2021 gennemført et survey blandt bankrådgivere. Undersøgelsen spørger bl.a. ind til rådgivernes oplevelse af konkurrencesituationen. Her vurderer knap 60 pct. af rådgiverne, at der er hård konkurrence imellem bankerne, jf. figur 3.11 (a). Rådgiverne svarer også, at konkurrencen mellem banker om kunderne generelt er blevet hårdere over de seneste tre år. Over 70 pct. af bankrådgiverne mener således, at konkurrencen er intensiveret. Samtidig oplever størstedelen af rådgiverne, at der enten er nogen eller hård konkurrence, jf. figur 3.11 (b).

Figur 3.11 Bankrådgiveres oplevelse af konkurrencen mellem banker

(a) Bankrådgivers oplevelse af konkurrencen med andre banker i deres arbejde



Anm.: n=1227.

Kilde: Finansforbundets survey blandt danske bankrådgivere, 2021.

(b) Bankrådgivers oplevelse af udviklingen i konkurrencen med andre banker de seneste tre år



Anm.: n=1224.

Kilde: Finansforbundets survey blandt danske bankrådgivere, 2021.

3.7 Lønpræmier på bankmarkedet

Svag konkurrence mellem virksomhederne på et marked, kan give sig udslag i en overnormal indtjening. Hvis virksomhedernes ejere og lønmodtagerne i branchen 'deler' denne overnormale indtjening (såkaldt *rent sharing*), kan lønniveauet også være højere, end hvad der er normalt i en situation med velfungerende konkurrence. Lønniveauet i en branche kan derfor give en indikation af, hvor effektiv konkurrencen er i branchen.

Forskellen i lønniveauet mellem brancher kan dog især henføres til, at visse brancher efterspørger eller tiltrækker arbejdskraft med særlige karakteristika, som får en højere aflønning. Det kan fx være personer med et højt uddannelsesniveau. Det er derfor relevant at undersøge, om lønniveauet i bankerne⁵⁶ er højere eller lavere end den løn, som personer med de samme egenskaber og forudsætninger m.v. tjener i en anden branche. Hvis en person tjener mere i en bank, end en person med de samme egenskaber og forudsætninger ville tjene i andre brancher, så taler man om, at der i sektoren er en *lønpræmie*. En høj lønpræmie kan være en indikation af, at konkurrencen ikke er velfungerende

Beregningen af lønpræmien tager udgangspunkt i en antagelse om, at en persons løn er bestemt af en række personspecifikke forhold, herunder uddannelse, jobfunktion, alder, køn, familieforhold m.v. Ud over disse forklarende variable indgår også såkaldte branchedummies, som opfanger branchespecifikke lønforhold, efter der er korrigeret for kvalifikationer m.v.

Til analysen anvendes to modeltilgange, en lineær regressionsmodel som i Det Økonomiske Råd (2005)⁵⁷ og en fixed effects model som i Schaarup (2011). Begge metoder er beskrevet nærmere i bilag 5. Analyserne finder, at der på bankmarkedet er en af de højeste lønpræmier blandt brancher i Danmark. Lønpræmien i bankerne er således i topti blandt 128 forskellige brancher.⁵⁸ I fixed effects-modellen er lønpræmien i bankerne højere end de opgjorte lønpræmier i brancher som forsikring og pension, kreditforeninger og finansiel service.

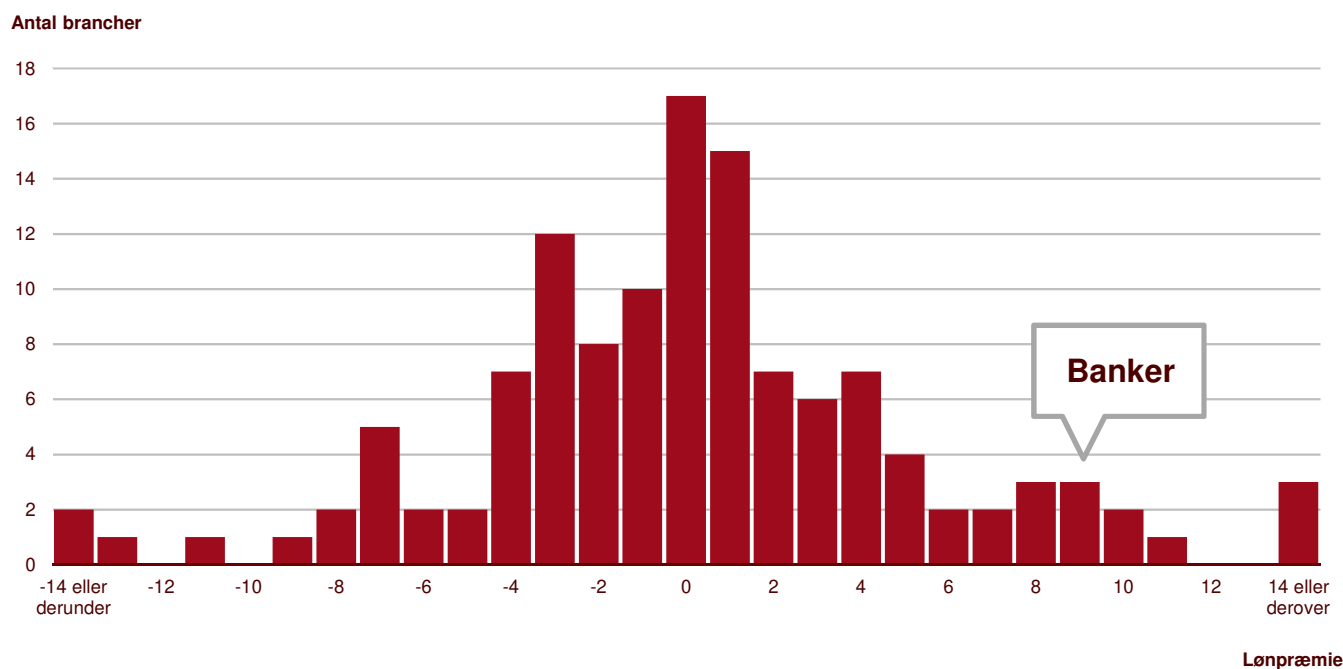
I den lineære regressionsmodel er lønpræmien 17 pct. højere end medianbranchen, det vil sige den branche, hvor der er præcis 50 pct. af brancherne, som har hhv. en lavere og en højere lønpræmie, når der korrigeres for målbare karakteristika, fx uddannelse, erhvervs erfaring og karaktergennemsnit. Lønpræmien estimeres til at være 9 pct. højere end medianbranchen ved brug af fixed effects-modellen, jf. figur 3.12. Det vil sige, at en gennemsnitlig lønmodtager i en bank får 9 pct. mere i løn, end personer med lignende, observerbare egenskaber og forudsætninger får i medianbranchen.

⁵⁶ Branchekoden for pengeinstitutter er anvendt i analysen.

⁵⁷ DØRs (2005) Estimation af lønpræmier.

⁵⁸ I analysens hovedmodel anvendes Danmarks Statistiks standardgruppering med et detaljeringsniveau på 127. Årsagen til, at der er 128 brancher skyldes, at gruppen "uoplyst aktivitet" også indgår i analysen.

Figur 3.12 Lønpræmier på tværs af brancher i forhold til medianbranchen (fixed effects), 2015-2018



Anm.: Estimatene for lønpræmierne er beregnet på baggrund af en fixed effects model og ses i forhold til medianbranchen, det vil sige den branche, hvor der er præcis 50 pct. af brancherne, som har hhv. en lavere og en højere lønpræmie. For yderligere detaljer henvises til bilag 5.

Kilde: Egne beregning baseret på Danmarks Statistiks forskerdatabase.

I en lineær regressionsmodel er der risiko for, at der er ikke-observerbare individualspecifikke karakteristika – både *tidsafhængige* og *tidsuafhængige* – der påvirker både den afhængige variabel (timelønnen) og en/eller flere af de forklarende variable (fx branchetilknytning). Det er udtryk for et såkaldt *endogenitetsproblem*. Estimatene i lønpræmieestimationerne vil i givet fald være biased enten nedad eller opad, alt afhængig af korrelationen med de ikke-observerbare karakteristika.

Ved brug af fixed effects kontrolleres der for *tidsuafhængige* ikke-observerbare forskelle, fx medfødte evner, som ikke opfanges fx af karaktergennemsnit fra gymnasiet. Metoden anses normalt som mere velegnet end den ovenfor nævnte metode, da den eliminerer den del af endogenitetsproblemet, der vedrører *tidsafhængige* ikke-observerbare karakteristika. Metoden indebærer imidlertid, at lønpræmien kun måles på baggrund af personer, der skifter branche i løbet af den betragtede periode. Det har således betydning for estimationen, hvilke brancher der skiftes mellem, og hvem der skifter. Hvis de estimerede lønpræmier i en fixed effect model skal fortolkes som lønpræmien for hele branchen, kræves således, at personerne, der skifter ud af og ind i branchen, er repræsentative for hele branchen (dvs. at lønpræmien estimeres pba. en tilfældig valgt stikprøve fra den samlede population). Selektion i brancheafgang og -tilgang kan derfor betyde, at der er systematisk forskel på de personer, der skifter ind, og de personer der skifter ud af en branche, hvilket vil påvirke skønnene. Endvidere gælder, at såfremt personerne primært skifter mellem brancher, der alle har et højt lønniveau, vil det påvirke resultatet i retning af at reducere den målte lønpræmie.

Både Finans Danmark og Nationalbanken har estimeret lønpræmier ved brug af en fixed effects modeltilgang.⁵⁹ Nationalbanken anvender en branchegruppering, hvor banker indgår selvstændigt og finder en lønpræmie på 10 pct. for årene 2000-2010. Finans Danmark finder, at lønpræmien i banksektoren og realkreditsektoren samlet set er 3-5 pct. for perioden 2009-2018. Den estimerede lønpræmie fra Finans Danmark er således baseret på en bredere branchegruppering, som også indeholder realkreditinstitutter, kreditforeninger m.v.

Til sammenligning er der gennemført en estimation med en bredere branchegruppering end i den tidligere nævnte model. Analysen med den bredere branchegruppering finder en lønpræmie på 6 pct. som er den 4. højeste blandt 36 brancher, som alle er bredere branchedefinitioner end i den ovenfor nævnte hovedmodel. Finans Danmark kontrollerer for virksomhedskarakteristika, fx virksomhedstørrelse. Der er dog en risiko for, at virksomhedstørrelse er korreleret med markedsmagt og dermed kan estimationen eliminere en del af en mulig lønpræmie, der kan skyldes dårlig konkurrence. Det skal også ses i lyset af, at lønpræmierne er højest i koncentrerede brancher, dvs. brancher, der er karakteriseret ved relativt store virksomheder. Der er samtidig tendens til, at lønpræmierne især tilfalder personer med bl.a. ledelsesarbejde.⁶⁰

En anden metode til at beregne lønpræmier på tværs af brancher er matching. Kraka Advisory anvender Coarsened Exact Matching, hvor personer i den finansielle sektor matches med personer uden for den finansielle sektor på baggrund af forskellige målbare karakteristika, fx uddannelsesniveau m.v. På denne måde sammenlignes lønniveauet for sammenlignelige personer i og uden for den finansielle sektor. Kraka Advisory finder en lønpræmie i den finansielle sektor på 9 pct. i 2018 og at den har været relativt konstant siden 2008⁶¹. Matching kræver ikke antagelser om den funktionelle form, men omvendt tages der ved denne metode ikke højde for det førnævnte endogenitetsproblem. Med andre ord kontrolleres der ikke for uobserverbare tidsafhængige og -uafhængige karakteristika.

3.8 Bankernes indtjening

Hvis konkurrencen på et marked er svag, kan det bl.a. føre til højere priser, hvilket kan afspejle sig i en vedvarende overnormal indtjening for virksomhederne på markedet. Indtjeningen måles ofte ved *egenkapitalforrentningen*, da denne afspejler, hvor meget ejerne af virksomheden får forrentet den kapital, de stiller til rådighed i virksomheden.

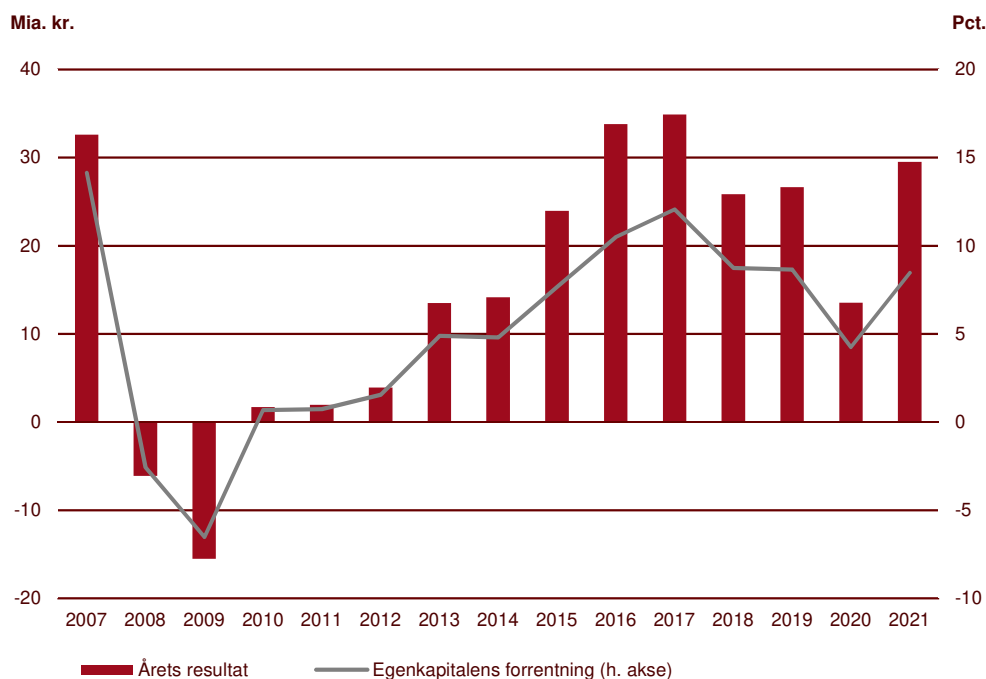
Den finansielle krise medførte et stort fald i egenkapitalforrentningen efter nogle år med højt afkast, jf. figur 3.13. I årene derefter skete en gradvis genopretning af sektoren bl.a. med statslige støtteindgreb. Siden 2015 og frem til begyndelsen af Covid-19-krisen i 2020 har egenkapitalforrentningen været på 8-12 pct. Faldet i forrentning i 2020 skal ses i lyset af ekstraordinære nedskrivninger, som dog næppe realiseres fuldt ud i lyset af den kraftige genopretning af økonomien og stigningen i ejendomspriserne gennem 2020. I 2021 er egenkapitalforrentningen igen forøget.

⁵⁹ Se Nationalbankens kvartalsoversigt 4. kvartal 2013 og Finans Danmark (2021), Lønningerne i den danske banksektor er på niveau med det øvrige erhvervsliv.

⁶⁰ Jf. artiklen *Konkurrence øger velstanden og kan reducere formue- og indkomstforskelle*, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, 2022.

⁶¹ Kraka Advisory (2021). Analyse af lønpræmien i den finansielle sektor.

Figur 3.13 Årets resultat og egenkapitalens forrentning for banksektoren



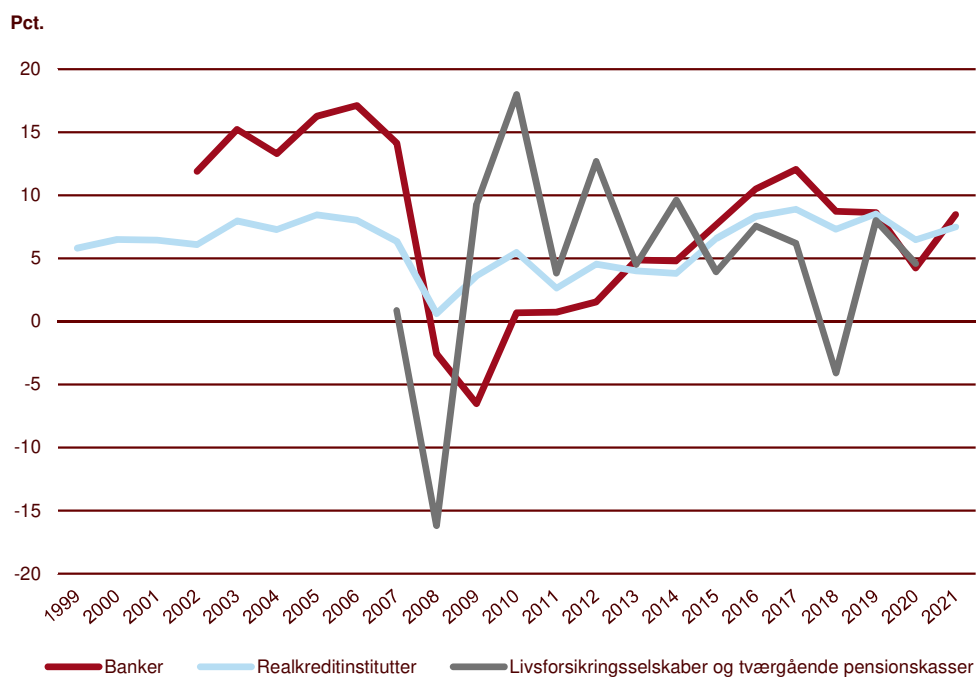
Anm.: Årets resultat og egenkapitalens forrentning er efter skat.

Kilde: Finanstilsynet.

Egenkapitalens forrentning har siden 2015 været højere for banker end fx realkredit og livsforsikring, jf. figur 3.14. Dette gjorde sig også gældende før finanskrisen, mens bankerne havde en lavere forrentning af egenkapitalen i årene 2009-2012. I sammenligningen af egenkapitalforrentningen er det vigtigt at tage højde for, at der er forskel på risikoen i banker og andre finansielle virksomheder. Generelt er det vurderingen, at den systematiske risiko ved at have ejerandele i banker er højere end fx realkreditinstitutter. Det trækker i retning af et højere forventet afkast af ejerandele i en bank.⁶²

⁶² Se Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2020). Realkredit og Prioritetslån.

Figur 3.14 Egenkapitalens forrentning for pengeinstitutter og andre finansielle brancher

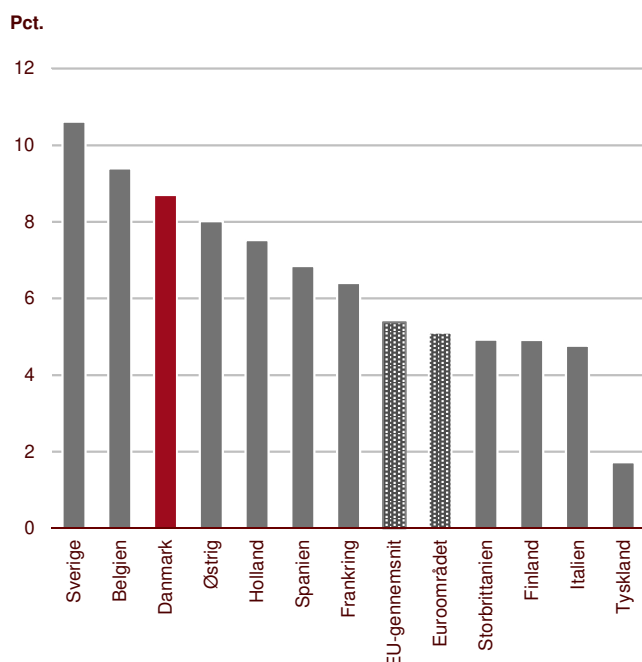


Kilde: Finanstilsynet.

Danske bankers forrentning af egenkapitalen var den 3. højeste blandt 11 europæiske lande i 2019, jf. figur 3.15. Egenkapitalens forrentning var mellem 60 og 70 pct. større end forrentning for banker i EU og i euroområdet i 2019. Egenkapitalforrentningen i danske banker har ligget over EU og euroområdet fra 2011 til 2020. Der kan være forskel på tværs af sammenligningslandene bl.a. i forhold til den risiko, som bankdrift er forbundet med.

Figur 3.15 Egenkapitalens forrentning i europæiske lande

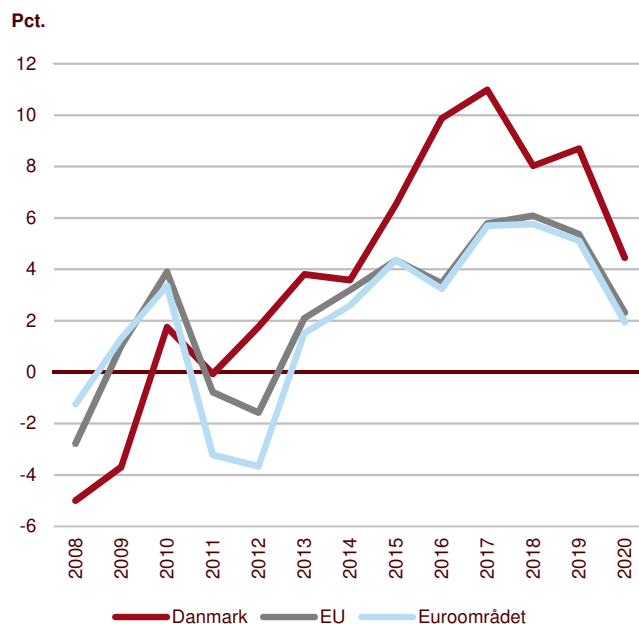
(a) Egenkapitalens forrentning i europæiske lande 2019



Anm.: Egenkapitalens forrentning for Danmark afviger en smule fra forrige figurer pga. forskellige kilder. I 2019 er egenkapitalens forrentning næsten ens for begge kilder.

Kilde: ECB Statistical Data Warehouse, "CBD2 – Consolidated Banking Data".

(b) Egenkapitalens forrentning i Danmark, EU og euroområdet



Anm.: Egenkapitalens forrentning for Danmark afviger en smule fra de forrige figurer pga. forskellige kilder. I årene 2008, 2011 og 2013-2018 er egenkapitalens forrentning lidt lavere, når der anvendes data fra ECB, mens den er lidt højere i 2009, 2010 samt 2012. Forskellen har ikke betydning for de overordnede konklusioner.

Kilde: ECB Statistical Data Warehouse, "CBD2 – Consolidated Banking Data".

Hvis der kun sammenlignes med landene Tyskland, Sverige, Finland, Storbritannien og Holland, har danske banker haft en lavere egenkapitalforrentning end gennemsnittet i årene under og lige efter finanskrisen, men omvendt haft en højere egenkapitalforrentning fra 2016-2019.⁶³ Der er dog væsentlige forskelle mellem de enkelte lande. Danske banker har fx haft en systematisk højere egenkapitalforrentning end tyske banker, men en systematisk lavere egenkapitalforrentning end svenske banker.

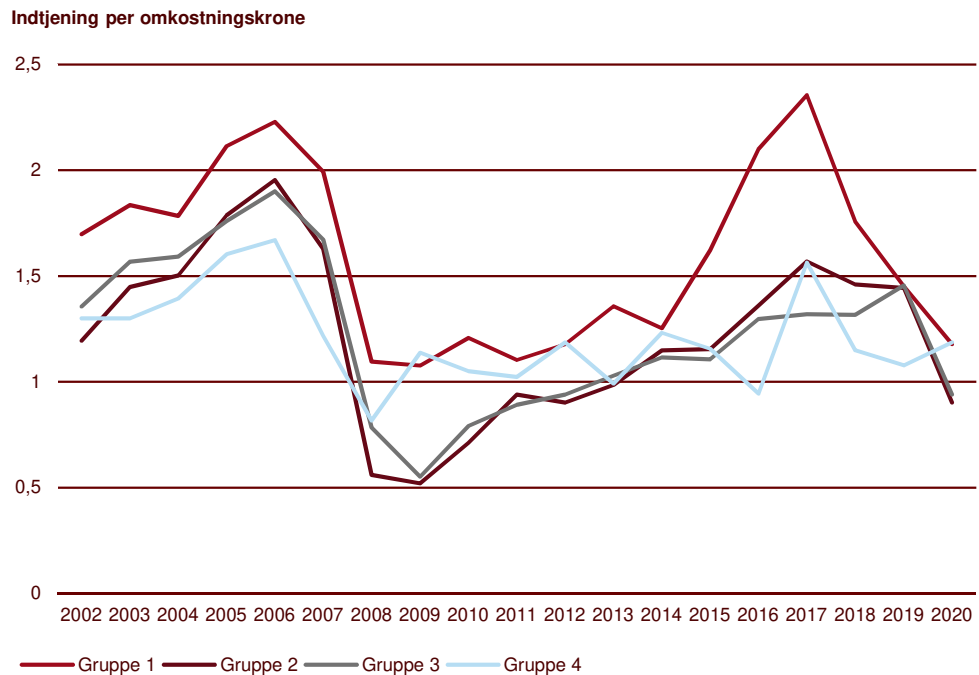
Et ofte anvendt nøgletal inden for bankdrift er *indtjening pr. omkostningskrone*, som måler, hvor stor bankernes indtjening er ift. til de omkostninger, de har afholdt for at skabe denne indtjening.

På et velfungerende marked er det forventningen, at konkurrencen lægger et pres på priserne og dermed indtjeningen i forhold til omkostningerne. De største banker har i perioden 2002-

⁶³ Jf. ECB Statistical Data Warehouse, "CBD2 – Consolidated Banking Data".

2020 haft den største indtjening pr. omkostningskrone. Indtjeningen per omkostningskrone steg frem til 2017 og er efterfølgende faldet, navnlig i de store banker, jf. figur 3.16.

Figur 3.16 Indtjening pr. omkostningskrone



Anm: Inddelingen af bankerne i grupper følger Finanstilsynets gruppering af bankerne efter størrelse. Størrelsen opgøres som den arbejdende kapital, og grupper 1 omfatter de største banker, mens gruppe 4 omfatter de mindste.

Kilde: Finanstilsynet

3.9 Bankernes indtjening i forhold til et skøn for et normalafkast

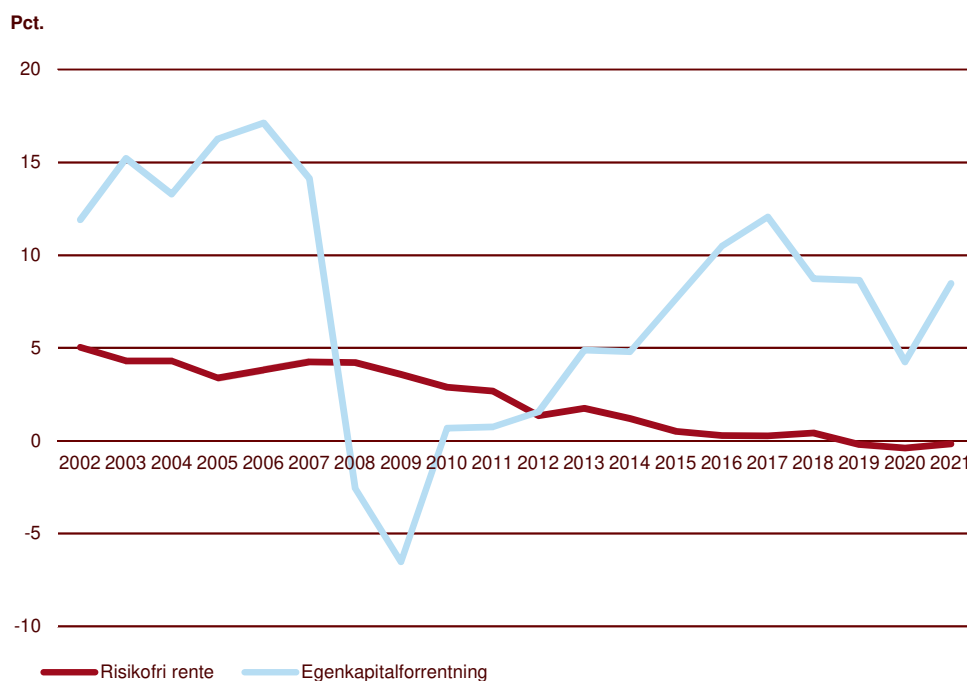
I det følgende sammenlignes egenkapitalforrentningen for den samlede forretning for banker under dansk tilsyn med et bud på et normalafkast. Dette kan indikere, om der samlet set er en overnormal indtjening for danske banker.⁶⁴

Egenkapitalforrentningen for danske banker var stigende frem til finanskrisen og lå i perioden 2002-2007 på et niveau omkring 15 pct. Egenkapitalforrentningen faldt kraftigt under finanskrisen, men er efterfølgende steget til omegnen af 10 pct. fra 2015 til 2021. I 2020 faldt egenkapitalforrentningen, hvilket som nævnt skal ses i lyset af særligt store nedskrivninger som

⁶⁴ Det bemærkes, at bankerne ikke direkte opgør deres indtjening specifikt for private bankkunder i Danmark. Derudover vil egenkapitalen i en virksomhed som udgangspunkt være fælles for hele virksomheden. For at opgøre en egenkapitalforrentning specifikt for private bankkunder i Danmark vil det således kræve en omfattende fordeling af hver enkelt banks indtægter, omkostninger og egenkapital, hvilket i øvrigt også vil være forbundet med en vis usikkerhed. Endelig vil det være forbundet med meget stor usikkerhed at opgøre et normalafkast specifikt for privatkunder i Danmark. Beregninger tager derfor udgangspunkt i en samlet betragtning over danske bankers forrentningsområder.

følge af Covid-19-krisen. Bankernes egenkapitalforrentning var dog i 2021 tilbage på samme niveau som før krisen. Målt i forhold til renten på 10-årige statsobligationer (som udtryk for en risikofri rente) har egenkapitalforrentningen i årene efter 2015 været næsten på samme niveau som i årene op til finanskrisen. Merafkastet – dvs. afkastet ud over den risikofri rente – er således ikke reduceret i særlig grad. Det afspejler at egenkapitalforrentningen er faldet nogenlunde i samme omfang som den risikofri rente.

Figur 3.17 Egenkapitalforrentning i forhold til den risikofri rente for danske banker



Note: Den risikofrie rente er opgjort som et simpelt gennemsnit af den månedlige rente på en 10-årig statsobligation i det givne år.

Anm.: Nordea Danmark indgår i beregningerne frem til og med 2016, men fra 2017 var Nordea Danmark ikke længere underlagt dansk tilsyn og indgår derfor ikke. Egenkapitalforrentningen omfatter alle forretningsområder for banker under dansk tilsyn og inkluderer dermed også bl.a. erhvervs kunder samt udenlandske kunder.

Kilde: Finanstilsynet og egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks register MPK3.

En virksomheds indtjening skal ses i lyset af den risiko, som selskabets ejere løber ved at have investeret kapital i virksomheden. Jo mere risikabelt det er at investere i en virksomhed, jo højere et afkast vil en investor alt andet lige kunne forvente. Afkastkravet vil således afhænge af, hvad en investor vil kunne forvente at få i afkast på en anden investering med tilsvarende risiko. Hvis det faktiske afkast i bankerne er væsentligt over dette afkastkrav, så kan det være tegn på en overnormal indtjening, og dermed evt. at konkurrencen er begrænset.

Én af de mest benyttede modeller til at beregne afkastkravet for et aktiv er Capital Asset Pricing Modellen (CAPM), jf. boks 3.2.

Boks 3.2 CAPM

CAPM (Capital Asset Pricing Modellen) er en teoretisk model til at bestemme afkastkravet for et aktiv. Modellen bygger på en række antagelser, bl.a. at alle investorer har samme information og samme forventninger til fremtidige afkast. Hvis modellens antagelser er opfyldt, kan afkastkravet for et aktiv udtrykkes således:

$$E(r_i) - r_f = \beta_i(E(r_m) - r_f)$$

Hvor $E(r_i)$ er afkastkravet, og $E(r_i) - r_f$ er det forventede merafst for aktivet ud over den risikofrie rente (r_f). $E(r_m)$ er det forventede markedsafkast og β_i er aktivets *beta*, som er udtryk for den relevante risiko ved at investere i aktivet. Dermed afhænger merafstkravet af to forskellige faktorer:

1. *Markedsrisikopræmien*, $E(r_m) - r_f$, er det merafst, som en investor kan forvente ved at investere markedsporteføljen ud over den risikofrie aktiv. Markedsporteføljen er en (teoretisk) portefølje, som består af alle aktiver, investoren kan investere i, dvs. både aktier, obligationer samt andre aktiver. Jo større markedsrisikopræmien er, jo større vil afkastkravet være til aktivet.
2. *Risikoen*, β_i , repræsenterer den systematiske risiko, som er forbundet med at investere i aktivet. Den systematiske risiko angiver, hvor meget afkastet på den pågældende aktie systematisk samvarierer med markedsporteføljen. Jo større β_i er, jo større risiko vil det påføre en investor at tilføje aktivet til sin portefølje, og derfor vil afkastkravet også være større.

Mere generelt kan risikoen ved at investere i en aktie deles op i usystematisk og systematisk risiko. Usystematisk risiko er den risiko, en investor kan diversificere bort ved at investere i tilpas mange aktiver. Denne usystematiske risiko kan fx være knyttet til, om der kommer en ny stærk konkurrent i en specifik sektor, eller at der i den konkrete sektor indføres ny regulering med stor betydning for virksomhedens indtjeningssevne.

Den systematiske risiko er derimod den risiko, der er relateret til den generelle usikkerhed i økonomien, og som ikke kan undgås ved at diversificere sin portefølje. CAPM-modellen tilsiger, at man som investor normalt alene kan forvente en aflønning af den systematiske risiko, som ikke kan fjernes ved at diversificere porteføljen.

For at kunne beregne afkastkravet i CAPM er det nødvendigt at have et mål for markedsrisikopræmien og risikoen ved at investere i virksomheden (beta). Derudover er det nødvendigt at have et mål for den risikofrie rente.

Markedsrisikopræmien

Markedsrisikopræmien er det merafst, som investorer forventer at få ved at investere i markedsporteføljen frem for det risikofrie aktiv. Markedsporteføljen består i teorien af alle aktiver, som der kan investeres i, men i praksis benyttes typisk et aktieindeks som approksimation for markedsporteføljen.

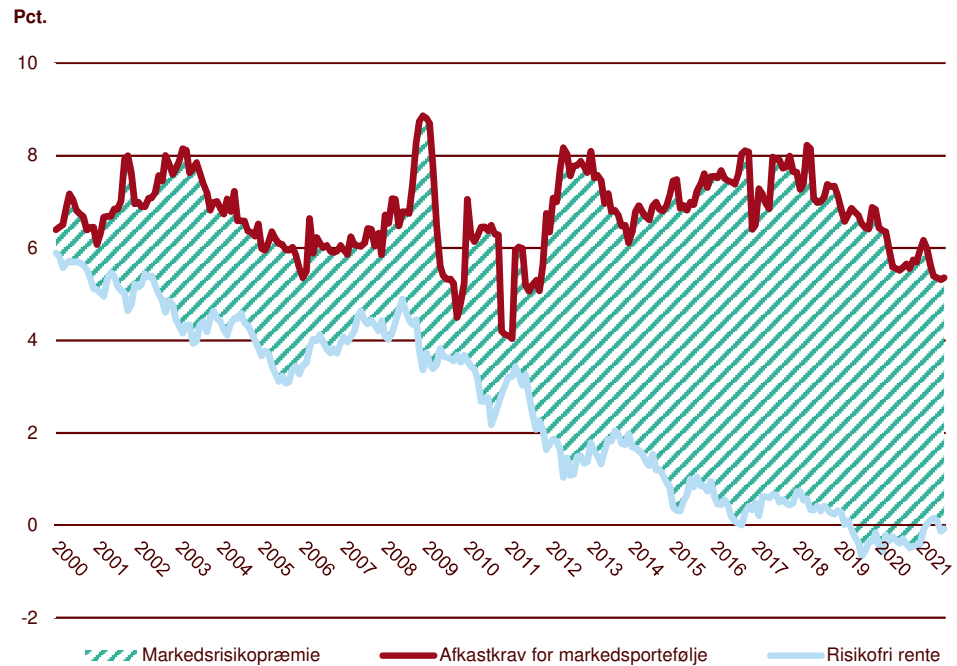
Markedsrisikopræmien kan beregnes bagudrettet som den realiserede markedsrisikopræmie. Det relevante i beregningen af afkastkravet i CAPM er dog den forventede fremtidige markedsrisikopræmie. Derfor er det mere retvisende at benytte et mål for den forventede fremtidige markedsrisikopræmie på det relevante tidspunkt, da den realiserede markedsrisikopræmie kan have været højere eller lavere end den forventede.

Nationalbanken har i flere analyser benyttet en *dividend discount model* til at estimere den forventede markedsrisikopræmie for både et dansk og et europæisk aktieindeks.⁶⁵ Dividend discount modellen bygger på, at markedsprisen for en aktie er givet ved alle forventede fremtidige dividendeudbetalinger tilbagediskonteret med den relevante risikojusterede rente. Hvis der tages udgangspunkt i de forventede fremtidige dividendeudbetalinger for et helt aktieindeks, og dette sammenholdes med markedsværdien af aktierne i virksomhederne i indekset, er det muligt at udlede afkastkravet/det forventede afkast til en portefølje, som består af alle aktierne i indekset. Markedsrisikopræmien er således dette forventede afkast fratrukket den risikofrie rente.

Nationalbankens beregninger peger på, at markedsrisikopræmien i de seneste par år har ligget på knap 6 pct., og at den er faldet fra et historisk set højt niveau i årene 2016 til 2019, jf. figur 3.18. Markedsrisikopræmien er ifølge analysen noget større i dag end før finanskrisen, hvor markedsrisikopræmien opgøres til omkring 2-3 pct. Udviklingen i markedsrisikopræmien afspejler først og fremmest faldet i den risikofrie rente, mens det opgjorte aktieafkastkrav for markedsporteføljen har ligget omkring 6 pct. i hele perioden.

⁶⁵ Nationalbanken (2016) "Finansiel stabilitet 1. halvår 2016" samt Nationalbanken (2020) "Do equity prices reflect the ultra-low interest rate environment?",

Figur 3.18 Markedsrisikopræmien baseret på dividend discount model fra Nationalbanken



Anm.: Markedsrisikopræmien angiver her merafkastkravet for aktier. Det skyldes, at aktiemarkedet benyttes som proxy for markedsporteføljen. Figuren er opdateret med nyt data i forhold til figuren i den oprindelige artikel.

Kilde: Nationalbanken "Do equity prices reflect the ultra-low interest rate environment?" (2020), figur 3.

Markedsrisikopræmien afhænger af investorenes risikopræferencer samt den generelle usikkerhed (volatiliteten) på markedet. Jo mere risikoaverse investorerne er, jo højere vil prisen være for at påtage sig risiko, og jo højere vil markedsrisikopræmien alt andet lige være. Derudover vil en generel forøgelse af volatiliteten på markedet alt andet lige føre til en højere markedsrisikopræmie. Dermed kan markedsrisikopræmien også variere over tid, hvis der sker skift i volatilitet eller risikopræferencer over tid.⁶⁸

Nationalbanken har således også fremhævet, at markedsrisikopræmien ser ud til at være steget efter finanskrisen. Historisk har markedsrisikopræmien således som nævnt været væsentligt lavere (under 4 pct.).

⁶⁶ Nationalbanken (2016).

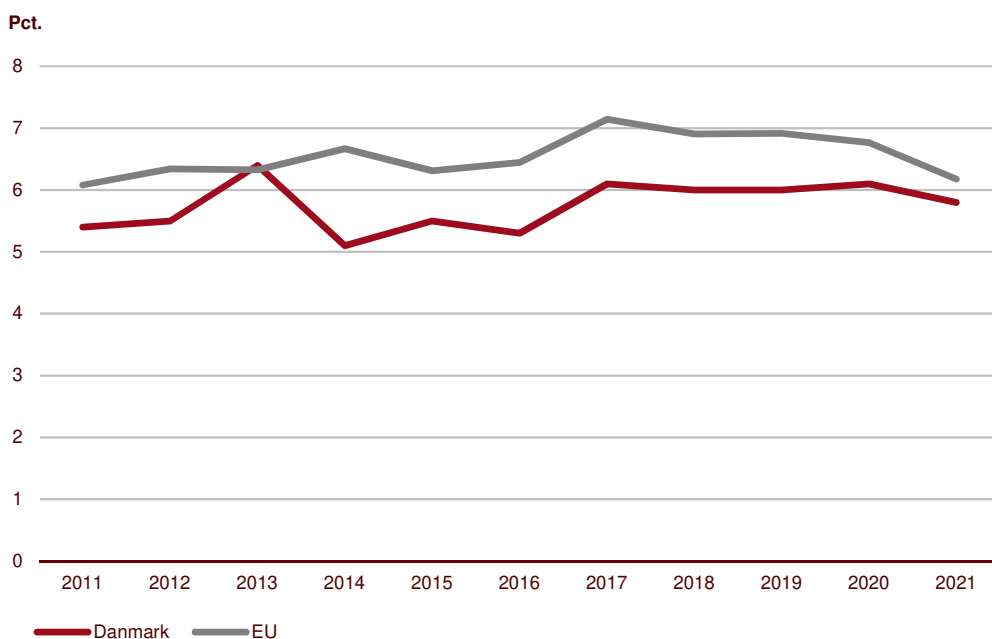
⁶⁷ Nationalbanken (2020).

⁶⁸ Nationalbanken (2020) påpeger desuden, at der kan være en række markedsimperfektioner, som kan have indflydelse på afkastkravet.

En anden måde at bestemme markedsrisikopræmien på er at spørge eksperter direkte, hvad deres forventede markedsrisikopræmie er. Pablo Fernandez, som er professor ved IESE Business School, udsender årligt et spørgeskema til et stort antal professionelle investorer og forskere, hvor han bl.a. spørger ind til, hvilken forventet risikopræmie de benytter.

Analysen viser, at den gennemsnitlige forventede markedsrisikopræmie i Danmark har ligget relativt konstant omkring 6 pct. fra 2011 til 2021, jf. figur 3.19. Markedsrisikopræmien for EU har været omkring 0,5-1 procentpoint højere. Undersøgelsen har ikke være foretaget før finanskrisen.

Figur 3.19 Forventet markedsrisikopræmie i Danmark og EU



Anm.: Markedsrisikopræmien er beregnet som et simpelt gennemsnit af markedsrisikopræmien i følgende lande: Holland, Sverige, Danmark, Tyskland, Østrig, Finland, Belgien, Italien, Frankrig, Polen, Spanien, Tjekkiet, Irland, Portugal, Ungarn og Grækenland.

Kilde: Fernandez, Pablo, Eduardo de Apellániz, and Javier F Acín. "Survey: Market Risk Premium and Risk-Free Rate used for 88 countries in 2021." (2021) og Fernandez, Pablo, Alberto Ortiz, and Isabel Fernandez Acín. "Market Risk Premium used in 71 countries in 2016: a survey with 6,932 answers." (2016).

Samlet set indikerer det ovenstående, at markedsrisikopræmien de senere år har ligget omkring 6 pct. Derudover er der indikationer på, at markedsrisikopræmien inden finanskrisen var en del lavere.

Den systematiske risiko (beta)

I CAPM er den relevante risiko for et aktiv bestemt af samvariationen mellem aktivets afkast og afkastet på markedsporteføljen. Dette betegnes som den systematiske risiko og måles i CAPM-modellen ved variabelen beta (β). Størrelsen på beta afhænger af, hvor volatil aktivets afkast er, samt hvordan afkastet på aktivet er korreleret med afkastet på markedsporteføljen.

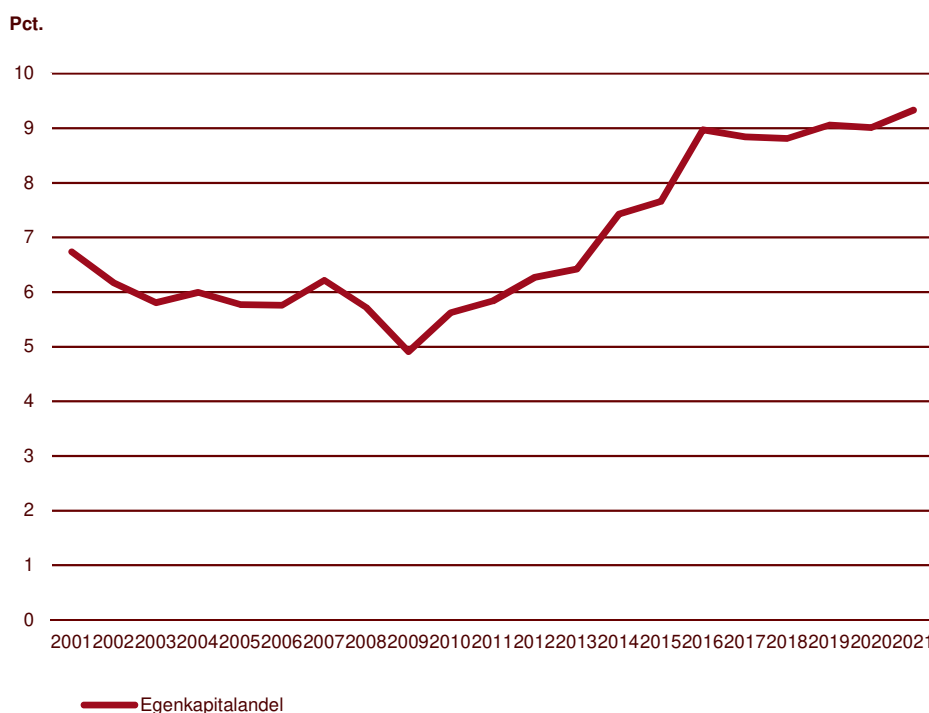
Et beta på 1 betyder, at aktivet har samme risiko som markedsporteføljen som helhed, og afkastkravet er derfor lig med markedsrisikopræmien. Et beta over 1 betyder, at aktivet har en

større risiko end markedsporteføljen, hvormed afkastkravet bliver større end markedsrisikopræmien og vice versa.

Beta kan som markedsrisikopræmien variere over tid, fx som følge af strukturelle ændringer i samfundet eller markedet, som virksomheden opererer i, eller som følge af ændringer i virksomhedens strategi. Derudover kan beta påvirkes direkte af kapitalsammensætningen i virksomheden. Jo større egenkapitalen er i forhold til de samlede aktiver, jo mindre vil risikoen alt andet lige være ved at have egenkapital i virksomheden.

Danske bankers egenkapitalandel er samlet set steget siden finanskrisen, jf. figur 3.20. Inden finanskrisen lå egenkapitalandelen omkring 6 pct. af aktiverne og faldt til under 5 pct. i 2009, hvilket kan skyldes lempede kapitalkrav op til krisen men evt. også den direkte effekt af krisen, hvor mange banker oplevede tab. Siden er egenkapitalandelen steget og har ligget på et relativt konstant niveau omkring 9 pct. de seneste år. Denne stigning i egenkapitalandelen vil alt andet lige være med til at sænke risikoen ved at eje bankaktier. Samtidig kan sandsynligheden for statslig hjælp til ejerne i en evt. konkurssituation dog være mindre i dag. Det kan trække i den modsatte retning.

Figur 3.20 Egenkapitalens andel af samlede aktiver for banker under dansk tilsyn



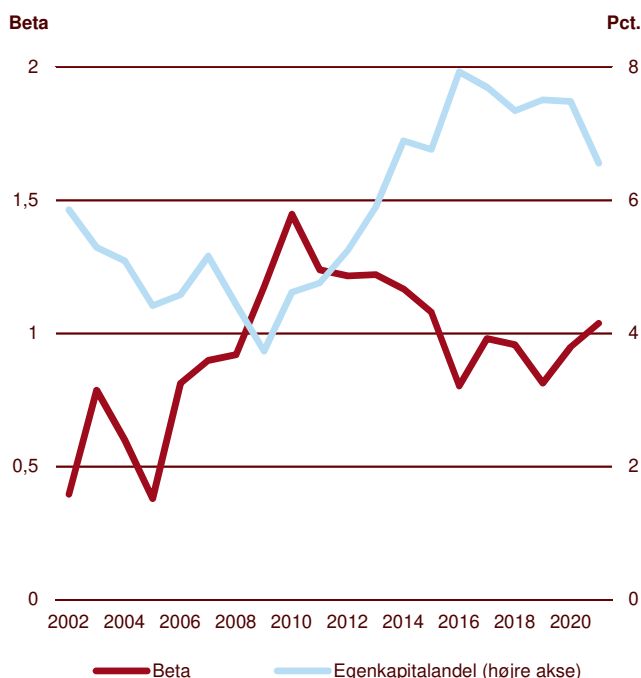
Kilde: Egne beregninger baseret på data fra Finanstilsynet.

Beta-risikoen er som udgangspunkt individuel for hver bank, da den vil afhænge af den specifikke banks strategi og risiko. Det er kun muligt at estimere beta for banker, som er børsnoterede. Der er således, på linje med Nationalbanken (2016), beregnet beta for de fire største danske banker, som alle er børsnoterede.

For de to største banker, som opererer i Danmark, Danske Bank og Nordea, peger beregningen på at der generelt har været en stigende tendens i beta-værdierne op til finanskrisen og herefter en faldende tendens, jf. figur 3.21. Det kan ses i sammenhæng med, at egenkapitalandelen for begge banker var faldende frem til finanskrisen, hvorefter den er steget væsentligt bl.a. som følge af øgede kapitalkrav. Det kan være med til at forklare, at risikoen målt ved beta er faldet siden finanskrisen. Betaværdien ligger omkring 1 i de seneste år. Det bemærkes, at begge banker opererer internationalt og producerer en række andre finansielle ydelser ud over bankydelser, hvilket kan påvirke beta-værdierne, som derfor ikke nødvendigvis er retvisende for bankydelser i Danmark.

Figur 3.21 Beta-værdier og egenkapitalandel for Danske Bank og Nordea

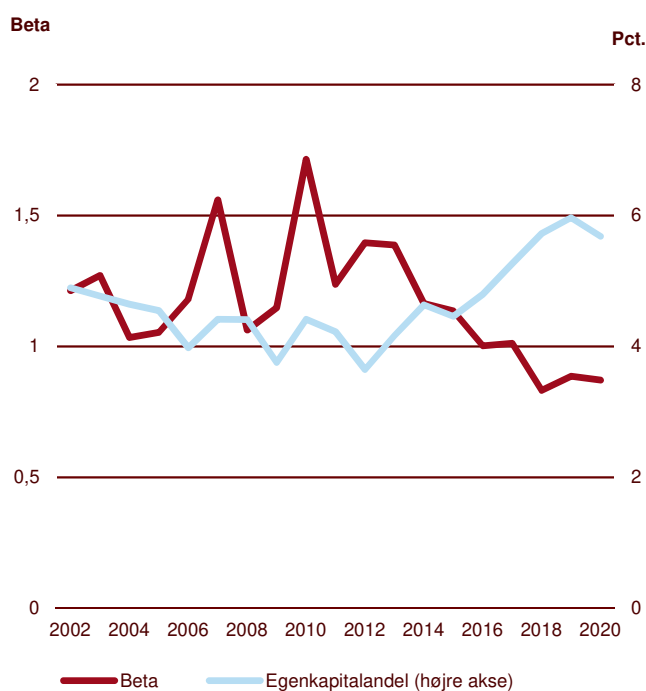
(a) Danske Bank



Anm.: Beta er beregnet baseret på daglige aktiekurser ét år tilbage i tid. Markedsporteføljen er STOXX Europe 600, som består af 600 aktier fra Europa.

Kilde: Egne beregninger baseret på data fra Nasdaq og Finanstilsynet.

(b) Nordea



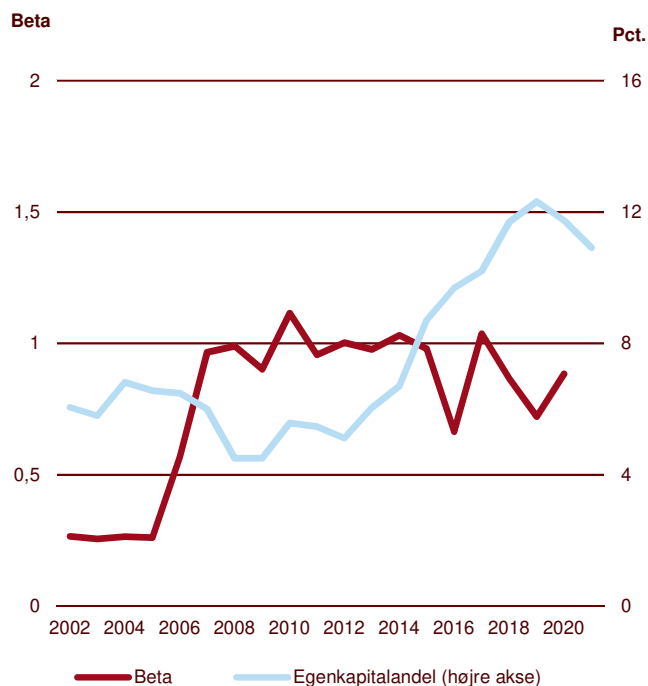
Anm.: Beta er beregnet baseret på daglige aktiekurser ét år tilbage i tid. Markedsporteføljen er STOXX Europe 600, som består af 600 aktier fra Europa.

Kilde: Egne beregninger baseret på data fra Nasdaq og årsrapporter.

Hvis der fokuseres på Jyske Bank og Sydbank, som er den tredje- og fjerdestørste bank i Danmark, og som i overvejende grad kun er til stede i Danmark, er mønstret nogenlunde det samme, jf. figur 3.22. Inden finanskrisen var beta på et meget lavt niveau (under 0,5) for begge banker. Beta-risikoen steg betydeligt op til og under finanskrisen til et niveau omkring 1. Siden finanskrisen er egenkapitalandelen steget, særligt i Jyske Bank, og der har ligeledes været en faldende tendens for beta. Beta ligger således omkring 0,7-1 for begge banker i de seneste år, hvilket er en smule lavere end for Danske Bank og Nordea. Det kan skyldes, at bankerne i højere grad er koncentreret på det danske marked og i højere grad er fokuseret på bankforrentning. Derudover kan det evt. have betydning, at særligt Jyske Bank har en højere egenkapitalandel end de øvrige banker.

Figur 3.22 Beta-værdier og egenkapitalandel for Jyske Bank og Sydbank

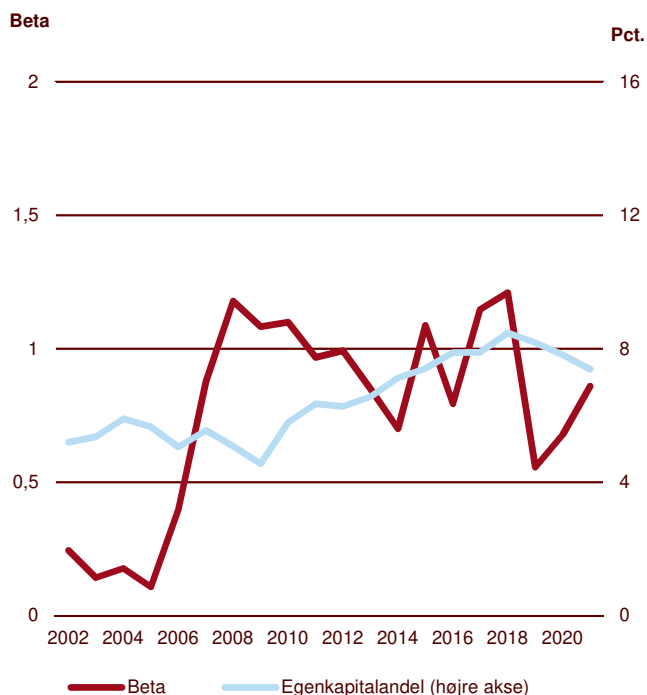
(a) Jyske Bank



Anm.: Beta er beregnet baseret på daglige aktiekurser ét år tilbage i tid. Markedsporteføljen er STOXX Europe 600, som består af 600 aktier fra Europa.

Kilde: Egne beregninger baseret på data fra Nasdaq og Finanstilsynet.

(b) Sydbank



Anm.: Beta er beregnet baseret på daglige aktiekurser ét år tilbage i tid. Markedsporteføljen er STOXX Europe 600, som består af 600 aktier fra Europa.

Kilde: Egne beregninger baseret på data fra Nasdaq og Finanstilsynet.

Samlet set indikerer estimerne, at betaværdierne for danske banker generelt har været under 1 i perioden op til finanskrisen. Under finanskrisen har beta generelt ligget på et niveau på over 1, hvorefter det er faldet til et niveau under eller omkring 1 i de seneste år. Denne udvikling stemmer således også overens med, at højere egenkapital vil medføre et lavere afkastkrav, jf. også boks 3.3.

Boks 3.3 Afkastkrav og egenkapitalandel

Afkastkravet for at stille egenkapital til rådighed i en virksomhed vil bl.a. afhænge af, hvor stor egenkapitalen er i virksomheden i forhold til de samlede passiver. En højere andel af egenkapital vil alt andet lige medføre et lavere afkastkrav til egenkapitalen, da risikoen for egenkapitalen vil falde. I CAPM vil dette komme til udtryk ved et lavere beta.

Effekten skyldes, at gælden i en virksomhed altid vil være forbundet med mindre risiko end egenkapitalen, da egenkapitalen dækker tab før gælden. Når egenkapitalen øges i en virksomhed på bekostning af gæld, vil egenkapitalen "overtage" risikoen for den fortrængte gæld, som er mindre end risikoen for den eksisterende egenkapital. Dermed bliver afkastkravet for egenkapitalen alt andet lige mindre.

En forøgelse af egenkapitalen vil ligeledes medføre, at risikoen for den tilbageværende gæld reduceres. *Modigliani-Miller*-teoremet tilsiger, at under visse antagelser, vil den samlede kapitalomkostning, dvs. for egenkapitalen og gælden samlet set, være uafhængig af virksomhedens kapitalstruktur. Resultatet blev først præsenteret i Modigliani & Miller (1958) "The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment", *American Economic Review*.

Intuitionen bag Modigliani-Miller-teoremet er, at den samlede risiko ved aktiverne i en virksomhed ikke påvirkes direkte af kapitalsammensætningen. Hvis antagelserne bag teoremet er opfyldt vil en ændring af egenkapitalandelen således blot ændre fordelingen af risiko mellem egenkapital og gæld og præcist medføre, at den samlede kapitalomkostning ikke vil blive påvirket.

For at Modigliani-Miller-teoremet skal være gældende, kræver det, at der ikke er transaktionsomkostninger eller konkursomkostninger, at der er perfekt information og efficiente kapitalmarkeder, samt at der ikke er nogen beskatning af kapitalafkast. Antagelserne svarer således i høj grad til antagelserne bag CAPM, jf. boks 3.2. Hvis antagelserne ikke er opfyldt, fx hvis der er forskel på beskatningen af rente- og aktieafkast, kan den samlede kapitalomkostning imidlertid påvirkes af kapitalstrukturen.

Dick-Nielsen, Gyntelberg og Thimsen (2019) "Bankers kapitalomkostninger: Hvad koster mere egenkapital for en bank?" er et nyere danske studie, som kommer frem til, at Modigliani-Miller-teoremet i vid udstrækning er gældende for amerikanske banker, og at en forøgelse af egenkapitalen kun vil have begrænset effekt på bankernes samlede kapitalomkostninger. Generelt vil en øget egenkapital ikke medføre en højere kapitalomkostning før skat, men vil medføre en svag forøgelse af kapitalomkostningerne efter skat. Generelt er litteraturen dog ikke entydig, og andre studier peger på en vis effekt af ændret kapitalstruktur.

Selv hvis antagelserne bag Modigliani-Miller-teoremet ikke er opfyldt, og kapitalomkostningen kan blive påvirket af kapitalsammensætningen, vil den generelle intuition dog fortsat være gældende, og en øget egenkapital vil alt andet lige medføre et mindre afkastkrav for egenkapitalen. Det kan dog være i mindre grad, end hvad Modigliani-Miller-teoremet forudsiger.

Samlet set peger estimaterne i retning af, at markedsrisikopræmien i de seneste år har ligget på et niveau omkring 6 pct. Beta-værdierne for bankerne har i de senere år ligget i spændet 0,8-1. Hvis der tages udgangspunkt i et skøn for markedsrisikopræmien på 6-7 pct., medfører det, at afkastkravet for danske banker vil ligge mellem 4,8 og 7 pct. over den risikofrie rente, som er målt ved renten på en 10-årig statsobligation. Da renten de seneste år har været omkring 0, svarer det til, at afkastkravet også vil ligge omkring 4,8-7 pct.

Der er som nævnt indikationer på, at beta-værdierne under og lige efter finanskrisen i hvert fald midlertidigt har været på et højere niveau, og at markedsrisikopræmien historisk har været på et lavere niveau. I perioden inden finanskrisen er der således klare indikationer på, at både markedsrisikopræmien og beta var lavere, hvilket vil afspejle sig i et lavere afkastkrav.

Egenkapitalforrentningen i forhold til et skøn for et normalafkast

På baggrund af estimater for markedsrisikopræmien og beta-værdier er det muligt at sammenligne det faktiske afkast for danske banker med et skøn for et normalafkast baseret på CAPM-modellen.

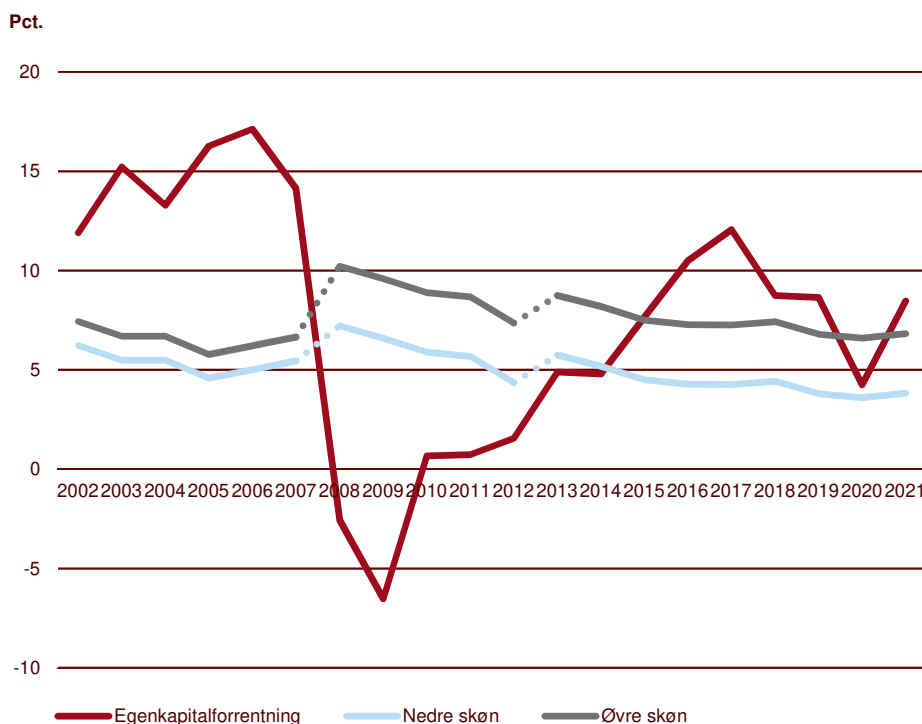
Som nævnt er der indikationer på, at både beta-værdier og markedsrisikopræmien inden finanskrisen har været på et lavere niveau end årene under og efter finanskrisen. Frem til 2007

var både beta og markedsrisikopræmie således generelt lavere end i de senere år. Under finanskrisen var der en generel stigning i beta for alle de undersøgte banker. Samtidig var der en vis tendens til en stigning i markedsrisikopræmien. I perioden efter finanskrisen har bankernes betaer generelt været faldende i forhold til under finanskrisen, mens markedsrisikopræmien har været på et højere niveau end både før og under krisen. Det kan således være meningsfyldt at beregne et afkastkrav med forudsætninger som varierer over tid. I det følgende er det således antaget, at:

- » Fra 2002-2007 var markedsrisikopræmien i spændet 2-3 pct., og beta var i spændet 0,6-0,8
- » Fra 2008-2012 var markedsrisikopræmien i spændet 3-5 pct., og beta var i spændet 1,0-1,2
- » Fra 2013-2021 var markedsrisikopræmien i spændet 5-7 pct., og beta var i spændet 0,8-1,0

Hvis der tages udgangspunkt i de ovennævnte antagelser, viser beregningerne, at egenkapitalforrentningen lå væsentligt over afkastkravet før finanskrisen, jf. figur 3.23. Under finanskrisen faldt egenkapitalforrentningen dog markant, og egenkapitalforrentningen lå i en årrække under både et nedre og et øvre skøn for et afkastkrav. Først omkring 2015 kom egenkapitalforrentningen igen på niveau med afkastkravet. Fra 2016-2019 har indtjeningen ligget over både det øvre og nedre skøn for et normalafkast, dog ikke i samme omfang som op til finanskrisen. I 2020 faldt egenkapitalforrentningen igen navnlig som nedskrivninger som følge af Covid-19. Indtjeningen var dog i 2021 tilbage på niveauet før Covid-19.

Figur 3.23 Danske bankers egenkapitalforrentning i forhold til en nedre og øvre skøn for et normalafkast med variable forudsætninger for normalafkastet



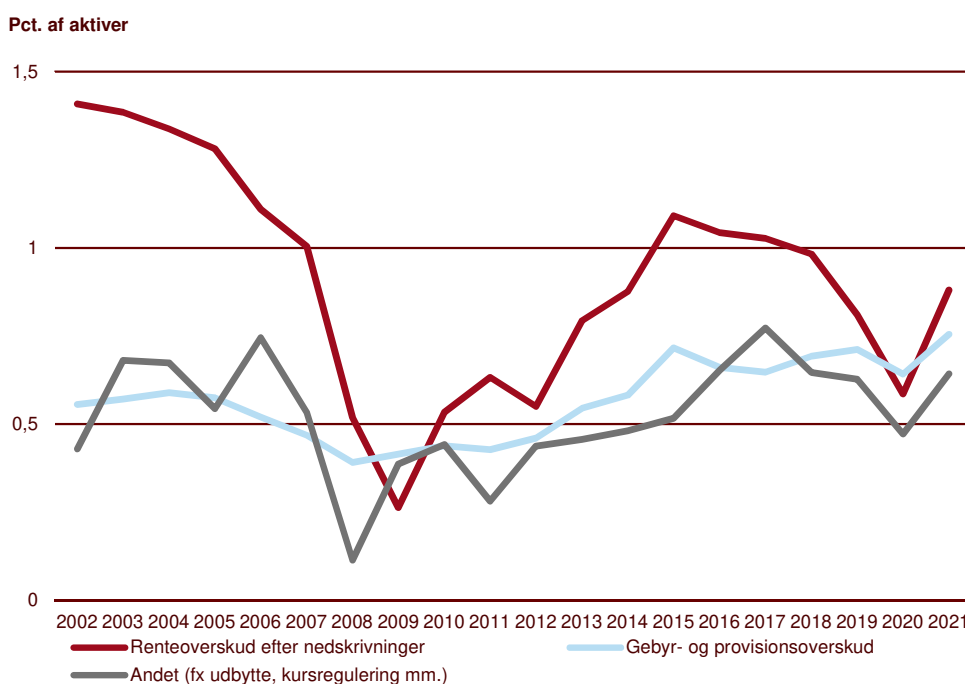
Anm.: Det nedre skøn for et normalafkast er beregnet med udgangspunkt i en markedsrisikopræmie på 2 pct. for 2002-2007, 3 pct. for 2008-2012 og 5 pct. for 2013-2021 samt et beta på 0,6 for 2002-2007, 1 for 2008-2012 og 0,8 for 2013-2020. Den øvre grænse er beregnet med udgangspunkt i en markedsrisikopræmie på 3 pct. for 2002-2007, 5 pct. for 2008-2012 og 7 pct. for 2013-2020 samt et beta på 0,8 for 2002-2007, 1,2 for 2008-2012 og 1 for 2013-2021. Egenkapitalforrentningen er efter skat.

Kilde: Egne beregninger baseret på data fra Finanstilsynet

3.10 Indtjening fra forskellige kilder

Bankers indtjening kan stamme fra en række forskellige kilder som fx renter og gebyrer eller fra ejerskab af andre virksomheder. Inden finanskrisen var den klart største indtægtskilde for danske banker renteindtægter, jf. figur 3.24. Frem mod finanskrisen, og særligt under finanskrisen, faldt bankernes renteoverskud, særligt som følge af en kraftig stigning i nedskrivningerne på udlån. Siden finanskrisen steg renteoverskuddet løbende frem til 2015, men er siden 2015 faldet en smule igen til et niveau på ca. 0,8 pct. i 2019 og 2021 bl.a. påvirket af det faldende renteniveau.⁶⁹ I de senere år har øvrige indtægtskilder som gebyrer og provisioner, dog udgjort en næsten lige så stor indtægtskilde som renter.

Figur 3.24 Indtjening fordelt på kilder for banker under dansk tilsyn



Anm.: "Renteoverskud efter nedskrivninger" er renteindtægter fratrukket renteudgifter og nedskrivninger på udlån. "Gebyr-overskud" er gebyr- og provisionsindtægter fratrukket afgivne gebyr og provisioner. Dette omfatter således bl.a. provisioner i forbindelse med realkreditlån for banker, som ikke er i koncern med deres eget realkreditinstitut. Alle poster er før skat.

Kilde: Egne beregninger baseret på data fra Finanstilsynet

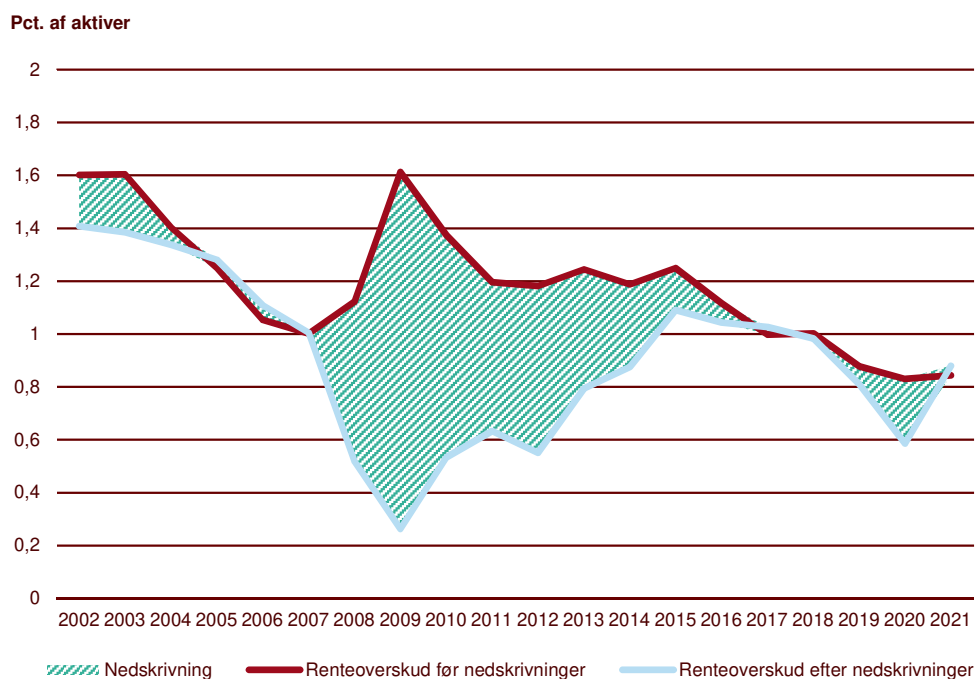
Kategorien "andet" i figur 3.24 omfatter bl.a. indtægter fra ejerskab af andre virksomheder. Det kan være øvrige finansielle virksomheder, som fx realkreditinstitutter, men kan også være andre typer af virksomheder, som banken ejer helt eller delvist. Denne kategori af indtægter er ikke direkte sammenlignelig med indtægterne fra renter og gebyrer, da der her er tale om

⁶⁹ I 2020 var der særligt højde nedskrivninger som følge af Covid-19.

et *overskud* i de ejede virksomheder, mens rente- og gebyrooverskuddet kan ses som en *indtægt* eller *omsætning*.

Renteoverskuddet før nedskrivninger (dvs. renteindtægter fratrukket renteudgifter før nedskrivninger som følge af forventede tab), har med visse udsving (i 2009 og 2010) ligget omkring 1-1,2 pct. af aktiverne i tiåret frem til 2017, hvorefter de er aftaget til ca. 0,8 pct. i 2019-2021 bl.a. påvirket af vigende rentemarginal og renteniveau. Der har været betydelige udsving i omfanget af nedskrivninger, som var særligt stort under finanskrisen. Nedskrivninger og tab under finanskrisen har således påvirket egenkapitalforrentningen negativt i denne periode. Efterfølgende er nedskrivningerne faldet til et lavt niveau, som nogenlunde svarer til niveauet inden finanskrisen, dog med undtagelse af 2020, hvor nedskrivningerne var højere grundet Covid-19.

Figur 3.25 Renteindtægter før og efter nedskrivninger



Kilde: Egne beregninger baseret på data fra Finanstilsynet.

3.11 Priser på enkeltprodukter

Bankernes ydelser er differentierede produkter, som kunderne kan opleve som komplicerede. Samtidig er bl.a. tillid til bankrådgiverne ofte en central konkurrenceparameter, ligesom kunderne i øvrigt sætter pris på helkundeforhold. I sådan et marked kan man ikke forvente egentlig perfekt konkurrence, som udligner prisforskelle på enkeltprodukter. Omvendt kan ensartede priser på et eller flere produkter heller ikke nødvendigvis ses om udtryk for velfungerende konkurrence. Prisvariation kan betyde, at forbrugerne kan opnå fordele ved at forhandle deres priser og vilkår.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har opgjort bankernes *listepreiser* på en række enkeltprodukter for forskellige kundetyper, jf. boks 3.4. Opgørelsen peger på, at der for en række produkter er betydelig variation. Således opkræver omtrent en fjerdedel af bankerne ikke gebyr

for Mastercard eller et andet internationalt kreditkort, mens de resterende banker tager imellem 100 og op til 700 kr. om året for et lignende produkt,⁷⁰ jf. figur 3.26. Desuden er der væsentlig variation i bankernes priser på produkter som net- eller mobilbank, debitkort, og kurttage på handel med værdipapirer.

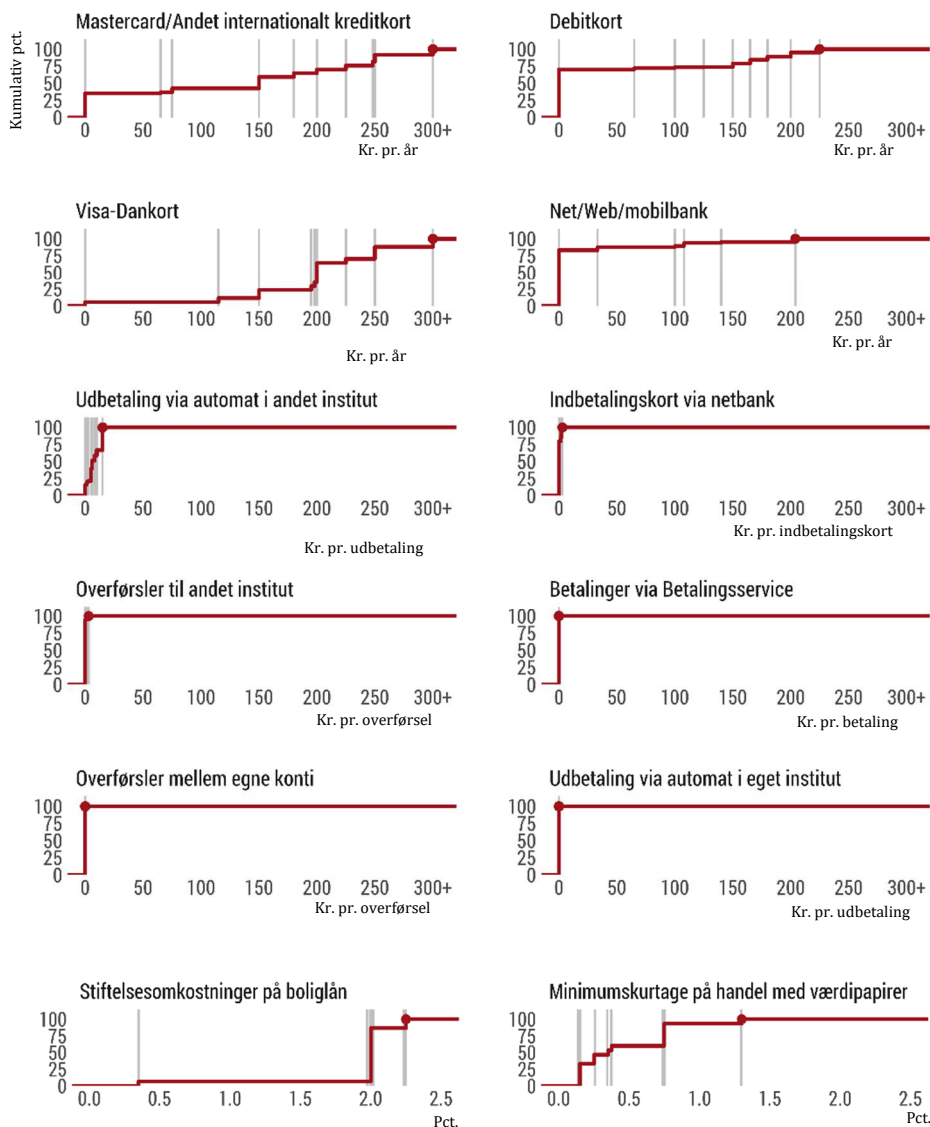
Boks 3.4
Opgørelse af priser på enkeltprodukter

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har indsamlet listepriser på en række forskellige bankprodukter i 25 danske banker, inkl. de største banker og et udvalg af mindre og mellemstore banker. Opgørelsen fokuserer på en række produkter, som benyttes ofte og kan sammenlignes på tværs af banker og kundetyper. Opgørelsen fokuserer på listepriser fra bankernes prisbøger, og viser således ikke de faktiske priser, som forbrugerne betaler, fx efter at have forhandlet priser og vilkår med deres bank. Desuden kan der forekomme indirekte betalinger til banken via tredjeparter, fx ved betalinger gennem Betalingsservice. Videre er bankernes priser ikke altid sammenlignelige, bl.a. fordi nogle banker tager et fast beløb, mens andre bankers priser kan afhænge af, hvilken kundetype forbrugeren tilhører. Opgørelsen skal således fortolkes med forbehold.

Opgørelsen peger også på, at der for produkter som overførsler, betalinger, udbetalinger, og stiftelsesomkostninger ved optagelse af boliglån, er begrænsede forskelle i bankernes listepriser. I samtlige banker (der opgør sammenlignelige oplysninger), opkræves ikke betaling for Betalingsservice, for at overføre beløb mellem egne konti, og ved udbetaling af kontanter via bankens egen automat. Det bemærkes dog, at for nogle ydelser kan kunden indirekte betale for ydelser via det beløb, som tredjeparter opkræver. Det gælder fx betalinger gennem Betalingsservice, hvor bankerne modtager betaling fra indløser (Mastercard og tidligere Nets) og hvor de, der modtager betaling fra bankkunderne, betaler en del af det modtagne beløb til indløseren.

⁷⁰ Det fremgår i mange tilfælde ikke af pengepriser.dk, hvilket kreditkort der er tale om. Der må derfor i fortolkningen tages højde for, at forskellige kreditkorts betingelser kan variere på måder, der gør dem svære at sammenligne direkte. Videre kan priser og vilkår afhænge af kundens engagement, fx om kunden har sin lønkonto eller betalingsaftaler i banken.

Figur 3.26 Priser på typiske enkeltprodukter blandt udvalgte banker

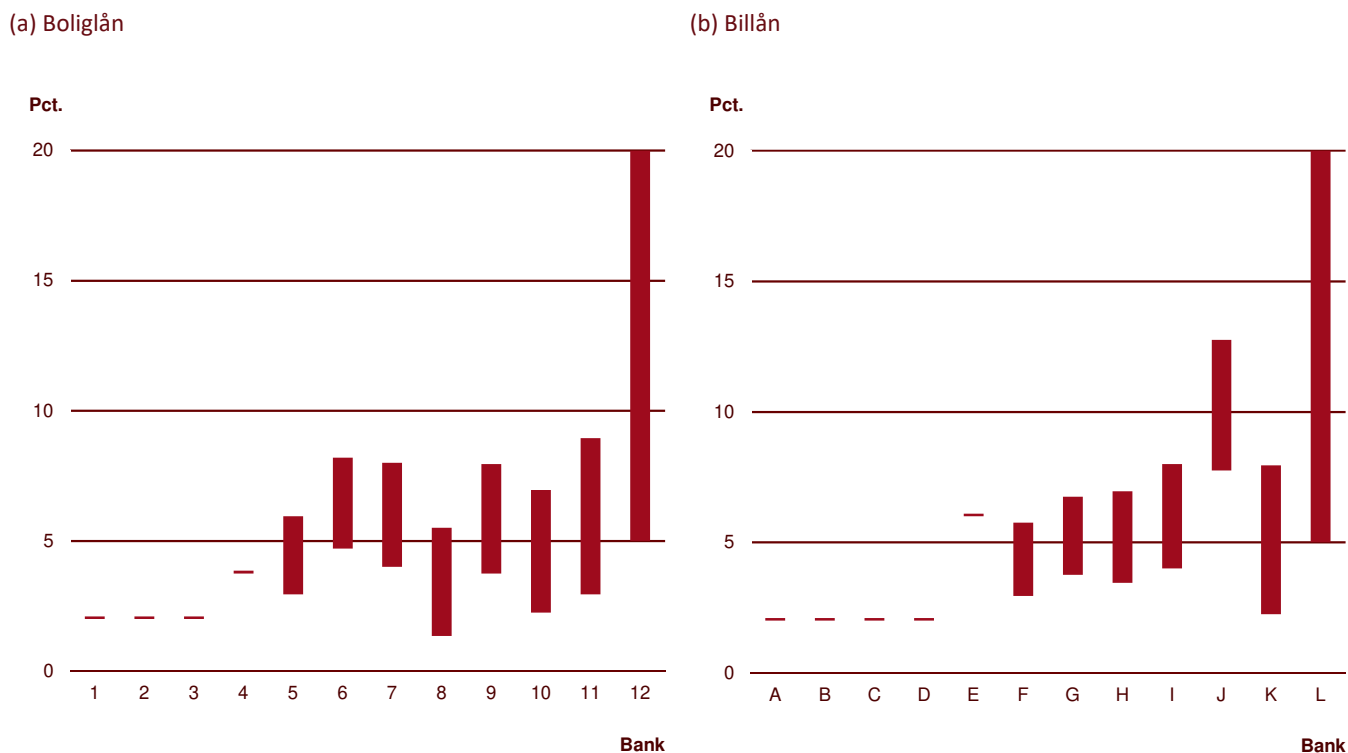


Anm.: Undersøgelsen dækker 25 banker, inkl. de største banker og et udvalg af mindre og mellemstore banker. Bankernes priser er kun vist, hvis de er vurderet sammenlignelige, og de enkelte figurer inkluderer derfor ikke nødvendigvis alle banker.

Kilde: Indhentet fra bankernes hjemmesider og pengepriser.dk.

Der er også væsentlig spredning i bankernes listepriiser/renter på bil- og boliglån. Således tager nogle banker en rente på et bolig- eller billån på omkring 2 pct., mens spændet for mange andre banker er både bredere og generelt på et højere niveau, jf. figur 3.27. En række banker tilbyder ifølge deres prisbøger en minimumsrente på bolig- eller billån, der er mere end dobbelt så høj som renten blandt de billigste udbydere. Det skal imidlertid bemærkes, at renten kun er en del af de samlede omkostninger ved at optage bolig- eller billån, og at opgørelsen dermed ikke viser spredningen i forbrugernes samlede omkostninger.

Figur 3.27 Minimums- og maksimumsrenter på bolig- og billån blandt udvalgte banker



Anm.: Undersøgelsen dækker 18 banker, inkl. de største banker og et udvalg af mindre og mellemstore banker. Bankernes priser er kun vist, hvis de er vurderet sammenlignelige (fx er banker, der tager en fast pris i kr., ikke inkluderet), og figurerne inkluderer derfor ikke alle banker.

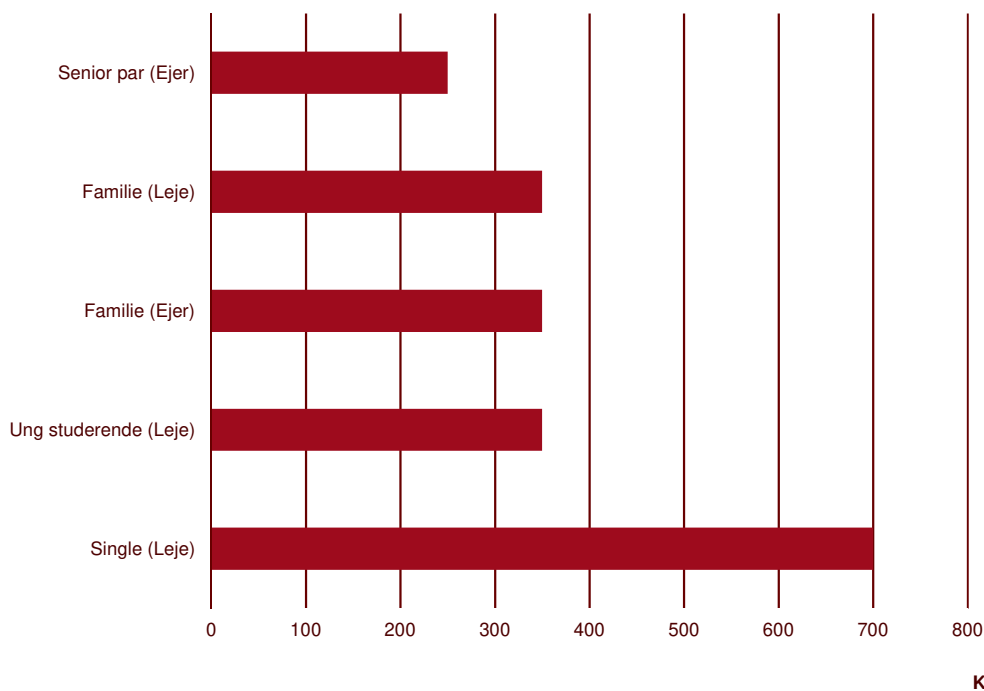
Kilde: Indhentet fra bankernes hjemmesider.

Opgørelserne peger således på, at der for mange almindelige bankprodukter er variation i de officielle listepreiser, som basiskunder tilbydes i forskellige banker.

Hjemmesiden pengepriser.dk, der drives i et samarbejde mellem Forbrugerrådet Tænk og Finans Danmark, viser listepreiser på en række enkeltprodukter for mange forskellige familietyper. Hvis der tages udgangspunkt i disse listepreiser (ekskl. omkostninger forbundet med ind- og udlån), kan en ung studerende, der bor til leje og har en årlig indkomst mellem 75.-200.000 kr., spare godt 350 kr. årligt ved at købe de udvalgte ydelser hos den billigste bank i forhold til at købe dem hos den dyreste, jf. Figur 3.28. Et seniorpar, der ejer egen bolig og har en husstandsindkomst mellem 225.-450.000, kan spare godt 250 kr. årligt. Hertil kommer de rabatter som man evt. kan forhandle sig til, ligesom de mest omkostningstunge poster herunder ind- og udlån ikke er medtaget.

Således indikerer opgørelsen af prisforskelle på enkeltprodukter, at der er gevinster for forskellige forbrugere ved at være aktive på bankmarkedet. Videre indikerer forskellene i bankernes renter på bil- og boliglån, at gevinsten ved at være aktiv kan være større for forbrugere, der har behov for denne type produkter. Samlet set kan det altså i mange tilfælde og for mange forskellige kundetyper ofte betale sig at afsøge markedet, og forhandle priser og vilkår med eksisterende og konkurrerende banker. Det skal også ses i sammenhæng med, at et væsentligt antal banker og kunder angiver, at man kan opnå bedre vilkår ved at forhandle, jf. kapitel 5.

Figur 3.28 Mulige gevinster ved at skifte fra dyreste til billigste udbyder af forskellige enkeltprodukter



Anm.: Undersøgelsen dækker 17 banker, inkl. de største banker og et udvalg af mindre og mellemstore banker. Priserne er beregnet på baggrund af et forbrug bestående af følgende produkter: Betalinger via Betalingsservice, debetkort, indbetalingskort via netbank, Mastercard eller andet internationalt kreditkort, net- eller mobilbank, overførsler mellem egne konti, overførsler til anden bank, udbetaling via automat i andet institut, udbetaling via automat i eget institut samt Visa/Dankort. Yderligere detaljer om de forskellige familietyper kan findes på pengepriser.dk.

Kilde: Beregnet på baggrund af information fra pengepriser.dk.

Kapitel 4

Adgangs- og ekspansionsbarrierer på bankmarkedet

4.1 Sammenfatning

Adgangs- og ekspansionsbarrierer er med til at begrænse den effektive konkurrence. Adgangsbarrierer begrænser nye aktørers mulighed for at træde ind på markedet, hvilket mindsker det potentielle konkurrencepres på de eksisterende aktører. Ekspansionsbarrierer forhindrer eksisterende aktører i at vinde markedsandele, hvilket begrænser deres direkte konkurrencepres på de andre aktører. Tilstedeværelsen af adgangs- og ekspansionsbarrierer kan således føre til højere priser, mindsket produktudbud og i sidste ende lavere forbrugervelfærd.

På bankmarkedet er der en række adgangs- og ekspansionsbarrierer. Markedet er bl.a. kendetegnet ved naturlige skalafordele, hvor karakteristika ved produkterne og produktionsmetoderne giver en række omkostningsfordele ved at have en vis størrelse. Eksempelvis kan et it-system være dyrt at udvikle. Til gengæld kan et it-system, når det er udviklet, som regel håndtere flere kunder uden at det udløser særligt store ekstra omkostninger. Skalafordele gør det således sværere for nye banker at træde ind på markedet.

Derudover kan den omfattende regulering, herunder af bl.a. kapitalkrav og hvidvaskbekæmpelse, gøre det dyrere at drive en mindre bank i forhold til at drive en større bank.

Hertil kommer, at kundemobiliteten på bankmarkedet er relativt lav og kan gøre det vanskeligere for nye banker at opnå en kritisk masse, som skal til for at høste skalafordele.

Bankmarkedet er også karakteriseret ved, at bankerne ikke fuldt ud kender kundernes risiko, og dermed i sidste ende deres rentabilitet. Den primære risiko forbundet med en bankkunde er, hvorvidt kunden kan leve op til de forpligtigelser, som kunden har over for banken. Den asymmetriske information mellem bank og kunde kan gøre det sværere for en ny bank, som gerne vil erobre en kunde at give et attraktivt tilbud, bl.a. fordi det er vanskeligt for den nye bank at få et lige så detaljeret billede af kundens risiko som den eksisterende bank. Samlet set kan asymmetrisk information således være med til at begrænse konkurrenters mulighed for at tiltrække nye kunder.

De fleste banker tilbyder i dag mere end blot klassiske bankprodukter, bl.a. med henblik på et etablere helkundeforhold, hvor hele engagementet samles i banken. Mange banker formidler således også finansielle produkter som leveres af samarbejdspartnere. Hvis nye aktører ikke er i stand til (med det samme) at tilbyde samme portefølje af produkter, kan dette udgøre en barriere for indtræden på markedet.

Tilsynsdiamantens pejlemærke om, at den årlige udlånsvækst i en bank ikke må overstige 20 pct. kan også fungere som en ekspansionsbarriere for mindre banker, som ønsker at vokse organisk ved at erobre nye kunder.

4.2 Skalafordele kan udgøre en adgangsbarriere for nye banker

Bankmarkedet rummer gode muligheder for skalafordele. Det skyldes bl.a., at en del af bankernes omkostninger er uafhængige af, om banken får lidt flere eller lidt færre kunder, og om den samlede volumen af udlån bliver lidt større eller lidt mindre.

En produktionsproces er forbundet med skalafordele, hvis en virksomheds gennemsnitlige omkostninger falder, når produktionen øges. På bankmarkedet kan skalafordele bl.a. opstå som følge af etableringsomkostninger, fx udvikling af it-systemer. En ny bank vil typisk skulle etablere et it-system, som skal håndtere kundernes konti, indbetalinger, overførsler m.v., og som også skal kunne håndtere alle former for indberetninger fx til Skat. Et sådant it-system kan være dyrt at anskaffe. Til gengæld kan et it-system, når det er udviklet, som regel håndtere mange kunder.

De fleste banker samarbejder om it-infrastruktur (via datacentraler) og kapitalforvaltning. Det betyder, at de deltagende banker kan dele de faste omkostninger, som er nødvendige for at kunne yde bankforretning. Det er med til at reducere bankernes gennemsnitlige omkostninger. Disse samarbejder betyder, at også mindre banker kan opnå skalafordele, hvis de kan få adgang til datacentralen.

Skalafordele kan også opstå som følge af de betydelige regulatoriske krav, som bankerne skal efterleve. Banker skal bl.a. have tilladelse til at drive virksomhed hos Finanstilsynet. Det indebærer bl.a., at en bank skal igennem en godkendelsesprocedure inden de kan starte forretning, som vil være forbundet med en række engangsomkostninger.

Bankerne er også underlagt en række krav til, hvor meget kapital de skal have som sikkerhed for de lån og andre eksponeringer, der er forbundet med risiko. Formålet med kapitalkravet er, at bankerne skal kunne håndtere uventet store tab uden at gå konkurs. Kravet til kapital opgøres med afsæt i risikovægte for bankens forskellige aktiver, som opgøres efter forskellige metoder. Små banker bruger typisk en standardmetode fastsat i Finanstilsynets regler, mens større banker typisk efter tilladelse fra Finanstilsynet kan bruge egne interne modeller til at bestemme deres kapitalbehov. Almindeligvis vil standardmetoden medføre større krav til kapital end interne metoder.

For at benytte en intern model skal banken først udvikle den interne model og herefter benytte den internt i mindst tre år, før den kan godkendes af Finanstilsynet.⁷¹ Typisk vil det kræve meget data at udvikle modellen, og det kan således tage adskillige år, før en bank kan overgå til at benytte en intern model. I denne periode vil banken skulle afholde omkostningerne ved at opbygge den interne model, men uden at kunne benytte den til at beregne det formelle solvenskrav. Hertil kommer, at risikoen for tab skal beregnes på et ekstra konservativt grundlag, hvis data er begrænsede.⁷² Det kan gøre det sværere for nye banker at konkurrere med eksisterende banker, og kan gøre det svært for eksisterende banker at ekspandere til nye forretningsområder.

Bankerne afholder også løbende omkostninger til at indberette oplysninger til Finanstilsynet, særligt i forbindelse med regnskabsaflæggelse. Ud over de faste indberetninger kan Finanstilsynet pålægge en bank ad hoc at indberette om særlige emner. Hvis Finanstilsynet finder, at en bank ikke overholder lovgivningen, har tilsynet en række indgrebsmuligheder, og kan i sidste ende tilbagekalde tilladelsen til at drive bankvirksomhed, eller påbyde banken at afsætte en direktør eller at et bestyrelsesmedlem skal nedlægge sit bestyrelseserhverv.

Desuden er bankerne omfattet af hvidvaskloven, der bl.a. indeholder en forpligtelse til at have et omfattende kundekendskab,⁷³ samt krav til kundernes legitimation og bankens kontrol

⁷¹ Jf. Forordning (EU) nr. 575/2013 artikel 145.

⁷² Jf. bl.a. Forordning (EU) nr. 575/2013 artikel 171 stk. 2 og artikel 179 stk. 1a

⁷³ KYC ("know your customer")

heraf, og at bankerne er opmærksomme på kundernes aktiviteter. Derudover stiller hvidvaskloven krav om registrering af banker i Finanstilsynets hvidvaskregister og registrering på virk.dk i registret til bekæmpelse af hvidvask, krav om en risikovurdering af banken og om en hvidvaskpolitik, risikovurdering af instituttets kunder, overvågning af kundeforhold, undersøgelse og notering af usædvanlige kundeaktiviteter, underretning til Hvidvasksekretariatet ved mistanke om hvidvask eller terrorfinansiering, samt dokumentation og opbevaring af kundeoplysninger i fem år. Reglerne i hvidvaskloven er blevet væsentligt skærpet de senere år. Det har medført en væsentlig forøgelse af de ressourcer, herunder arbejdskraft, som pengeinstitutterne skal anvende på hvidvaskbekæmpelse.

Procedurer og systemer til overholdelse af regler og efterlevelse af retningslinjer kan være dyre at udvikle. Til gengæld kan systemer, når de er udviklet, som regel håndtere stigende skala. Høje etableringsomkostninger og reguleringen af sektoren kan have betydning for måden, hvorpå de aktuelle udbydere konkurrerer med hinanden, og kan også påvirke muligheden for at nye spillere kan komme ind på markedet. Finans Danmark skønner, at antallet af ansatte, der primært arbejder med compliance og hvidvask er steget med 1.200 fra 2018 til 2019. Det svarer til 3 pct. af beskæftigelsen i sektoren og øgede årlige lønudgifter på 0,9 mia. kr.⁷⁴ Disse omkostninger overvæltet helt eller delvis på kunderne.

Den omfattende regulering og øvrige etableringsomkostninger udgør en adgangsbarriere, som er med til at begrænse muligheden for, at nye aktører kan træde ind på markedet, hvilket mindsker det potentielle konkurrencepres på de eksisterende aktører. Selv hvis en ny bank potentielt er mere effektiv end de eksisterende, kan det således være svært at indtræde på markedet, hvis ikke banken fra start kan høste samme skalafordele som eksisterende banker.

4.3 Bundling kan udgøre en barriere for indtræden på markedet

Banker tilbyder i dag privatkunder mere end blot klassiske bankprodukter enten via en koncernforbundet virksomhed eller en formidlingsaftale. Der er dog også banker, som kun tilbyder et mindre udvalg af finansielle ydelser. Fx tilbyder en række banker ikke investeringsmuligheder eller pensionsprodukter.

Salg af flere ydelser i et bundt ("bundling") kan ifølge Konkurrenceloven være ulovligt, hvis det udføres af en dominerende virksomhed og afskærmer potentielle konkurrenter fra at gå ind på et af de markeder, der er tale om. Det afspejler, at bundling kan have konkurrenceskadelige virkninger. Omvendt kan bundling også medføre effektivitetsgevinster for den virksomhed, som sælger ydelserne. Det kan være til gavn for forbrugerne.

Hvis nye aktører ikke er i stand til at tilbyde samme portefølje af produkter, kan dette udgøre en barriere for indtræden på markedet. Det skal ses i sammenhæng med, at knapt 92 pct. af kunderne er kunder i en bank, der tilbyder en bred palet af finansielle ydelser, og at næsten 66 pct. af kunderne foretrækker at have deres bankaktiviteter samlet ét sted, jf. kapitel 7.

4.4 Lav forbrugermobilitet kan virke som en adgangs-og ekspansionsbarriere

Mobiliteten på bankmarkedet er relativt lav sammenlignet med mange andre markeder, jf. kapitel 5. Det kan gøre det vanskeligere for nye banker at opnå den nødvendige kritiske masse, som skal til for at høste de skalafordele, som er beskrevet ovenfor. På den måde kan en relativt

⁷⁴ Finans Danmark, *Øget compliance-indsats koster bankerne på indtjeningen*, 2019

lav forbrugermobilitet påvirke konkurrencen mellem eksisterende udbydere på markedet, og medføre, at det i praksis bliver vanskeligt for nye banker at træde ind på markedet.

Bankmarkedet har over de seneste årtier været præget af løbende konsolidering drevet af fusioner. Der har kun været begrænset tilgang af nye virksomheder igennem de seneste år, og de banker der er trådt ind på markedet, er forholdsvis små og vokser typisk ikke nævneværdigt efter de er startet op på markedet, jf. kapitel 3.

4.5 Asymmetrisk information kan gøre det sværere at tiltrække nye kunder

Bankmarkedet er kendetegnet ved, at bankerne ikke fuldt ud kender den enkelte kundes risiko, og dermed i sidste ende kundens rentabilitet. Den primære risiko forbundet med en bankkunde er, hvorvidt kunden kan leve op til de forpligtigelser (lån), som kunden har over for banken. Denne asymmetriske information mellem kunde og bank kan mindskes i længere relationer, hvor banken bl.a. kan bruge kundens betalingshistorik til at vurdere den pågældende kunders risiko.

Den asymmetriske information mellem bank og kunde kan gøre det sværere for konkurrerende banker at afgive attraktive tilbud til kunderne. Det skyldes, at det er vanskeligt for andre banker at få et lige så detaljeret billede af kunders risikoen, som den eksisterende bank har. Forbrugernes nuværende bank har således bedre adgang til detaljerede oplysninger om forbrugernes økonomi end konkurrerende banker. Bankernes adgang til detaljerede data om deres kunder kan således give dem mulighed for at skræddersy gode tilbud til deres kunder, men kan også være med til at begrænse konkurrenters mulighed for at tiltrække nye kunder.⁷⁵

Konkurrerende banker er således ofte i en situation, hvor de må afgive tilbud med et mere begrænset kendskab til kundens kreditværdighed. Tilbuddet vil derfor i højere grad afspejle bankens forventning til den gennemsnitlige rentabilitet for en bankkunde af den pågældende type på markedet. Det kan imidlertid betyde, at det primært vil være kunder inden for den pågældende gruppe med en forholdsvis lav kreditværdighed, som accepterer den konkurrerende banks tilbud. Kunder med højere værdi vil finde det mere attraktivt at blive i deres nuværende bank.

Konsekvensen af denne dynamik, der ofte refereres til som "adverse selection", er, at konkurrencen om kunderne på markedet falder. Konkurrerende banker vil have begrænset incitament til at afgive tilbud til nye kunder af frygt for primært at tiltrække kunder med lav forventet værdi, idet de konkurrerende banker ved, at kunders eksisterende bank vil udnytte deres detaljerede information til at holde på særligt værdifulde kunder.

Kunders data kan således have stor værdi for deres bank, fx i forbindelse med kreditvurderinger og rådgivning, men også fordi informationen hjælper banken med at identificere særligt værdifulde kunder. Dynamikken kan blive forstærket, hvis forskellen i adgang til information mellem kundens nuværende bank og andre banker er høj, fx fordi kunderne genererer nye relevante data via bankernes digitale tjenester, eller fordi bankerne bliver bedre til at udnytte deres data om kunderne til at identificere særligt attraktive kunder (eksempelvis via sofistikerede statistiske metoder og machine learning). Mange banker har investeret markant i artificial intelligence og machine learning-metoder de seneste år.⁷⁶

⁷⁵ Sharpe (1990); Dell'Ariccia (2001).

⁷⁶ Se fx McKinsey & Company (2021). "Building the AI bank of the future"

Den asymmetriske information mellem bank og kunde kan både påvirke konkurrencen mellem eksisterende udbydere på markedet, og kan også gøre det vanskeligere for nye banker at opnå en kritisk masse og kan dermed fungere som en adgangsbarriere.

4.6 Tilsynsdiamanten kan fungere som en ekspansionsbarriere

Banker i Danmark er underlagt den såkaldte tilsynsdiamant, som blev introduceret i juni 2010. Tilsynsdiamanten indeholder bl.a. pejlemærker for vækst i udlån og ejendomseksponering, jf. Figur 4.1.

Pejlemærkerne er fastsat for at modvirke overdreven risikotagning, og samtidig gøre det muligt for sunde pengeinstitutter at drive profitabel bankvirksomhed og yde den nødvendige kredit til virksomheder og husholdninger. Pengeinstitutter, der overskrider et eller flere pejlemærker, kan efter en individuel vurdering modtage en offentlig risikooplysning.

Tilsynsdiamantens pejlemærke omkring at den årlige udlånsvækst i en bank ikke må overstige 20 pct. kan fungere som en adgangsbarriere for (især små) banker, som ønsker at vokse organisk ved at erobre nye kunder. Det bemærkes dog, at en overskridelse af tilsynsdiamantens pejlemærke ikke nødvendigvis giver anledning til en tilsynsreaktion.

Figur 4.1 Tilsynsdiamanten for pengeinstitutter



Kilde: Finanstilsynet (2021). Vejledning om tilsynsdiamanten for pengeinstitutter gældende fra juli 2021.

Kapitel 5

Forbrugermobilitet på bankmarkedet

5.1 Sammenfatning

Forbrugere, der skifter udbyder, hvis de ikke er tilfredse, og som forhandler vilkår, når de handler, belønner de virksomheder, som sælger den bedste ydelse til den laveste pris. Derfor kan begrænset mobilitet være med til at reducere bankernes tilskyndelse til at sætte lavere priser og udvikle nye innovative produkter.

Godt 5 pct. af forbrugerne på bankmarkedet har skiftet primær bank i 2018. Mobiliteten har stort set været uændret siden 2005.

Mobiliteten på det danske bankmarked er relativt lav sammenlignet med andre markeder med forholdsvis komplicerede produkter, fx skadesforsikringer. Omvendt peger en sammenligning med andre lande på en relativt høj mobilitet på bankmarkedet i Danmark.⁷⁷

Den gennemsnitlige årlige mobilitet på bankmarkedet dækker over en forskelligartet adfærd blandt kunderne. Således peger analyserne på, at der er en gruppe kunder, der oftere skifter bank, og en gruppe, som kun sjældent eller i mange tilfælde aldrig har skiftet bank.

Særligt de yngre generationer er mere tilbøjelige til at skifte bank end de ældre, efter der er kontrolleret for en række målbare karakteristika, fx uddannelsesniveau, indkomst m.v. Desuden viser analysen, at bankkunder, der skifter familiestatus, fx fra enlig til samlevende, har større sandsynlighed for at skifte bank end bankkunder, hvor familiestatus er uændret.

Der kan selvsagt være gode grunde til ikke at skifte udbyder. Fx kan forbrugeren allerede have den aftale, der opfylder behovet på den bedste måde. Således resulterer aktiv forbrugeradfærd ikke nødvendigvis i et bankskifte, men kan indebære, at forbrugeren har afsøgt markedet og vælger at forblive kunde hos den nuværende bank – eventuelt efter at have forhandlet bedre vilkår. Det er godt hver fjerde kunde på bankmarkedet, der har forhandlet om bedre priser eller produkter. Heraf er ca. to tredjedele blevet belønnet i form af bedre priser eller produkter.⁷⁸

Realkreditlån formidles af bankerne (typisk mod provision), og den enkelte bank formidler kun lån fra ét realkreditinstitut. Forbrugere, som optager deres første realkreditlån, har en større sandsynlighed for at skifte bank end andre kundegrupper. Når kunderne har optaget realkreditlån, falder sandsynligheden for at skifte bank betydeligt igen. Samtidig er tendensen til at skifte realkreditudbyder også meget begrænset. Mobiliteten på realkreditmarkedet (dvs. tendensen til at skifte realkreditinstitut) var omkring 2 pct. i 2019, jf. figur 5.10.

Analysen anvender to metoder til at måle kundemobilitet på det danske detailbankmarked. Dels en registerbaseret analyse, som inddrager alle kunder på det danske bankmarked, dels en

⁷⁷ Special Eurobarometer 446 fra 2016

⁷⁸ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, 2020, Forbrugeradfærd på 13 markeder.

survey blandt ca. 2.800 bankkunder, som Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har gennemført i sommeren 2021. Begge analyser fokuserer på forbrugere, der har skiftet *primær* bank. Opgørelsesmetoder og grundlaget for analysens beregninger af mobiliteten er nærmere beskrevet i boks 5.1.

5.2 Aktive forbrugere styrker konkurrencen

Aktive forbrugere skaber betydelige samfundsøkonomiske gevinster. Når forbrugerne er aktive styrkes konkurrencen og virksomhederne presses til at sætte bedre priser og udvikle nye innovative produkter. Det er derfor i samfundets interesse, at forbrugerne sikres de bedste forudsætninger for at kunne træffe aktive og velinformerede valg.

Der kan selv sagt være gode grunde til ikke at skifte udbyder. Mange forbrugere kan allerede have en aftale, der opfylder deres behov på den bedste måde. Forbrugerne kan også opleve, at det er tidskrævende at afsøge markedet for konkurrerende produkter, eller at det er forbundet med omkostninger at skifte udbyder. Hvis der er unødige skiftebarrierer, som forhindrer at kunden skifter bank, vil det være udtryk for et velfærdstab for kunden.

Forbrugernes mulighed for at træffe aktive beslutninger afhænger af, om det er let og billigt at skifte udbyder, og om forbrugerne kan forstå de produkter og den rådgivning, de modtager på markedet.

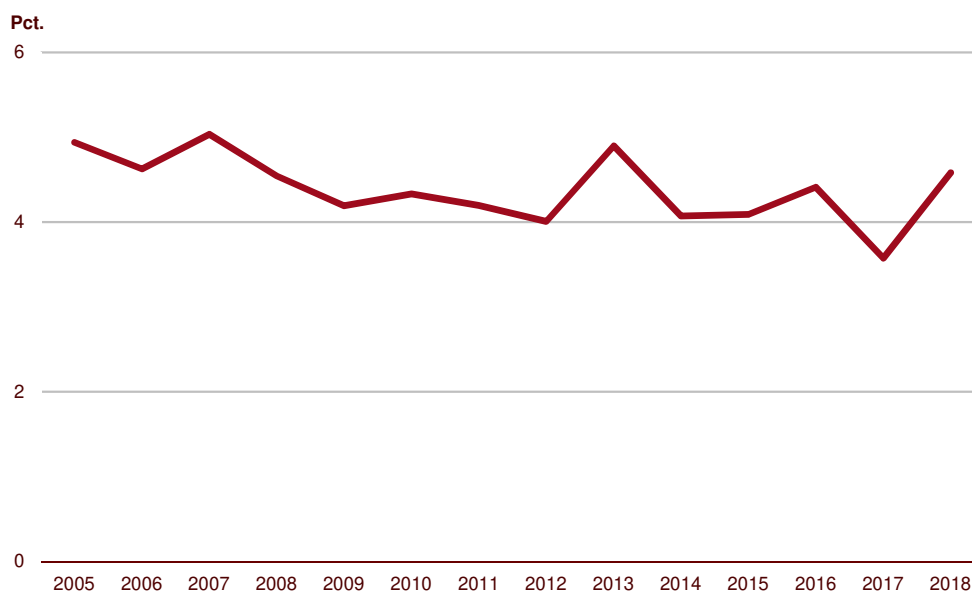
Bankmarkedet har en række karakteristika, der kan føre til en lavere mobilitet, end hvad der typisk observeres på andre markeder. Den finansielle sektor er som nævnt underlagt omfattende regulering, som bl.a. er begrundet af forbrugerbeskyttelseshensyn og et ønske om at sikre den finansielle stabilitet. Bankerne skal bl.a. vurdere nye kunders kreditværdighed mv., og de har derfor behov for at modtage en række privatøkonomiske oplysninger, fx lønsedler eller skatteoplysninger, før de kan afgive tilbud og flytte nye kunders engagement. Det kan være besværligt for mange forbrugere at fremskaffe alle relevante oplysninger, hvilket kan begrænse forbrugernes motivation til at være aktive på markedet. Næsten halvdelen af bankerne peger på, at regulering gør det vanskeligere for kunderne at skifte bank.⁷⁹

5.3 Kundemobiliteten på bankmarkedet

Knap 5 pct. af alle kunder på det danske bankmarked har skiftet primær bank i 2018, jf. figur 5.1. Andelen har været stort set uændret de seneste ti år. Opgjort i kroner er det omtrent 4 pct. af det samlede indestående, der er flyttet til en ny bank i 2018.

⁷⁹ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen survey til danske banker, 2021 "I hvor høj grad oplever jeres bank, at der er regulering, der gør det vanskeligere for kunder at skifte bank?" n=47. 6 banker har angivet, at de i høj grad oplever, at regulering gør det svært for kunder at skifte bank, mens 17 banker har angivet, at de i ingen grad oplever, at regulering gør det svært for kunderne at skifte bank.

Figur 5.1 Andelen af bankkunder, der har skiftet primær bank, 2005 til 2018



Anm.: Tallene er baseret på registerdata, som inkluderer alle kunderne på det danske bankmarked.

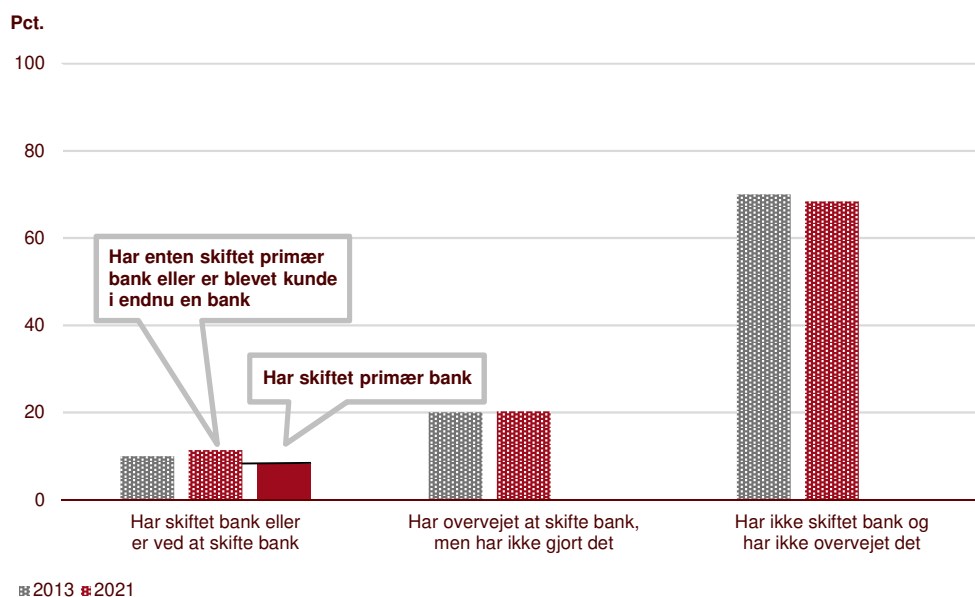
Kilde: Egne beregninger på baggrund af Danmarks Statistiks forskerdatabase.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey blandt danske bankkunder viser et lignende billede. 11 pct. af respondenterne angiver, at de har skiftet bank i løbet af de seneste to år eller at de er i gang med at skifte bank, jf. figur 5.2. Det svarer til en gennemsnitlig årlig mobilitet på ca. 5,5 pct. Det er godt tre ud af fire af bankskiftene, hvor forbrugeren har skiftet primær bank målt ved den konto, hvor deres primære indkomst går ind, fx lønkonto eller NemKonto. Det svarer til, at ca. 8 pct. af alle respondenterne har skiftet primær bank de seneste to år og giver en gennemsnitlig årlig mobilitet på 4 pct.

I Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey fra 2013 angav ca. 10 pct. at have skiftet bank i løbet af de seneste to år. Det svarer til en gennemsnitlig årlig mobilitet på 5 pct. Finans Danmark har opgjort mobiliteten på det danske bankmarked til 4 pct. i 2019 på baggrund af registerdata og til ca. 8 pct. i andet kvartal for 2021 på baggrund af en spørgeskemaundersøgelse.⁸⁰

⁸⁰ Finans Danmark (2021). Kundemobilitet på det danske bank- og realkreditmarked.

Figur 5.2 Kunder, som har skiftet bank inden for de seneste to år



Anm.: Spørgsmålene er: "Har du skiftet bank inden for de seneste to år?", n(2013)=1121, n(2021)=2807, "Hvilken type bankskifte foretog du?", n=283 og "Hvilken type bankskifte er du i gang med?", n=29 for 2021.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2013 og 2021.

Der kan som nævnt være gode grunde til ikke at skifte udbyder. I både 2013 og 2021 angav ca. 20 pct. af respondenterne, at de havde overvejet at skifte bank de seneste to år uden at gennemføre skiftet. I begge undersøgelser har ca. 70 pct. af respondenterne dermed ikke overvejet at skifte bank de seneste to år, jf. figur 5.2.

Det kan ofte betale sig for forbrugerne at være aktive på bankmarkedet. I en tidligere undersøgelse af forbrugeradfærd på en række forskellige markeder blev det vist, at godt hver fjerde kunde på bankmarkedet har prøvet at forhandle om bedre priser eller produkter. Af denne gruppe fik ca. to tredjedele noget ud af at forhandle.⁸¹

Mange banker opfatter forbrugerne som relativt aktive på bankmarkedet. Når det gælder eksisterende kunder angiver næsten 70 pct. af bankerne, at kunderne i høj eller i nogen grad forsøger at forhandle om priser og/eller vilkår. Eksisterende kunder forhandler ofte priser og vilkår i forbindelse med optagelse eller omlægning af lån. For denne gruppe har 6 ud af 45 banker angivet, at kunderne *ofte* får noget ud af at forhandle, mens 29 af de 45 har angivet, at kunderne *af og til* får forhandlet sig frem til bedre vilkår.

⁸¹ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, 2020, Forbrugeradfærd på 13 markeder.

Når det gælder nye kunder angiver godt 90 pct. af bankerne, at kunderne i nogen grad eller i høj grad forsøger at forhandle om priser og/eller vilkår. 11 af de 45 banker har angivet, at nye kunder *ofte* får noget ud af det, mens 26 af de 45 banker har angivet, at det sker *indimellem*.⁸²

Boks 5.1 Kundemobilitet på bankmarkedet

Analysen anvender to metoder til at måle mobilitet blandt kunder på det danske detailbankmarked: En registerbaseret analyse af alle kunder på det danske bankmarked, samt en survey blandt ca. 2.800 bankkunder, som Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har gennemført i sommeren 2021. Begge analyser fokuserer på forbrugere, der har skiftet *primær* bank.

Den registerbaserede analyse er foretaget på baggrund af registerdata fra Danmarks Statistik. Fra og med 2004 opgøres den årlige mobilitet, hvor en bankkunde har flyttet sin primære bankforbindelse.

I registerberegningerne indgår personer, der indgår i befolkningsstatistikken og er fyldt 18 år. Videre skal personen være med i indlansregistret i år $t - 1$, t , $t + 1$ og $t + 2$.

Nogle bankkunder har mere end én bankforbindelse. Her er den primære bankforbindelse opgjort som den bank, hvor forbrugeren har det største indlån, der er større end 10.000 kr. Hvis forbrugeren ikke har indestående, der overstiger 10.000 kr., er den primære bankforbindelse opgjort som den bank, hvor forbrugeren har det største udlån.

Mobilitet, som følge af at banker sammenlægges, opkøbes eller frasælges, afspejler ikke et aktivt valg om at skifte bank fra forbrugernes side. I beregningerne er der således korrigeret for dette. Hvis mere end 20 pct. af bankens kunder (år 0) flytter til den samme, nye bank, så tolkes det som en fusion eller frasal, og derfor tælles disse forbrugeres skift ikke med i beregningen af kundemobiliteten.

5.4 Mobilitet på bankmarkedet i forhold til udlandet og andre markeder

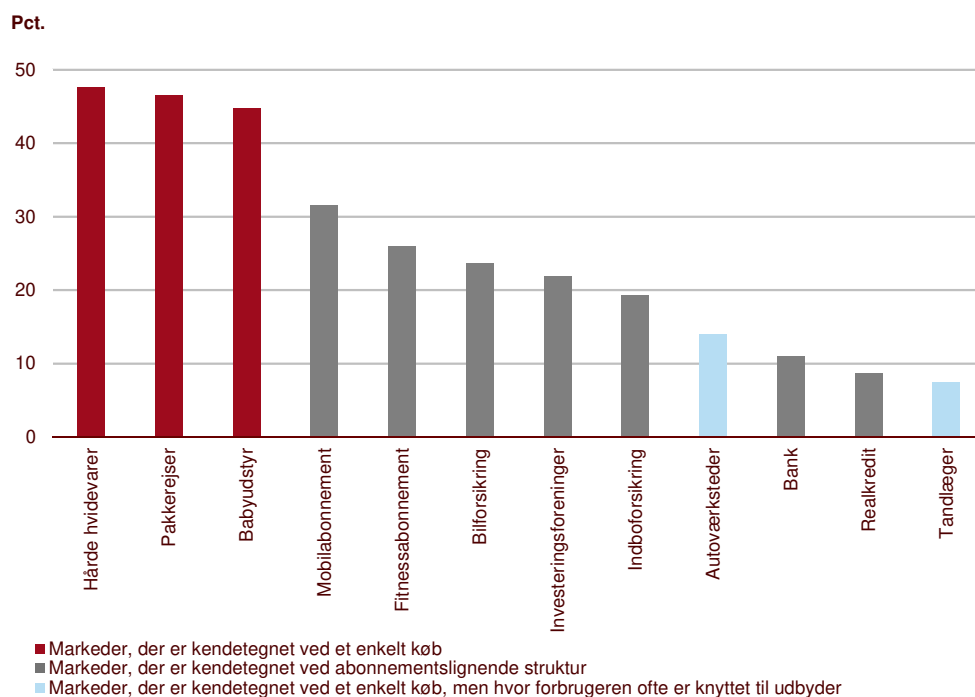
Der er stor forskel på, hvor ofte kunder skifter udbyder på forskellige markeder. En undersøgelse af forbrugeradfærd fra 2020 viser, at på nogle markeder har næsten halvdelen af kunderne skiftet udbyder inden for de seneste to år, mens det på andre markeder gælder for mindre end 10 pct. af kunderne, jf. figur 5.3.⁸³

De markeder, hvor flest kunder har skiftet udbyder er kendetegnet ved, at kunderne foretager ét afgrænset køb af gangen, fx køb af komfur, babyudstyr m.v. Desuden er det typisk relativt ukompliceret for kunderne at vurdere pris og sammenligne vilkår hos forskellige leverandører på disse markeder. Nogle af de markeder, hvor færre skifter udbyder, er kendetegnet ved, at kunderne indgår i et løbende eller abonnementslignende forhold til udbyderen, fx hvor betalingen foregår automatisk, og hvor de modtager en relativt ensartet ydelse over tid. Det kan eksempelvis være en tandrensning hos tandlægen eller adgang til et fitnesscenter. Desuden er der en tendens til, at de markeder, der er mest komplekse for kunden og hvor tillid til leverandøren er vigtig, også er kendetegnet af en relativt begrænset mobilitet. Bankmarkedet tilhører givetvis denne gruppe.

⁸² Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey blandt danske banker, 2021.

⁸³ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2020). Forbrugeradfærd på 13 markeder.

Figur 5.3 Kundemobilitet over to år på forskellige markeder, 2020



Anm.: Forbrugere blev spurgt, hvorvidt de havde skiftet udbyder inden for de seneste to år.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens "Forbrugeradfærd på 13 markeder" 2020.

Europa-Kommissionen har i 2016 undersøgt forbrugermobilitet på tværs af medlemslande for en række finansielle produkter, fx lån med sikkerhed i fast ejendom og sundhedsforsikringer.⁸⁵

Undersøgelsen finder, at det i 2016 var omtrent 17 pct. af kunderne, som havde skiftet bankkontoudbyder inden for en femårig periode. Desuden viser undersøgelsen, at de danske forbrugere skifter bankudbydere oftere end forbrugere i andre europæiske lande. Sverige indtager andenpladsen med en mobilitet på omkring 15 pct. over en femårig periode. Herefter følger Storbritannien med en mobilitet omkring 10 pct., jf. figur 5.4.

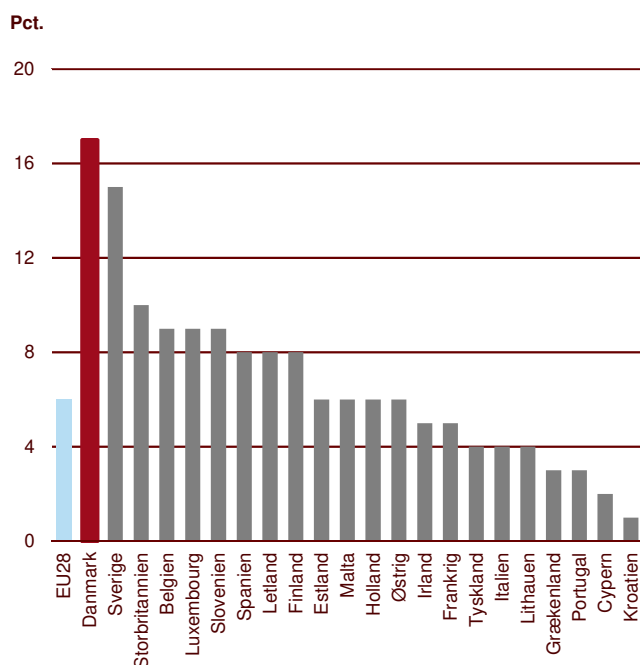
Undersøgelsen viser yderligere, at ca. 14 pct. af de danske forbrugere, der har haft et lån med sikkerhed i fast ejendom har skiftet udbyder inden for en femårig periode. Mobiliteten blandt forbrugere med denne type lån er højest i Storbritannien efterfulgt af Frankrig og Sverige. Danmark er placeret på en fjerdeplads.

⁸⁴ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2020). Forbrugeradfærd på 13 markeder.

⁸⁵ Special Eurobarometer 446 fra 2016.

Figur 5.4 International sammenligning af kundemobilitet i banksektoren, 2016

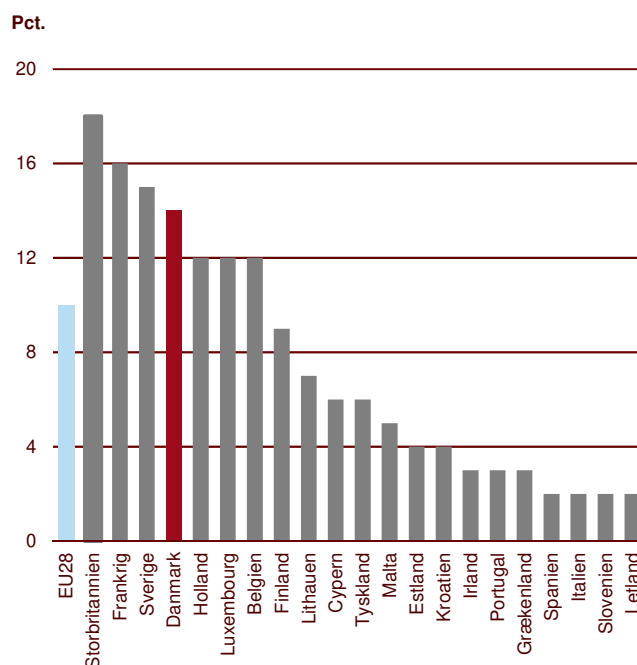
(a) Forbrugere, der over en femårig periode har haft en bankkonto og har skiftet udbyder



Anm: Spørgsmålet er: "In the last 5 years have you changed provider of these products and services?" krydset med QC1: "Which of the following financial products and services do you have?"

Kilde: Special Eurobarometer 446.

(b) Forbrugere, der over en femårig periode har haft et lån med sikkerhed i fast ejendom og har skiftet udbyder



Anm: Spørgsmålet er: "In the last 5 years have you changed provider of these products and services?" krydset med QC1: "Which of the following financial products and services do you have?"

Kilde: Special Eurobarometer 446.

Der er en række forhold, som man skal være opmærksom på ved en international sammenligning af mobilitet på finansielle markeder. Der er fx stor forskel på andelen af borgere, der har en bankkonto i de europæiske lande, og der er forskel på, hvor almindeligt det er at være boligejer. Ca. 97 pct. af de danske respondenter angiver at have en bankkonto, mens det samme kun gælder ca. 76 pct. af respondenterne i de øvrige lande. Samtidig er der betydelige forskelle på, hvor almindeligt det er at være boligejer, og dermed, hvor mange forbrugere der har et lån med sikkerhed i fast ejendom. Det er ca. 44 pct. af de danske respondenter, der har denne type lån, for de tyske respondenter er tallet ca. 12 pct., mens gennemsnittet for EU er ca. 17 pct. I andre lande, hvor det også er ret almindeligt at være boligejer som fx Holland og Sverige, er der også flere forbrugere, der har skiftet udbyder af bankkonto. Store forskelle i andelen af bankkunder og boligejere på tværs af lande kan gøre det vanskeligt at sammenligne den opgjorte mobilitet.

Analyserne indikerer således, at mobiliteten på det danske bankmarked er forholdsvis lav sammenlignet med kunder på andre markeder, men sammenlignet med andre lande er mobiliteten i Danmark omvendt relativt høj.

5.5 Mobiliteten er påvirket af kunder med hyppige bankskift

Den gennemsnitlige årlige mobilitet på bankmarkedet på omkring 5 pct. dækker over forskelligartet adfærd blandt danske bankkunder. Resultaterne peger på, at der er en gruppe kunder,

der oftere skifter bank, og en gruppe, som kun sjældent eller i mange tilfælde aldrig har skiftet bank.

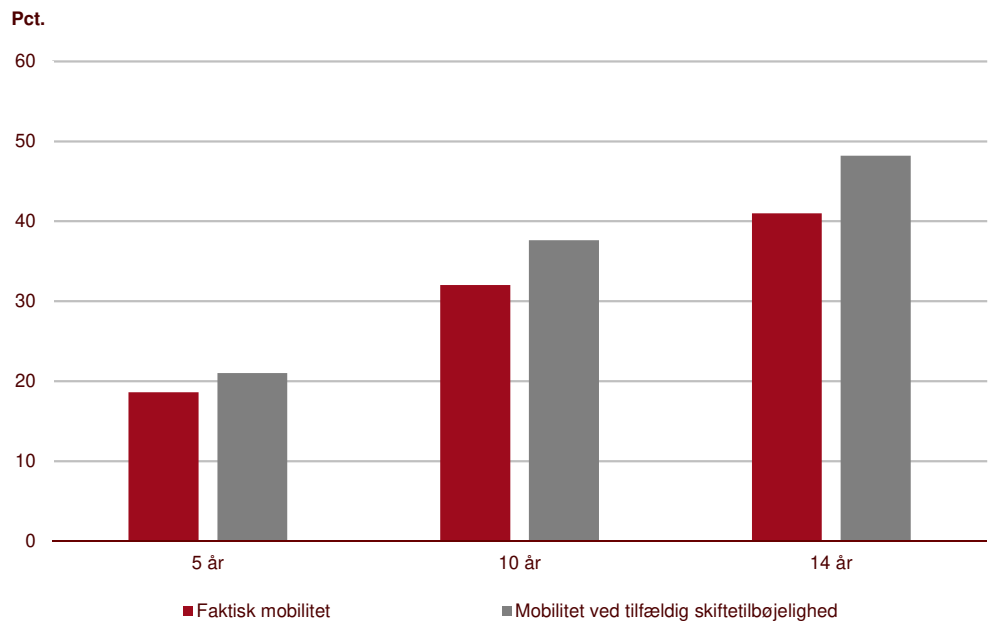
Over en femårig periode har ca. 19 pct. af kunderne skiftet bank.⁸⁶ Videre viser analysen, at over en tiårig periode har ca. 32 pct. af kunderne skiftet bank, mens det over en 14-årig periode drejer sig om ca. 41 pct. Det er således næsten 60 pct. af kunderne, der ikke har skiftet primær bank de seneste 14 år, jf. figur 5.5.

Disse flerårige mobilitetstal er lavere end den mobilitet, som man ville forvente at observere, hvis fem procent af kunderne tilfældigt skifter bank hvert år. Den observerede (flerårige) mobilitet ligger omkring 12-15 pct. lavere end, hvad den tilfældige sandsynlighed ville tilskrive.⁸⁷ Det understøtter, at kunder, der tidligere har skiftet bank, er mere tilbøjelige til at skifte bank igen, jf. også afsnit 5.6 nedenfor.

⁸⁶ Dette estimat er i overensstemmelse med en nyere undersøgelse fra Finans Danmark, der finder en mobilitet på ca. 18 pct. over en femårig periode, hvor data fra 2014 til 2019 er anvendt.

⁸⁷ Mobiliteten under tilfældig skiftesandsynlighed kan beregnes som følger: Sandsynligheden for *ikke* at have skiftet bank efter x år med en årlig mobilitet på p – i dette tilfælde 4,6 pct. – kan skrives som $(1 - p)^x$. Andelen af skiftere kan således findes som $1 - (1 - p)^x$. Så efter fem år er andelen af ikke-skiftere $(1 - 0,046)^5 = 0,77$. Andelen af skiftere er således 0,21 – dvs. 21 pct.

Figur 5.5 Andelen af bankkunder, der har skiftet bank over en 5-, 10- og 14-årig periode



Note: Mobilitetstallene er beregnet på baggrund af bankkunder, der har været bankkunde i hele den pågældende periode. På denne måde afspejles populationen af bankkunder ikke helt, da betingelsen ekskluderer nogle yngre og ældre generationer, som følge af, at de ikke er med i populationen i hele perioden.

Anm.: De flerårige mobilitetstal er lavere end den mobilitet i den pågældende årrække, som man ville forvente at observere, hvis fem procent af kunderne tilfældigt skiftede bank hvert år. Således er der nogle bankkunder i den observerede periode, der har skiftet bank mere end én gang.

Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks forskerdatabase.

Den gennemsnitlige forbruger har været kunde i deres nuværende bank i knap 21 år, svarende til omkring 60 pct. af kundens voksne liv. Hvis alle forbrugerne havde samme sandsynlighed (4,6 pct.) for at skifte bank hvert år, ville den gennemsnitlige forbruger forventeligt have været kunde i sin nuværende bank i ca. 15 år.⁸⁸ Det afspejler, at nogle forbrugere skifter bank relativt hyppigt, mens en større gruppe er forblevet i samme bank i mange år. Dette mønster går igen på tværs af aldersgrupper. Desuden har mange forbrugere samme bank som deres forældre, jf. kapitel 2.

Det kan indikere, at mange forbrugere ikke tager aktiv stilling til mulighederne på bankmarkedet, og at en stor del af forbrugerne ikke tager bankudbyderen op til revision. Mange forbrugere risikerer dermed at gå glip af de fordele, der kan være forbundet med at være aktiv forbruger på bankmarkedet.

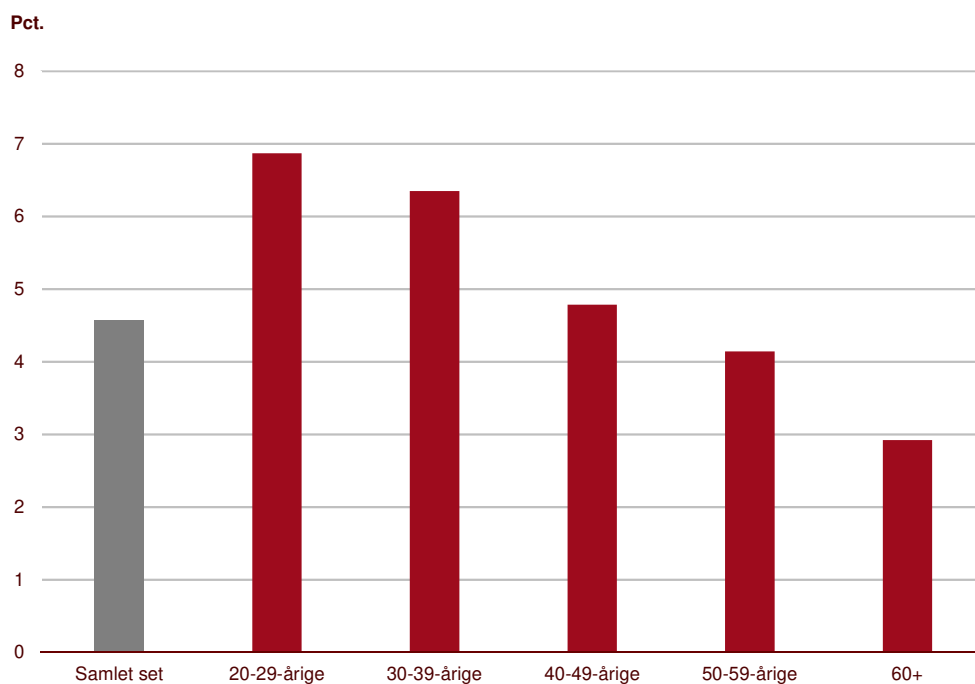
Desuden kan den begrænsede kundemobilitet reducere bankernes tilskyndelse til at sætte lavere priser og til at forbedre kvalitet, effektivitet og produktsortiment.

⁸⁸ Beregningerne antager, at forbrugerne første gang blev bankkunder som 10-årige. Beregningsmetoden samt beregninger med andre antagelser fremgår af Bilag 3.

5.6 Forskel i mobilitet på tværs af kundetyper

Der er betydelig forskel i mobiliteten på tværs af aldersgrupper. Mobiliteten blandt 20 til 29-årige var på ca. 7 pct. i 2018, mens den var under 3 pct. for personer over 60 år, jf. figur 5.6.

Figur 5.6 Mobilitet på tværs af aldersgrupper, 2018



Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks forskerdatabase.

At de unge i højere grad skifter primær bank kan bl.a. skyldes livsbegivenheder for denne aldersgruppe, som ofte har stor betydning for privatøkonomien. Bl.a. er det især de yngre generationer, der køber bolig for første gang.⁸⁹

Familiedannelse- og forøgelse har også stor betydning for privatøkonomien især i de unge år. Ca. 17 pct. af de 18 – 39 årige, der har skiftet bank, angiver, at de skiftede bank, fordi de gerne ville have samme bank som deres partner, mens dette kun gælder for 5 pct. af de respondenter, der er 40 år eller ældre.⁹⁰ Desuden angiver 20 pct. af de unge, at de skiftede bank, fordi deres eksisterende bank ikke ville tilbyde de produkter, de havde brug for, fx lån til bolig.

De forskellige bankkundetyper sandsynlighed for at skifte primær bank er estimeret i en økonomisk model, hvor der kontrolleres for forskellige målbare karakteristika, fx uddannelsesniveau, indkomst, ændringer i civilstatus m.v. Analysen bekræfter, at de yngre generationer er

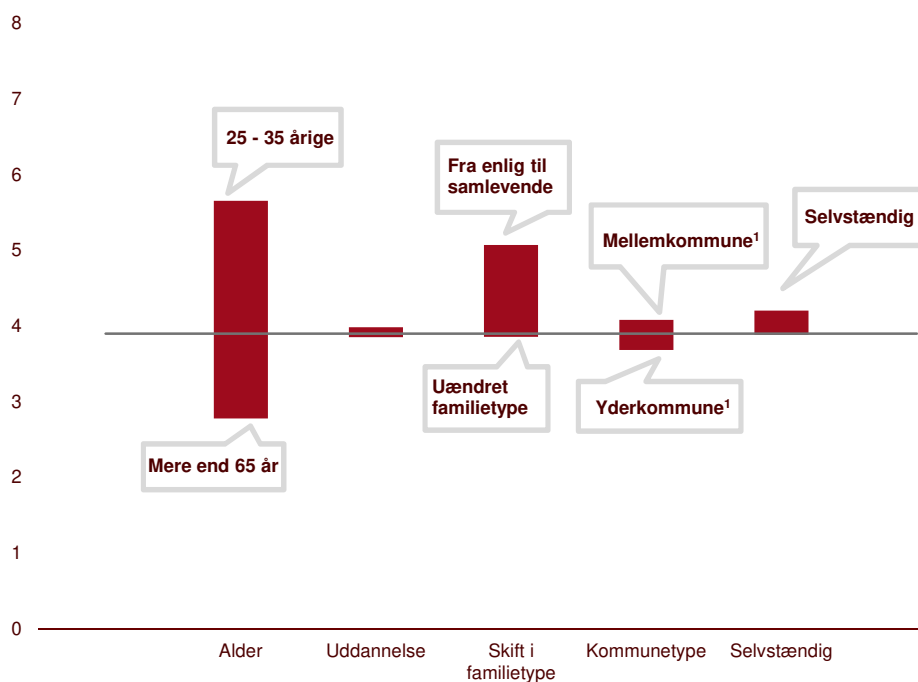
⁸⁹ Danmarks Statistik (2020). Hvem er det, der køber enfamiliehuse?

⁹⁰ Spm B3Q10 "Hvorfor skiftede du bank eller blev kunde i endnu en bank? Du må gerne angive flere svar" N=316.

mere tilbøjelige til at skifte bank end de ældre, efter der er kontrolleret for disse forhold, jf. figur 5.7.

Figur 5.7 Sandsynlighed for skift af primær bank for forskellige kundetyper og på tværs af demografiske forhold, 2018

Sandsynlighed for at skifte primær bank



Note 1: Kommunerne er grupperet efter deres landdistriktsgrad efter et klassifikationssystem på grundlag af 14 objektive kriterier beskrevet i National strategi for Det danske landdistriktsprogram 2007-2013. Der skelnes mellem "Bykommune, Mellemkommune, Landkommune og Yderkommune", hvor Yderkommuner er kendetegnet ved den højeste grad af opfyldelse af kriterierne for at være landdistrikt.

Anm.: Figuren viser forskelle i sandsynlighed for at skifte primær bank på tværs af forskellige parametre estimeret i en logit-regression. Til eksempel så gælder det for parameteren *alder*, at figuren sammenligner to *ens* (og gennemsnitlige), som kun adskiller sig ved deres alder, mens de på de øvrige parametre antages at være helt ens.

Den grå linje angiver en gennemsnitlig bankkundes sandsynlighed for at skifte primær bank

De angivne sandsynligheder er således ikke udtryk for sandsynligheden for at skifte bank for en given person i den anviste aldersgruppe, men derimod sandsynligheden for at skifte bank for en person i den givne aldersgruppe, som på alle de øvrige parametre svarer til gennemsnittet for alle aldersgrupper.

Af bilag 4 fremgår rangeringen og sandsynligheden af øvrige kategorier inden for de forskellige demografiske forhold, som ikke er vist i figuren.

Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks forskerdatabase

De angivne sandsynligheder i figur 5.7 er udtryk for sandsynligheden for at skifte bank for en person i den givne aldersgruppe, som på alle de øvrige parametre svarer til gennemsnittet for alle aldersgrupper. Sandsynligheden for at skifte primær bank for forskellige kundetyper er estimeret ved en såkaldt logit regression, jf. bilag 4.

Analysen viser, at den gennemsnitlige bankkunde, der skifter familiestatus fra *enlig til samlevende* har større sandsynlighed for at skifte bank end den gennemsnitlige bankkunde, hvor familiestatus er uændret. Desuden er sandsynligheden for, at den gennemsnitlige kunde skifter primær bank lidt højere, hvis kunden er selvstændig.

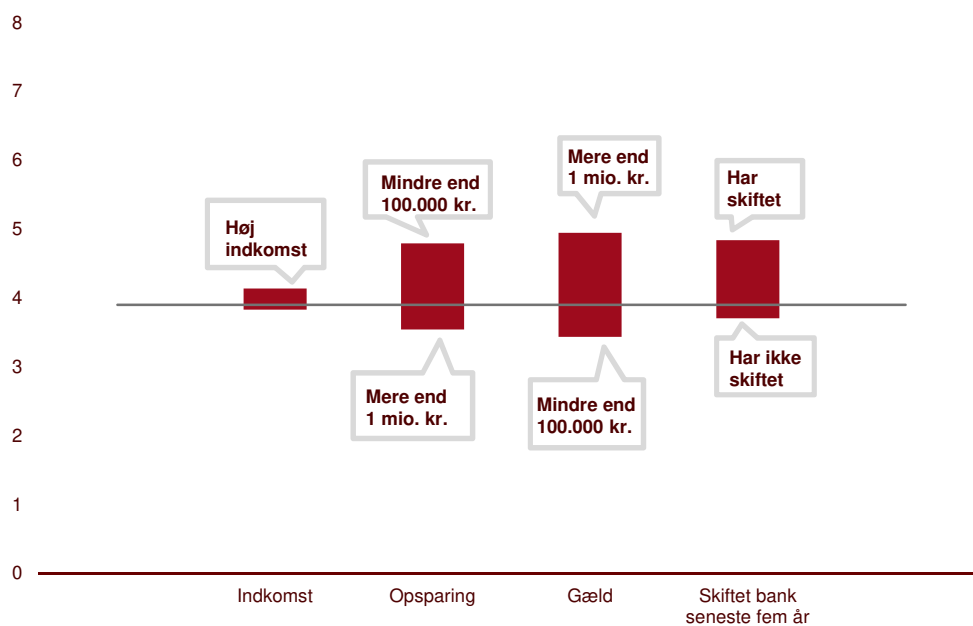
De bankkunder, der bor i mellemkommuner, har større sandsynlighed for at skifte bank, alt andet lige, end kunder, der bor i andre kommunetyper, jf. figur 5.7. Samtidig er det den gennemsnitlige kunde, der bor i yderkommuner, der er mindst mobil på bankmarkedet.

Analysen peger på, at forskel i bankkundernes indkomst ikke er så afgørende for den gennemsnitlige kundes sandsynlighed for at skifte bank, jf. figur 5.8. Derimod gælder, at jo færre aktiver den gennemsnitlige bankkunde har, jo større er sandsynligheden for, at kunden skifter primær bank. Det omvendte gør sig gældende for kunder med høj gæld (passiver). For denne gruppe er sandsynligheden for at skifte primær bank større end for den gennemsnitlige bankkunde med ingen eller lav gæld, når der kontrolleres for de øvrige forhold.

Der er som nævnt tidligere også større sandsynlighed for at skifte bank, hvis man har skiftet tidligere. For en bankkunde, der har skiftet bank inden for de seneste fem år er sandsynligheden for at skifte bank således ca. 30 pct. større end for en kunde der ikke har skiftet de seneste 5 år (når der kontrolleres for de øvrige forhold som indgår i analysen fx alder).

Figur 5.8 Sandsynlighed for at skifte primær bank for forskellige kundetyper på tværs af økonomiske forhold, 2018

Sandsynlighed for at skifte primær bank



Anm.: Figuren viser forskelle i sandsynlighed for at skifte primær bank på tværs af forskellige parametre estimeret i en logit-regression. Til eksempel så gælder det for parameteren indkomst, at figuren sammenligner to ens (og gennemsnitlige) kunder, som kun adskiller sig ved størrelsen af deres aktiver, mens de på de øvrige parametre er helt ens.

Den grå linje angiver en gennemsnitlig bankkundes sandsynlighed for at skifte primær bank

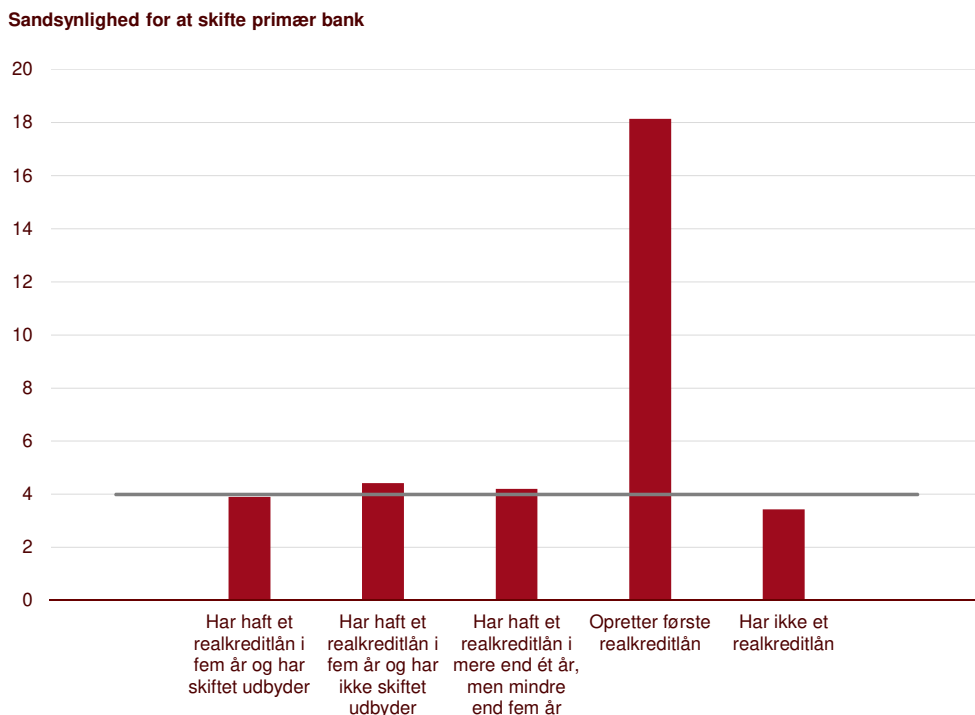
Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks forskerdatabase.

5.7 Bankmarkedet er ofte kundernes indgang til realkreditmarkedet

Sandsynligheden for at skifte bank er relativt stor for forbrugere, der skal optage deres første realkreditlån. Således er der ca. 18 pct. sandsynlighed for at skifte primær bank for en gennemsnitlig bankkunde, der optager sit første realkreditlån, jf. figur 5.9. Derimod er der kun ca. 4 pct. sandsynlighed for at skifte bank for den gennemsnitlige bankkunde (og for bankkunder, som har haft et realkreditlån i mere end to år).

Den høje skiftesandsynlighed kan afspejle, at køb af bolig og optagelse af det første realkreditlån er et naturligt 'vindue' i forhold til at overveje bankforbindelse og afsøge markedet. Eksempelvis kan den høje skiftesandsynlighed afspejle, at par, der køber deres første bolig sammen, ofte har to forskellige banker før købet og derfor vil samle deres bankengagement i én bank. Disse kunder har ikke nødvendigvis afsøgt hele markedet, men blot samlet deres aktivitet i én bank.

Figur 5.9 Sandsynlighed for at skifte primær bank for forskellige realkreditlånetyper, 2018



Anm.: Figuren viser forskelle i sandsynlighed for at skifte primær bank på tværs af realkreditlånetyper ud fra en alt andet lige betragtning estimeret i en logit-regression. I figuren sammenlignes således to *ens* (og gennemsnitlige) kunder, som kun adskiller sig ved, hvilken type realkreditlånstype de er, mens de på de øvrige parametre i logit-estimationen er helt ens, jf. bilag 4.

Den grå linje angiver en gennemsnitlig bankkundes sandsynlighed for at skifte primær bank

Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks forskerdatabase

5.8 Lav mobilitet på realkreditmarkedet

Bankkunders indgang til realkreditmarkedet foregår typisk gennem en bank, ligesom dialogen om kundens realkreditlån foregår med en bankrådgiver frem for direkte med realkreditinstituttet. Langt de fleste kunder på realkreditmarkedet (ca. 95 pct.) har deres realkreditlån gennem deres nuværende bank.⁹¹ I 2019 havde knapt 96 pct. af låntagerne med et realkreditlån

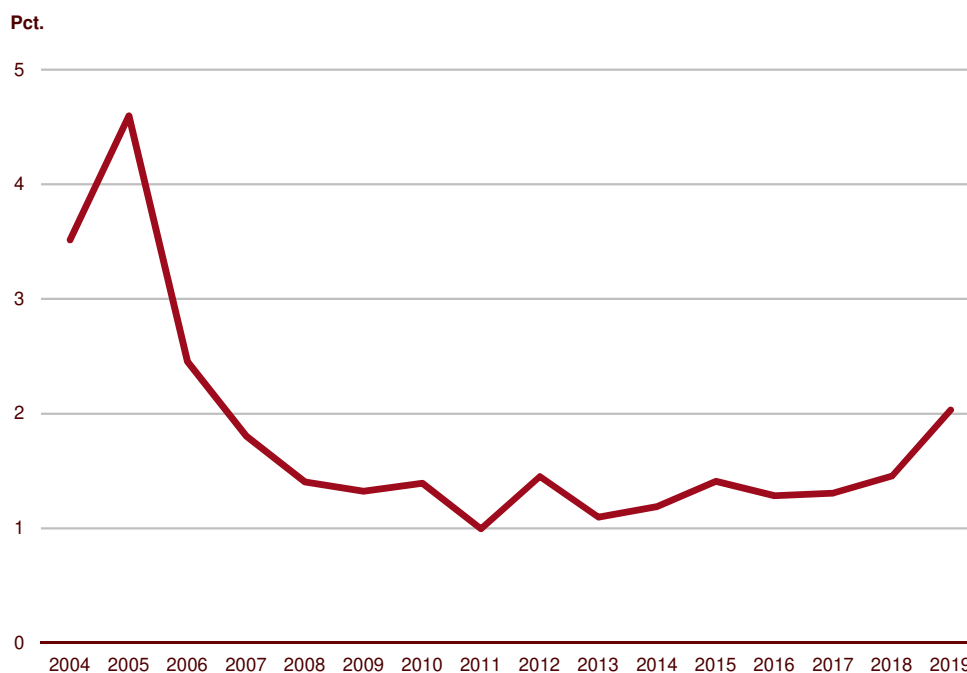
⁹¹ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, *Realkredit- og prioritetslån (priser og markedsudvikling)*, 2021

desuden kun optaget realkreditlån i et enkelt realkreditinstitut. Beregningen af kundemobiliteten på realkreditmarkedet er baseret på registerdata, der omfatter alle realkreditlån til private, hvorpå der er påløbet renter i løbet af året. Metoden er nærmere beskrevet i bilag 6.

Realkreditmarkedet er et marked med få (reelt 4) aktører og med forholdsvis lav kundemobilitet. I 2019 skiftede ca. 2 pct. af kunderne, med et realkreditlån, realkreditinstitut jf. figur 5.10. Mobiliteten på realkreditmarkedet er aftaget siden 2005 og har ligget på et stabilt niveau på omkring 1,5 pct. fra 2008 frem til 2018, men er steget til omkring 2 pct. fra 2018 til 2019.⁹²

Da et skift af realkreditudbyder kræver en omlægning af realkreditlån, er der en vis omkostning forbundet med at skifte realkreditinstitut. Når en låntager har skiftet realkreditudbyder, bliver låntageren således typisk hos det samme institut i de efterfølgende år, og det er relativt sjældent, at låntagere skifter realkreditudbydere flere gange inden for en kortere årrække. Over en 5 års-periode (2014-2019), er det således godt 8 pct. af låntagerne, som skifter institut, og heraf er det godt 2 procentpoint af låntagerne, som skifter institut mere end en gang.

Figur 5.10 Andelen af kunder på realkreditmarkedet, der har skiftet institut, 2004 - 2019

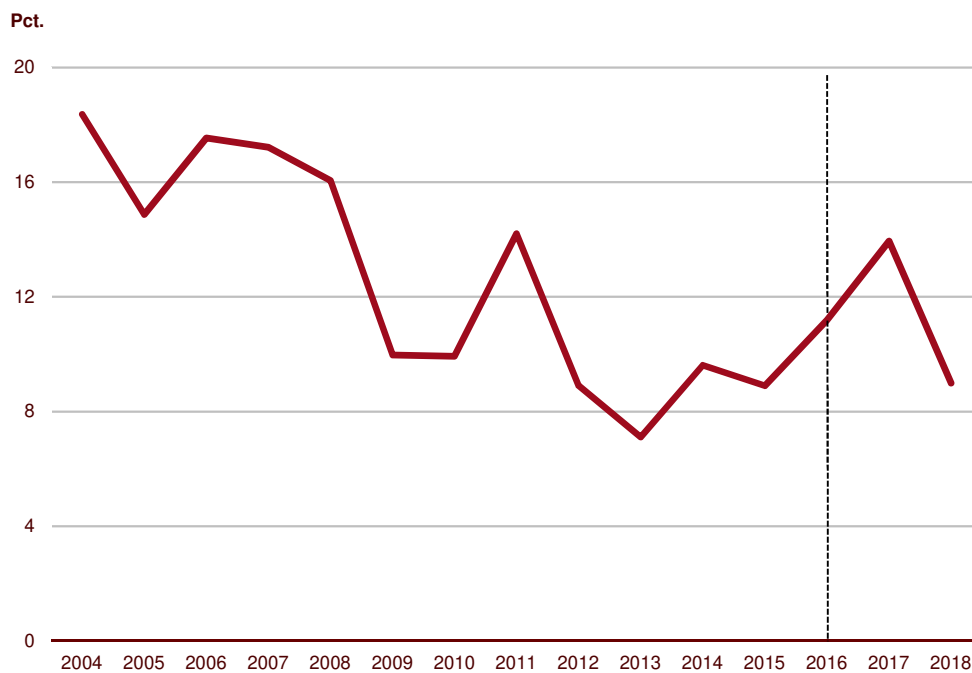


Kilde: Egne beregninger på baggrund af Danmarks Statistiks forskerdatabase.

⁹² Målt på andelen af den samlede restgæld, som hvert år skifter rundt mellem realkreditinstitutterne, er mobiliteten en anelse højere end målt på andelen af kunder, som hvert år skifter institut. Det kan dog også hænge sammen med, at låntagerne over tid afdrager på deres realkreditlån. Det kan bevirke, at de nyoptagne realkreditlån, som skifter rundt mellem institutterne, i gennemsnit er højere end de eksisterende "ældre" realkreditlån, som ikke er fordelagtige at omlægge, og som låntagerne har nået at afdrage af over tid.

Mobiliteten er også påvirket af konverteringsaktiviteten på realkreditmarkedet. Over tid er låntagere med et realkreditlån blevet mindre tilbøjelige til at skifte institut i omlægningsvinduerne. Andelen af låntagere, der skifter institut under en omlægning, er således faldet de seneste 15 år, jf. figur 5.11.

Figur 5.11 Andel af kunder, der skifter realkreditinstitut under låneomlægning



Anm.: Det bemærkes, at der fra 2004 til 2014 er anvendt data fra PANTPERS, som er opgjort på baggrund af Skat, og fra 2015 til 2018 er der anvendt data fra REAL (boligfinansiering opgjort af Nationalbanken).

Den lodrette streg angiver skift i datagrundlag

Kilde: Egne beregninger på baggrund af Danmarks Statistiks forskerdatabase.

Kapitel 6

Motiver og barrierer for forbrugernes aktivitet

6.1 Sammenfatning

En række faktorer kan motivere forbrugere til at være aktive på bankmarkedet. Samtidig kan der være barrierer, som svækker mulighederne for at afsøge markedet og finde den bedste bank.

Analysen peger på, at aktive forbrugere motiveres af økonomiske hensyn. Således afsøger aktive forbrugere i mange tilfælde bankmarkedet med henblik på at opnå lavere renter eller gebyrer, eller fordi de har fået afvist en låneansøgning. Mange ikke-aktive forbrugere er imidlertid også påvirket af økonomiske overvejelser. Der er således en del ikke-aktive forbrugere, som afholder sig fra at afsøge markedet fordi de ikke forventer tilstrækkelig økonomisk gevinst herved.

Desuden peger analysen på, at kompleksitet på bankmarkedet er en vigtig barriere, der begrænser forbrugernes aktivitet. Særligt har forbrugerne svært ved at sammenligne banker og visse produkter på markedet. For en væsentlig gruppe af ikke-aktive forbrugere er bankmarkedet forbundet med lav interesse, og mange har enten ikke tænkt på at skifte bank, eller afholder sig fra at være aktive, fordi de er tilfredse med deres nuværende bank. En væsentlig del af denne gruppe peger også på forholdet til deres nuværende rådgiver som en faktor, der afholder dem fra at afsøge bankmarkedet.

På trods af, at bankerne sender en årlig omkostningsopgørelse til deres kunder, ved størstedelen af de adspurgte forbrugere i styrelsens survey til danske bankkunder ikke, hvad de samlet set betaler i årlige bankomkostninger.

Videre viser et eksperiment blandt 100 forbrugere, at 42 pct. ikke kan identificere deres årlige bankoplysninger. Deltagerne har særligt svært ved at finde deres omkostninger til fx netbank, overførsler, og veksling af udenlandsk valuta, samt hvorvidt de betaler negative renter på deres indlån – og i så fald, hvor meget de betaler.

Selv blandt forbrugere, der lykkes med at identificere deres bankomkostninger, er der stor usikkerhed om, hvorvidt de har fået alle omkostninger med. Usikkerheden er større end for pensions- og forsikringsomkostninger, som også er relativt komplekse produkttyper.

Selvom mange oplysninger allerede i dag er tilgængelige for forbrugerne, har mange forbrugere således svært ved at anvende og forstå den tilgængelige information. Forbrugernes begrænsede viden om priser og omkostninger kan begrænse konkurrencen, fx ved at gøre det svært for forbrugerne at sammenligne tilbud fra andre banker med deres nuværende vilkår. Størstedelen af de forbrugere, der finder det svært at fremskaffe deres bankomkostninger, vurderer, at de ville blive mere aktive, hvis det var lettere at danne sig et overblik over, hvor meget det koster at være kunde hos deres nuværende selskab.

6.2 Aktivitet set med forbrugernes øjne

Mange forbrugere opfatter bankmarkedet som komplekst. Bankerne har i mange tilfælde et væsentligt bedre overblik over finansielle produkter end deres kunder. På markeder med asymmetrisk information er der en risiko for, at en udbyder kan udnytte kundens begrænsede

viden om den ydelse, der handles, til at sælge flere eller dyrere ydelser, end hvad kunden har behov for – i hvert fald i en periode. Det kan også ske ved, at udbyderen sætter prisen højere end den pris udbyderen kunne få under mere velfungerende markedsforhold.⁹³

Forskellige tiltag kan bidrage til at reducere de forskellige risici ved asymmetrisk information. Øget finansiel forståelse og interesse kan fx styrke forbrugernes evne til at forholde sig kritisk til forskellige udbydere.⁹⁴ Ligeledes kan regulering bidrage til at sikre konkurrencen mellem virksomhederne og hjælpe forbrugerne. Der er i forvejen ret omfattende regulering som skal sikre et effektivt tilsyn, øget gennemsigtighed og kundernes rettigheder, jf. boks 6.1.

Bankernes rådgivere får ofte en central rolle, når kunderne skal træffe vigtige økonomiske beslutninger. Bankrådgiverne angiver selv, at kundernes rådgivningsbehov er stort eller meget stort for en række mere komplekse finansielle produkter. Dog angiver kun godt hver tiende rådgiver, at de oplever interessekonflikter mellem at sælge virksomhedens produkter og give god rådgivning. Af dem der oplever en konflikt, vælger mere end fire ud af fem rådgivere efter eget udsagn at rådgive til kundens fordel, også selvom det stiller banken dårligere.⁹⁵

⁹³ Dulleck, Uwe, Rudolf Kerschbamer & Matthias Sutter (2011).

⁹⁴ Balafoutas, Loukas & Rudolf Kerschbamer (2020).

⁹⁵ Finansforbundet: Rådgiversurvey 2021.

Boks 6.1
Forbrugerbeskyttelse på
bankmarkedet

Bankerne er underlagt en række regler om forbrugerbeskyttende adfærd, herunder de såkaldte "god skik"-regler. Reglerne skal bl.a. medvirke til at give forbrugerne tilstrækkelig og målrettet information, så de kan træffe oplyste valg, samt sikre investorbeskyttelse og en klageansvarlig i finansielle virksomheder.

God skik reglerne indeholder bl.a. en generel forpligtelse til at rådgive forbrugerne i form af anbefalinger, vejledning og information om risici, når forbrugeren efterspørger det, eller hvis omstændighederne tilsiger det. Denne forpligtelse skal sikre, at forbrugeren får et godt grundlag for at træffe sine valg og for at kunne tage aktivt stilling til de ydelser, som de bliver tilbudt. Rådgivningen skal ske ud fra forbrugers økonomiske og faktiske forhold, og forpligtelsen gælder både ved indgåelsen af en aftale og under det løbende aftaleforhold.

Hvis en bank har en særlig interesse fx i at få forbrugeren til at vælge et bestemt produkt, skal dette oplyses forbrugeren. I de tilfælde skal rådgiveren oplyse, at vedkommende ikke yder uafhængig rådgivning og kun rådgiver om de produkter, som virksomheden sælger. Videre er banken forpligtet til at give forbrugeren tilstrækkelig information om egne produkter og ydelser, herunder om forskelle i priser og vilkår for alternative produkter, der kan dække forbrugers behov.

På området for handel med værdipapirer er der fastsat en række regler, fx MiFID II-direktivet, der skal sikre forbrugerne information og rådgivning samt regler, der skal skabe gennemsigtighed om omkostningerne ved værdipapirhandler. Oplysningerne skal sammenfattes på en sådan måde, at kunden får et overblik over de samlede omkostninger og den samlede effekt på afkastet af investeringen, og hvis kunden anmoder om det, skal oplysningerne udspecificeres.

Herudover er der forbrugerbeskyttelsesregler i bl.a. bekendtgørelse om risikomærkning af investeringsprodukter, bekendtgørelse om oplysning af risikoklassificering af visse udlånsprodukter, bekendtgørelse om information af forbrugere om priser m.v. i pengeinstitutter, lov om kreditaftaler, markedsføringsloven, bekendtgørelse om god skik for boligkredit, Boligkreditdirektivet, regler om udlevering af central investorinformation m.fl.

I juli 2020 trådte en ny bekendtgørelse om information til forbrugere om priser i pengeinstitutter i kraft. Bekendtgørelsen skal være med til at sikre, at forbrugerne har let og tydelig adgang til en prisoversigt over de mest almindelige omkostninger forbundet med at være bankkunde. Det gælder bl.a. gebyrsatser, som banken selv sætter og opkræver, købs- og salgs-kurser samt ekspeditionsgebyrer knyttet til fremmed valuta, omkostninger forbundet med indlån og udlånskonti, kreditaftaler og aftaler om rabat. Priserne skal være tilgængelige på bankernes hjemmeside.⁹⁶

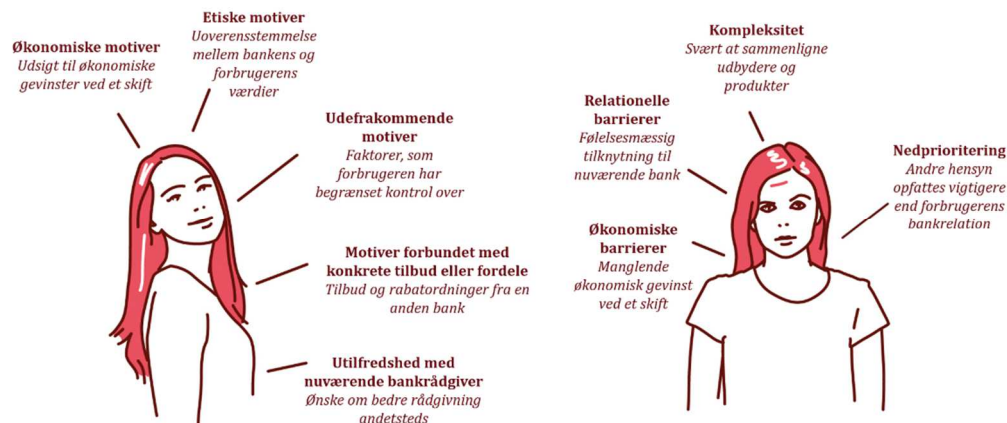
Der kan være forskellige motiver, der ansporer forbrugerne til at være aktive på bankmarkedet, jf. figur 6.1. Nogle forbrugere motiveres af etiske overvejelser, fx udløst af positive eller negative historier i nyhedsmediernes. Andre motiveres af muligheden for at spare penge, fx gennem lavere gebyrer eller muligheden for at undgå negative renter på deres indestående. Forbrugerne kan også motiveres af udefrakommende begivenheder, fx en flytning eller en lokal filiallukning.

Der er også barrierer, som bidrager til at skabe passivitet. Komplexitet kan være en vigtig barriere, der gør det svært for forbrugerne at sammenligne produkter og priser hos konkurrerende banker. Det kan bidrage til at bank bliver et lavinteresseområde, og at en afsøgning af markedet ikke prioriteres i en travl hverdag. En anden barriere kan være omkostninger og mentalt besvær ved bankskifte, som kan betyde, at forbrugerne ikke forventer, at et skifte vil

⁹⁶ BEK nr. 147 af 25/02/2020, Bekendtgørelse om information til forbrugere om priser m.v. i pengeinstitutter.

være forbundet med tilstrækkelige økonomiske gevinster. Nogle kunder vil gerne bevare relationen til deres nuværende rådgiver, og vil derfor blive i sin bank, selv hvis der er billigere alternativer. Grupperingen af de forskellige motiver og barrierer er beskrevet i bilag 7.

Figur 6.1 Motiver og barrierer for at genoverveje sin bank



Anm.: Forbrugerne motiveres til at være aktive på bankmarkedet af forskellige årsager. Samtidig kan forskellige barrierer bremse forbrugeren undervejs eller helt afholde forbrugeren fra at være aktiv. Se boks 6.2 for uddybning af grupperinger.

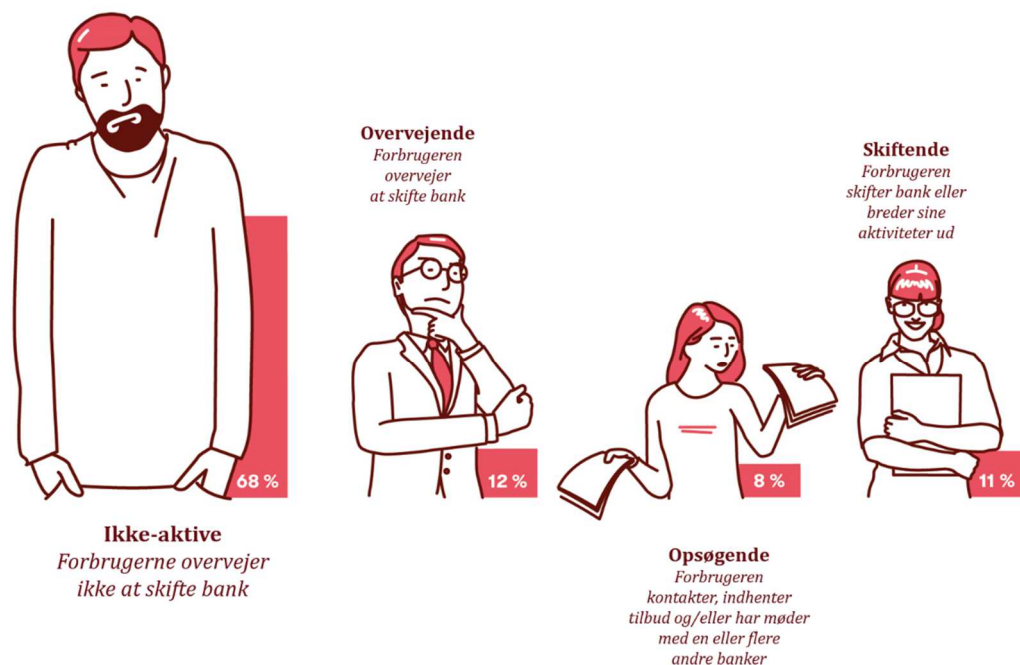
Kilde: Egen fremstilling

6.3 Et bankskiftes fire faser

Forbrugerovervejelser om bankskifte kan opdeles i fire faser, jf. Figur 6.2. I den *ikke-aktive fase* overvejer forbrugeren ikke at skifte bank, fx fordi de er meget tilfredse med deres rådgiver eller barriererne herved er for høje. I den *overvejende fase* overvejer forbrugeren sin bankrelation, men har ikke dialog med konkurrerende banker. Mange forbrugere i denne fase forsøger at danne sig et overblik over deres bankforhold, fx ved at søge information på nettet eller tale med deres familie eller netværk. I den *opsøgende fase* er forbrugeren i konkret dialog med konkurrerende banker, fx ved at afholde møder eller indhente tilbud. I denne fase kan forbrugeren evaluere sine alternativer og forhandle sine priser og betingelser med eksisterende og konkurrerende banker. *Bankskiftet* indebærer, at forbrugeren skifter primær bank, eller bliver kunde hos en supplerende udbyder.

Styrelsens spørgeskema om forbrugernes bankaktivitet de seneste to år giver et øjebliksbillede af, hvilken fase forbrugeren befandt sig i, da undersøgelsen blev gennemført. Således befinder ca. 68 pct. af respondenterne sig i den *ikke-aktive fase*, mens henholdsvis 12 og 8 pct. *overvejer* deres bankrelation eller har *opsøgt* konkurrerende banker. Omtrent 11 pct. af forbrugeren har *skiftet* bank inden for de seneste to år, eller er i gang med at skifte bank, svarende til en årlig mobilitet omkring 5,5 pct., jf. kapitel 5.

Figur 6.2 De fire faser i et bankskifte



Anm.: Tallene i figuren viser fordelingen af ca. 2.807 adspurgte danskeres skifteadfærd til spørgsmålet "Har du skiftet bank inden for de seneste to år?" og afspejler et øjebliksbillede af det tidspunkt, hvor undersøgelsen blev foretaget.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021.

6.4 Motiver blandt gruppen af aktive forbrugere

Økonomiske motiver spiller en central rolle for forbrugere, der befinder sig i den *overvejende*, *opsøgende* eller *skiftende* fase, jf. figur 6.3. Således formoder ca. 60 pct. af forbrugerne i den *overvejende* og *opsøgende* fase, samt 37 pct. af *skifterne*, at de vil kunne opnå bedre vilkår eller spare penge ved at skifte bank.

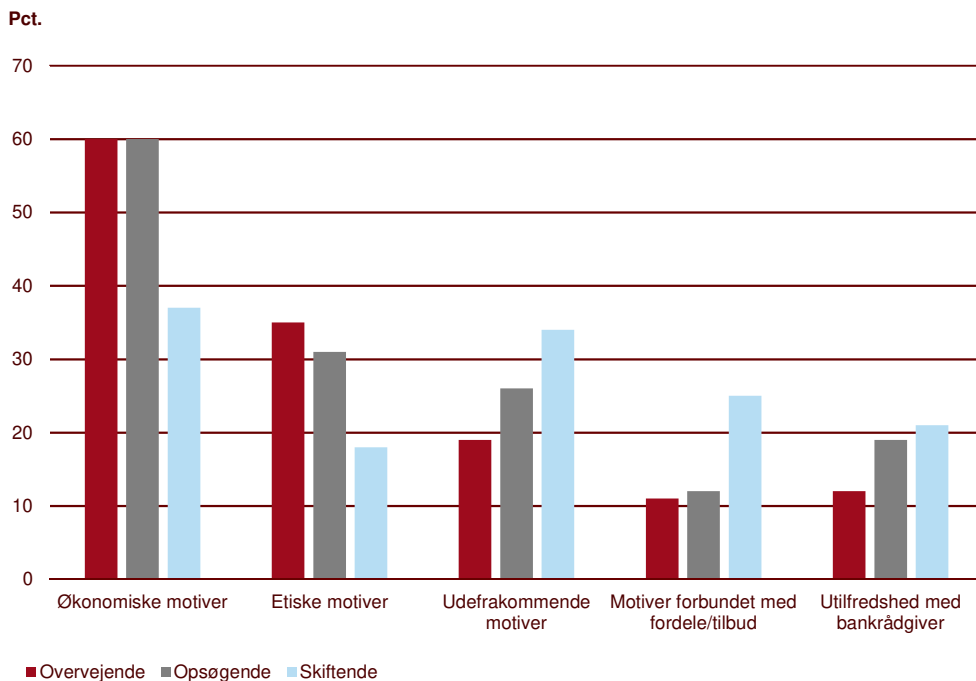
Mellem 31 og 35 pct. af forbrugerne i den *overvejende* og *opsøgende* fase angiver, at etiske motiver, herunder muligheden for at finde en bank, der bedre afspejler deres værdier og synspunkter, eller reaktioner på negativ omtale af forbrugerens nuværende bank i pressen, motiverer dem til at afsøge bankmarkedet. Etske motiver spiller en mindre rolle blandt *skiftende* forbrugere.

Godt 34 pct. af *skifterne* peger på udefrakommende motiver. Det væsentligste udefrakommende motiv er, at forbrugerne har et lånebehov, som deres nuværende bank ikke vil opfylde – dvs. et udefrakommende motiv af økonomiske karakter. Herudover betoner *skifterne* også hensynet til at have samme bank som forbrugerens partner som et centralt skiftemotiv. Flytning af bopæl synes ikke at være et stærkt motiv for forbrugerne i de tre grupper.

Utilfredshed med nuværende rådgiver angives af mellem 13-20 pct. af forbrugerne i de tre faser. Kun blandt *skifterne* spiller konkrete tilbud en betydelig rolle. Begge motiver – dvs. utilfredshed med rådgiver og at der foreligger et konkret tilbud – spiller generelt en mindre rolle sammenlignet med økonomiske, etiske og udefrakommende motiver.

Resultaterne peger således på, at økonomiske motiver samlet set spiller en vigtig rolle for aktivitet på bankmarkedet, fx muligheden for at opnå lavere omkostninger og bedre vilkår, samt muligheden for at få godkendt en låneansøgning hos en konkurrerende bank. Videre peger resultaterne på, at etiske overvejelser inspirerer forbrugerne til at genoverveje deres bankrelation, men at etiske forhold i mindre grad fremhæves som et argument for at skifte bank.

Figur 6.3 Forbrugernes motiver for at skifte bank



Anm.: 342 respondenter er overvejende, 219 respondenter er opsøgende og 316 respondenter er skiftere. Spørgsmålene er: "Hvorfor har du overvejet at skifte bank?" / "Hvorfor vil du gerne skifte bank eller blive kunde i endnu en bank?" / "Hvorfor skiftede du bank eller blev kunde i endnu en bank?" (mulighed for flere svar). Formulering af spørgsmålet afhang af, om respondenterne havde angivet, at de overvejede at skifte bank, havde skiftet bank inden for de sidste to år eller var i gang med at skifte bank nu.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021.

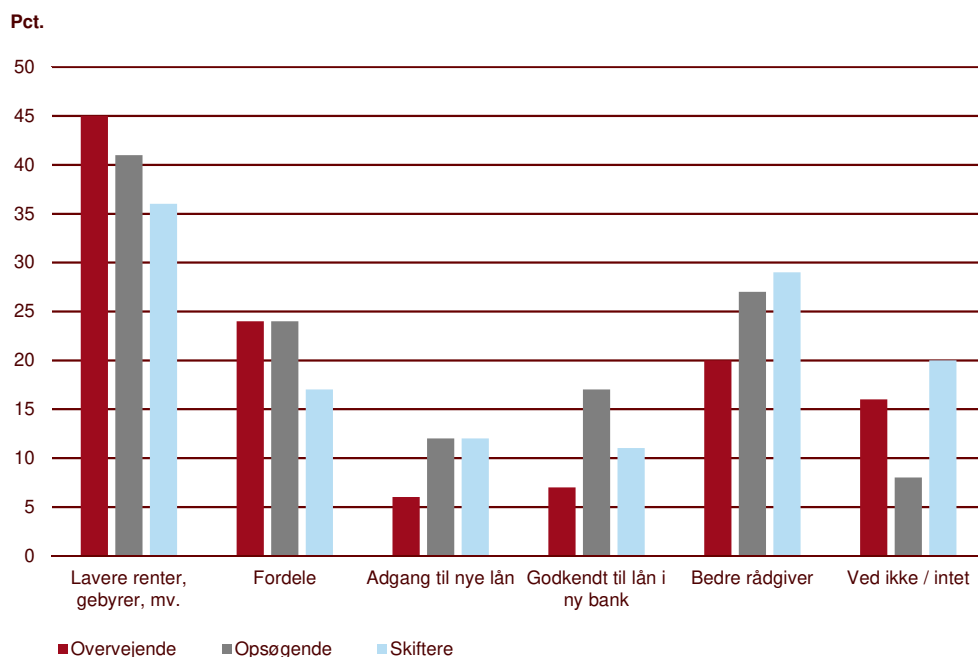
6.5 Forbrugernes forventninger til gevinsterne ved at skifte bank

Blandt forbrugere i den *overvejende* eller *opsøgende* fase er den mest udbredte forventning, at deres skift vil lede til økonomiske gevinster, fx lavere renter eller gebyrer, jf. Figur 6.4. Mellem 41 og 45 pct. i de to grupper forventer at få lavere renter og gebyrer. Det skal ses i sammenhæng med, at godt 35 pct. af *skifterne* angiver at betale lavere renter eller gebyrer efter skift.

En større andel af de *skiftende* forbrugere angiver at have fået en bedre rådgiver efter at have skiftet bank sammenlignet med de forbrugere, der overvejer et bankskifte. Således forventer ca. 20 pct. af forbrugerne i den *overvejende* fase og ca. 27 pct. af forbrugerne i den *opsøgende* fase at opnå bedre rådgivning ved bankskift. Godt 29 pct. af *skifterne* angiver at have fået en bedre rådgiver i forbindelse med deres skifte.

Et fåtal af forbrugerne forventer at få adgang til nye lånetyper eller blive godkendt til lån, som afvises i deres nuværende bank. Der er også relativt få *skiftere*, der angiver at have fået denne type fordel i forbindelse med deres skifte.

Figur 6.4 Forventninger til, og erfaringer med, gevinster ved et bankskift



Anm.: 342 respondenter er overvejende, 219 respondenter er opsøgende og 316 respondenter er skiftere. Spørgsmålene er: "Hvad ville du forvente at få ud af et bankskifte?" / "Hvad forventer du at få ud af at skifte bank?" / "Hvad er det bedste ved dit bankskifte?" (mulighed for flere svar). Formulering af spørgsmålet afhæng af, om respondenterne havde angivet, at de overvejede at skifte bank, havde skiftet bank inden for de sidste to år eller var i gang med at skifte bank nu.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021

6.6 Barrierer blandt aktive og ikke-aktive forbrugere

Adfærdsforskningen peger på, at der kan være væsentlige grunde til, at ellers motiverede forbrugere nedprioriterer at skifte bank, jf. boks 6.3.

Boks 6.2
**Adfærdsmæssige årsager
 til passivitet**

Adfærdsvidenskaben har de seneste årtier peget på, at mennesker ikke altid fører deres intentioner ud i livet, et fænomen der ofte kaldes 'the action-intention gap'.⁹⁷ Flere forbrugere kan således have et ønske om at afsøge bankmarkedet eller skifte bank uden nødvendigvis at gøre noget ved det.

Risikoaversion betyder, at forbrugerne ofte vil foretrække en mindre gevinst med sikkerhed frem for at satse på en potentiel større gevinst forbundet med en vis risiko. Dette kan medvirke til, at en del forbrugere foretrækker det sikre valg og forbliver kunde i deres eksisterende bank frem for at vælge en ny ukendt bank, også selvom valget kan indebære en økonomisk gevinst.

Mange forbrugere vil også foretrække at holde fast i beslutninger, de har truffet på et tidligere tidspunkt, frem for at træffe nye aktive valg. Denne såkaldte status-quo tilbøjelighed kan medvirke til, at flere forbrugere forbliver passive på bankmarkedet.

Mange forbrugere tillægger desuden uforholdsmæssig stor værdi til de ting de ejer og nuværende tilhørsforhold. Denne ejerskabseffekt betyder, at forbrugere kan have en tendens til at tillægge deres nuværende bank højere værdi end andre banker – selv, hvis det er tilfældigt, hvilken bank de er kunde i, fx fordi forbrugeren har overtaget sine forældres bankrelation.

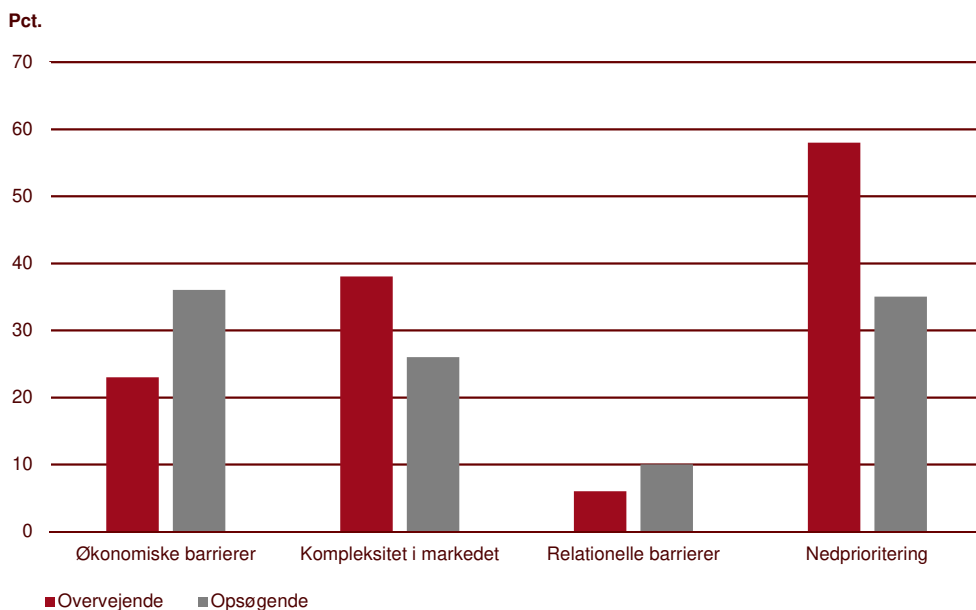
Forskning peger også på, at forbrugere oftere fortryder aktive handlinger end passive undladelser. Det kan føre til passivitet på bankmarkedet, hvis det for forbrugerne føles værre at fortryde et bankskifte end det føles at fortryde at have undladt at skifte til en anden bank.⁹⁸

Over halvdelen af forbrugerne i den *overvejende* fase angiver, at de har nedprioriteret behovet for at skifte bank, eller ikke er nået dertil endnu, mens det for de *opsøgende* gælder for ca. en ud af tre, jf. Figur 6.5. Dernæst peger flest af de *overvejende* forbrugere på kompleksitet på bankmarkedet som begrænsende for deres aktivitet, særligt at de har svært ved at sammenligne banker og produkter på markedet. Blandt forbrugerne i den *opsøgende* fase peger flest derimod på økonomiske barrierer. Således bremses lidt flere end hver tredje af forbrugerne blandt de *opsøgende* i at skifte bank, fordi de har en forventning om, at der fx ikke vil være økonomisk gevinst forbundet med et bankskifte.

⁹⁷ Lefevre, A. and M. Chapman (2017).

⁹⁸ Ritov, I. and Baron, J. (1992; 1995).

Figur 6.5 Fordelingen af barrierer for overvejende og opsøgende forbrugere

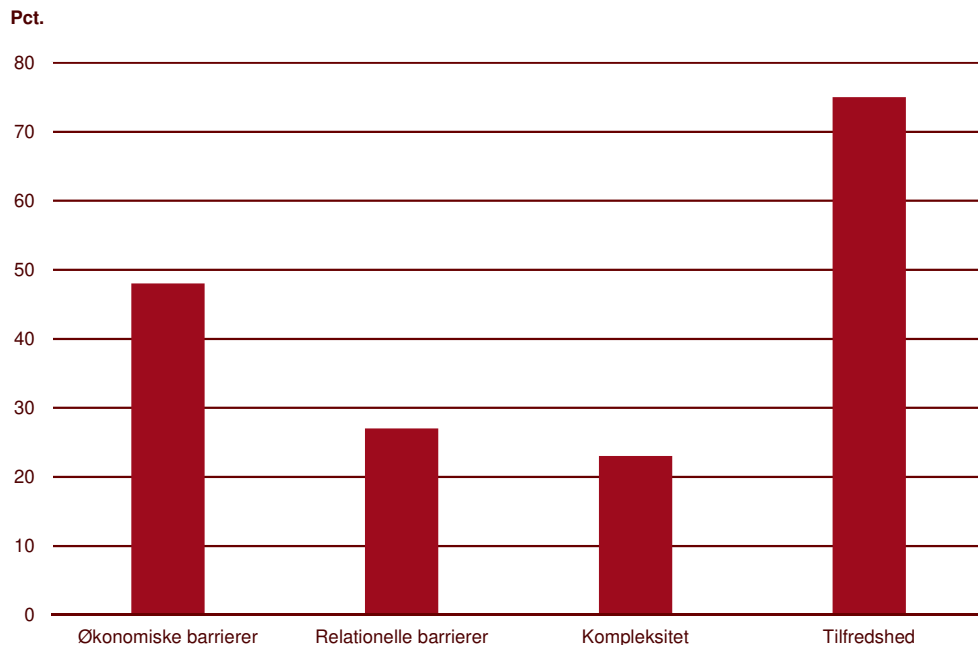


Anm.: 342 respondenter er overvejende og 219 respondenter er opsøgende. Spørgsmålet er: "Hvorfor skiftede du ikke bank, da du overvejede det?" (med mulighed for flere svar). Barrierfordelingen er uændret, hvis man tager de forbrugere ud, som er 'tvunget' ud i en afsøgning af markedet.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021

Tre ud af fire forbrugere i den store gruppe af *ikke-aktive* forbrugere angiver, at de ikke har tænkt på at skifte bank eller at de er tilfredse med deres nuværende bank, jf. Figur 6.6. Knap halvdelen af forbrugerne i denne gruppe peger på økonomiske barrierer, dvs. en oplevelse af at et eventuelt skifte ikke vil føre til økonomiske gevinster, eller at skifteomkostningerne er for høje. Resultaterne tyder således på, at de fleste *ikke-aktive* forbrugere afstår fra at være aktive, fordi de ikke ser nogen oplagt årsag til at skulle genoverveje deres bank. Relationelle barrierer og kompleksitet i markedet spiller en mindre rolle for denne gruppe.

Figur 6.6 Barrierer blandt ikke-aktive forbrugere



Anm.: 1.824 respondenter. Spørgsmålet er: "Hvorfor overvejer du ikke at skifte bank?" (mulighed for flere svar). Spørgsmålet vises til respondenter, der forinden har svaret Nej, og jeg har ikke overvejet det.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021

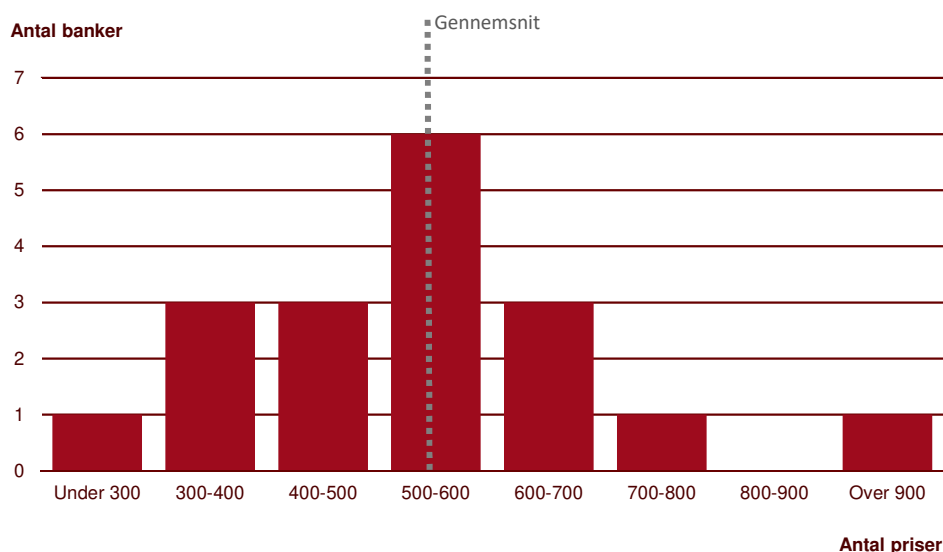
6.7 Forbrugernes evne til at fremskaffe information om deres bankomkostninger

Økonomi spiller en rolle både for aktive og ikke-aktive forbrugere. Aktive forbrugere afsøger bl.a. bankmarkedet med henblik på at opnå lavere renter eller gebyrer, mens mange ikke-aktive forbrugere afholder sig fra at afsøge markedet, fordi de ikke forventer tilstrækkelig økonomisk gevinst.

Det skal ses i sammenhæng med, at mange forbrugere ikke ved, hvor meget de betaler for at være kunder i deres nuværende bank. Således angiver 44 pct. af de adspurgte i Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, at de ikke ved, hvor meget de betaler for deres nuværende bankforhold. Knap en tredjedel angiver, at de mener, at de modtager en opgørelse med omkostningsoplysninger uden dog at kunne oplyse, hvor meget de konkret betaler for bankens ydelser.

Det kan bl.a. være svært for forbrugerne at afkode bankernes prisinformation. Således viser en optælling af antallet af priser i bankernes prisbøger,⁹⁹ at mængden af information og prisoplysninger er betydelig. En gennemsnitlig prisbog blandt 18 større danske banker indeholder ca. 541 forskellige priser, herunder gebyrer for pengeoverførsler til udlandet, udstedelse af forskellige kreditkort, adgang til net- og mobilbank, m.v., jf. figur 6.7. Prisbogen er ca. 33 sider lang. Længden og kompleksiteten af mange prisbøger kan gøre det svært for forbrugerne på nem og hurtig vis at identificere priserne på de produkter, der er relevante for dem.

Figur 6.7 Antal priser i prisbøgerne for 18 større banker



Anm.: Undersøgelsen dækker 18 banker, inkl. de største banker og et udvalg af mindre og mellemstore banker.

Kilde: Indhentet fra bankernes hjemmesider.

Manglende gennemsigtighed kan betyde, at forbrugerne må inddrage andre forhold end de økonomiske, når de sammenligner udbydere. Det kan begrænse priskonkurrencen på bankmarkedet.

Det kan selv sagt ikke forventes, at alle forbrugere ved, hvad de betaler for alle de produkter de benytter i dagligdagen. Det er dog væsentligt, at forbrugerne relativt nemt kan finde frem til oplysninger om deres omkostninger, når de skal bruge dem. I et eksperiment har styrelsen afdækket, om forbrugerne er i stand til at finde frem til deres omkostninger på bank-, pensions- og forsikringsmarkedet inden for et bestemt tidsrum, jf. boks 6.3.

⁹⁹ En prisbog viser typisk information om de gængse priser banken opkræver for forskellige ydelser. Dette indebærer bl.a. gebyrsatser, købs- og salgs-kurser samt ekspeditionsgebyr knyttet til fremmed valuta, omkostninger forbundet med indlån og udlånskonti, kreditaftaler og aftaler om rabat. Prisbøgerne skal være tilgængelig på bankernes hjemmeside.

**Boks 6.3
Eksperiment**

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen gennemførte i efteråret 2021 et eksperiment med henblik på at afdække forbrugernes viden – og evne til at fremskaffe information – om deres udgifter til bank-, pensions- og forsikringselskaber.

I eksperimentet svarede 100 deltagere på spørgsmål og løste udvalgte opgaver under kontrollerede forhold. Eksperimentet foregik i styrelsens lokaler, således at der er vished for, at deltagerne aktivt forsøgte at besvare og løse eksperimentets spørgsmål.

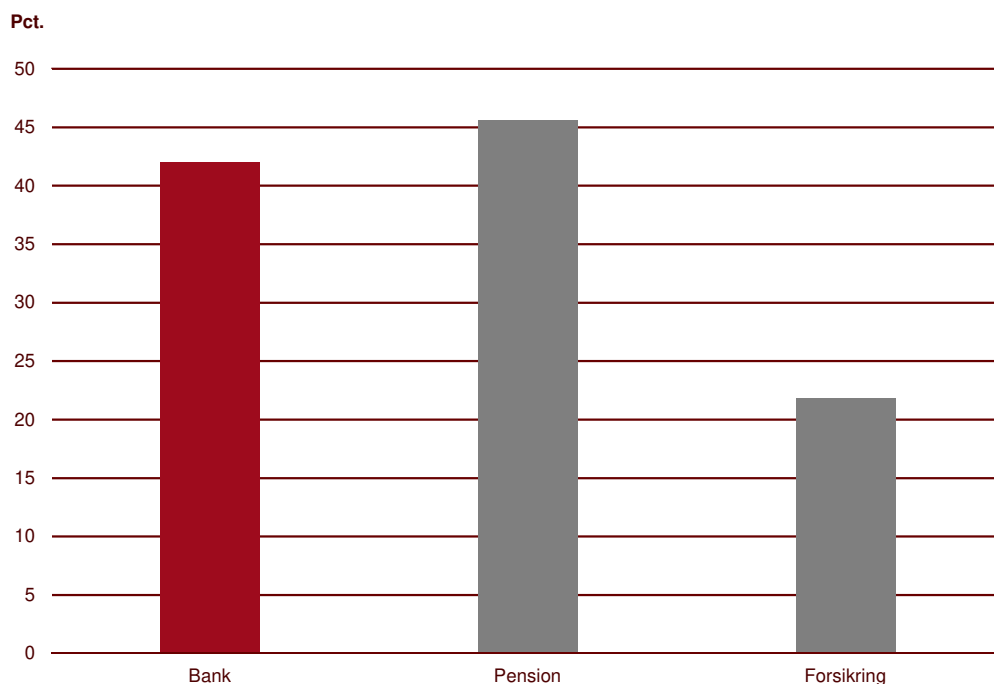
I eksperimentet blev deltagerne bedt om først at give et bud på deres omkostninger i 2020 til en finansiel udbyder, dvs. deres bank, forsikringselskab eller pensionselskab. Herefter blev deltageren bedt om at finde ud af, hvad deres reelle omkostninger havde været. Der blev i undersøgelsen bl.a. kontrolleret for, om deltagerne havde skiftet forsikringselskab eller pensionselskab inden for det seneste år, da dette kunne betyde, at visse omkostningsoplysninger ikke længere var tilgængelige for deltageren. Ingen deltagere havde skiftet bank inden for det sidste år.

Deltagerne havde samlet set ca. 40 min til rådighed til at besvare eksperimentets spørgsmål. Det var ikke formålet med eksperimentet at undersøge, hvorvidt deltagerne lykkedes med at identificere deres samlede omkostninger korrekt. Eksperimentet fokuserer på, om *deltagerne selv mener*, at de har fundet frem til de relevante og korrekte oplysninger.

Knap halvdelen af deltagerne i eksperimentet måtte opgive at fremskaffe oplysninger om deres omkostninger for bank og pension, mens det ca. var hver femte på forsikringsområdet, jf. figur 6.8. Dette peger på, at det for mange forbrugere kan være sværere at skabe et overblik over, hvad de betaler for deres bankaktiviteter, end for forsikringer.

Det er primært omkostninger til servicegebyrer som fx netbank, overførsler, og veksling af udenlandsk valuta, samt om man betaler negative renter på deres indlån – og i så fald, hvor meget de betaler – som deltagerne har svært ved at fremskaffe. Således er det knapt hver tredje deltager, der ikke lykkedes med at finde serviceomkostninger, mens knapt hver femte opgiver på spørgsmålet om negative renter. Investeringsgebyrer og samlede renteudgifter til lån er derimod nemmere at finde frem til for deltagerne i eksperimentet. For disse omkostningstyper er det godt 13 pct., der må opgive.

Figur 6.8 Andelen af forbrugere, der *ikke* lykkedes med at finde sidste års omkostninger for bankydelser, pensionsydelser og forsikringsydelser



Anm.: 100 deltagere undersøgte deres bankomkostninger, mens 46 og 54 deltagere undersøgte henholdsvis deres pensions- og forsikringsomkostninger. Figuren indeholder de deltagere, der har svaret *Det tal kunne jeg ikke finde* til minimum en af omkostningsposterne, der blev spurgt ind til i undersøgelsen.

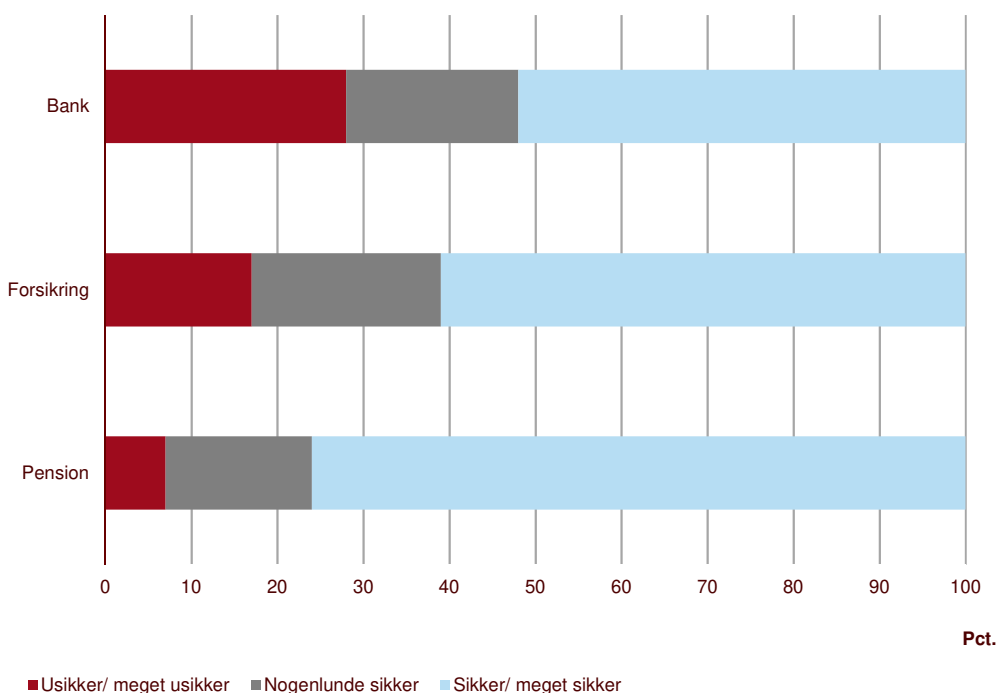
Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens eksperiment, 2021.

Blandt forbrugere, der *lykkes* med at finde deres omkostninger, er der usikkerhed om, hvorvidt de har fået alle omkostninger med. Således angiver knapt 30 pct. i denne gruppe, at de er usikre eller meget usikre på det tal, de har rapporteret. Andelen er lavere for pensions- og forsikringsomkostninger, jf. figur 6.9.

Videre angiver 43 pct. af de forbrugere, der *lykkes* med at finde deres bankomkostninger, at det var enten svært eller meget svært at danne sig et overblik over deres samlede omkostninger. Ca. 48 pct. fandt det svært at fremskaffe deres pensionsoplysninger, mens 14 pct. havde svært eller meget svært ved at identificere deres samlede forsikringsomkostninger. Forskellen kan skyldes, at forsikringsomkostninger typisk opgøres i abonnementsbaserede ordninger, der indeholder én samlet pris, mens det kan være nødvendigt at indhente separate opgørelser, fx om renter, gebyrer, omkostninger til valutatillæg, m.v., før det er muligt at opgøre ens samlede bank- og pensionsomkostninger.

Blandt de forbrugere, der fandt det svært eller meget svært at fremskaffe omkostningsoplysningerne om deres bank og pension, vurderer ca. tre fjerdedele, at de ville blive mere aktive, hvis det var lettere at danne sig et overblik over, hvor meget det koster at være kunde hos deres nuværende selskab.

Figur 6.9 Forbrugernes usikkerhed forbundet med de fremskaffede omkostningsoplysninger for bank, forsikring og pension



Anm.: 100 deltagere på bank, 46 deltagere på pension og 54 deltagere på forsikring. 58 svar på bank, 25 svar på pension og 42 svar på forsikring. Spørgsmålet er: *Hvor sikker er du på, at du har fundet de rigtige tal?* (et svar muligt). Deltagerne kunne vælge *meget sikker; sikker; nogenlunde sikker; usikker og meget usikker*. Svarkategorierne *usikker/meget usikker* samt *sikker/meget sikker* er i grafen slået sammen til to.

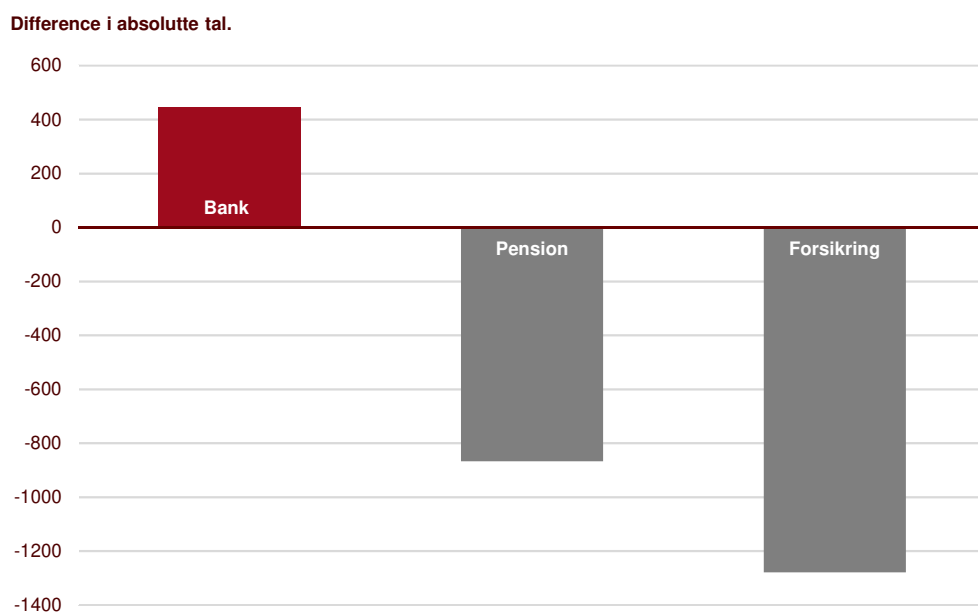
Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens eksperiment, 2021.

Selvom mange bankoplysninger allerede i dag er tilgængelige for forbrugerne tyder resultaterne på, at gennemsigtigheden om forbrugernes bank- og pensionsomkostninger er lav. Begrænset viden om omkostninger blandt forbrugerne kan begrænse konkurrencen, fx ved at gøre det svært at sammenligne tilbud fra andre banker med forbrugernes nuværende omkostninger.

Deltagerne overestimerer deres samlede bankomkostninger, mens de undervurderer omkostningerne til pension og forsikring. En sammenligning af deltageres initiale estimat for deres omkostninger med de tal, deltagerne fandt frem til i undersøgelsen, viser således, at deltagerne i gennemsnit overestimerer deres bankomkostninger med ca. 448 kr. svarende til 6 pct. af de gennemsnitlige, fremskaffede omkostninger, mens de undervurderer deres pensions- og forsikringsomkostninger med hhv. 867 kr. og 1.280 kr. (svarende til 16 pct. og 14 pct. af de gennemsnitlige fundene omkostninger), jf. figur 6.10.

Overvurderingen af bankomkostningerne skyldes primært, at deltagerne overestimerer deres omkostninger til lån i banken og negative renter, mens de undervurderer deres omkostninger til gebyrer og investeringer.

Figur 6.10 **Differencen mellem forbrugernes estimerede og fundne omkostninger til bank, pension og forsikringsydelser**



Anm.: 100 deltagere undersøgte deres bankomkostninger, mens 46 og 54 deltagere undersøgte henholdsvis deres pensions- og forsikringsomkostninger. Undersøgelsen dækker 58 svar på bank, 25 svar på pension og 42 svar på forsikring. Grafen angiver deltagernes estimat fratrukket de fundne omkostninger i gennemsnit for de forskellige ydelser. Relativt til de gennemsnitlige fundne omkostninger svarer differencen til 6 pct. for bank, 16 pct. for pension og 14 pct. for forsikring.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens eksperiment, 2021.

Kapitel 7

Finansielle supermarkeder

7.1 Sammenfatning

De fleste banker fungerer som en slags finansielle supermarkeder. Således har ca. 92 pct. af kunderne en bank, der tilbyder både realkredit, forsikring, pensionsordninger og investeringsforeninger via en formidlingsaftale eller en koncernforbundet virksomhed. Omtrent to ud af tre kunder er desuden kunde i en bank, som har samarbejde med en ejendomsmæglerkæde eller er koncernforbundet med én.

For mange kunder er det naturligt at henvende sig i deres bank, når de har behov for rådgivning om økonomiske spørgsmål. De fleste kunder er glade for deres bank, og tilfredse med den rådgivning de modtager. Bankrådgiverne rådgiver om både bankprodukter og øvrige finansielle produkter, og langt de fleste bankrådgivere henviser deres kunder til de samarbejdspartnere, som banken er koncernforbundet med eller har formidlingsaftaler med. Analysen viser, at de kunder, der har behov for et realkreditlån eller en privattegnede pensionsordning, typisk køber disse ydelser igennem deres bank.

Den økonomiske litteratur peger på, at det kan være forbundet med både fordele og ulemper, når virksomheder udbyder mange forskellige finansielle produkter. Ved samproduktionsfordele forstås, at de totale omkostninger ved at producere forskellige ydelser er lavere, end hvis separate udbydere skulle levere disse ydelser enkeltvis til kunden. Samproduktionsfordele kan bl.a. opstå, hvis en bank mere effektivt kan gøre brug af deres kundekendskab, herunder kundernes kreditværdighed og kredithistorik, når de udbyder andre ydelser. Omvendt kan der også være samproduktionsulemper. Det kan fx være tilfældet hvis en virksomhed har mange komplekse forretningsområder, som ikke har særlige synergier. Den begrænsede forskning, som er identificeret på dette område finder ikke entydige resultater. I analysen i denne rapport er det ca. 30 pct. af bankerne, der angiver, at de opnår omkostningsbesparelser, når privatkunder bliver helkunder eller en del af bankens fordelsprogram.

For den enkelte forbruger kan samlingen af finansielle produkter gøre det nemmere og mere overskueligt at være kunde. Kunderne kan således opleve at skulle bruge mindre tid og mental energi på at finde de rette informationer og træffe finansielle beslutninger. Samproduktionsfordele kan også føre til lavere priser for forbrugerne. Analysen i denne rapport viser, at to ud af tre kunder foretrækker at have deres bankaktiviteter samlet ét sted. Kunderne angiver, at det dermed bliver lettere og mere overskueligt at gennemføre deres bankforretninger, mens flere også peger på fordelene ved at samle rådgivningen ét sted.

Salg af produkter via koncernejerskab eller formidlingsaftaler kan imidlertid også medføre ulemper for kunderne. Fx får bankkunden ikke hjælp til at konkurrenceudsætte de finansielle ydelser, fx realkreditlånet eller investeringsforeningen, fordi banken kun tilbyder produkter fra én leverandør. Det kan også blive sværere at sammenligne priserne på enkeltprodukter på tværs af udbydere, fordi prisen afhænger af, om man går glip af samlerabatter ved at flytte. Bortfaldende rabatter vil øge skifteomkostningerne.

Mobiliteten på bankmarkedet (tendensen til at skifte bank) er lavere blandt kunder, der har samlet deres engagement i finansielle supermarkeder. Således er sandsynligheden for at skifte primær bank lavere for bankkunder, som har købt realkreditlån og pensionsordning via ban-

kens formidlingsaftaler eller koncernforbundne selskaber, end bankkunder, der har købt finansielle produkter gennem forskellige udbydere. Desuden mindskes sandsynligheden for at skifte primær bank, jo flere finansielle produkter, som kunden har købt via sin primære banks samarbejdspartnere.

Den lavere mobilitet blandt kunder, der samler deres produkter i finansielle supermarkeder, indikerer, at 'bundling' reducerer konkurrencen på bankmarkedet. Kunderne er således mindre tilbøjelige til at afsøge markedet og det kan være vanskeligt at gennemskue priserne på enkeltprodukter. Desuden kan 'bundling' gøre det vanskeligt for nye aktører at komme ind på markedet og konkurrere om enkeltprodukter. Endelig svækkes de eksisterende bankers incitament til at konkurrere om de enkelte dele af kundernes engagement.

7.2 Finansielle supermarkeder er udbredte på bankmarkedet

Bankerne er ofte forbrugernes indgang til *finansielle supermarkeder*, der udover traditionelle bankprodukter tilbyder en bred palet af finansielle ydelser. Bankerne har ofte den første og mest regelmæssige kontakt med kunden, bl.a. fordi mange kunder henvender sig i banken, når der er behov for rådgivning om økonomiske spørgsmål og fordi det er lovpligtigt at have en NemKonto til brug for løn og overførsler m.v. fra det offentlige. Bankernes rådgivere spiller således en central rolle for kundestrømmen i de finansielle supermarkeder.

De fleste banker tilbyder en række forskellige finansielle produkter via formidlingsaftaler med andre finansielle udbydere eller via finansielle udbydere inden for koncernen. Det er typisk de største banker, der er en del af finansielle koncerner, mens de mindre og mellemstore banker har en lang tradition for at indgå formidlingsaftaler med andre finansielle udbydere med henblik på at kunne levere ydelser, som matcher udbuddet i de finansielle koncerner, jf. afsnit 2.5.

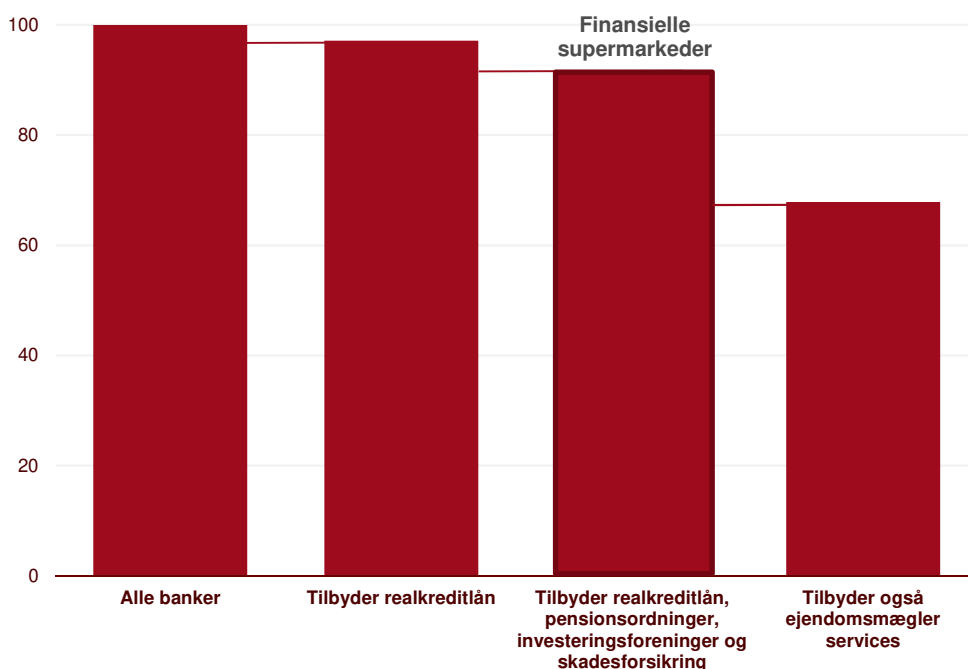
Banker, der tilbyder produkter via formidlingsaftaler, modtager provision når de henviser kunder til (eller sælger produkter fra) deres samarbejdspartnere. Når banker tilbyder produkter via koncernsamarbejde bidrager kundens køb til at øge koncernens samlede avance. Bankernes incitament er således i mange tilfælde de samme uafhængigt af, om banken tilbyder disse produkter via formidlingsaftaler eller koncernsamarbejde.

En fordel ved at udbyde produkter via koncernsamarbejde kan være, at såkaldt dobbeltmarginalisering kan reduceres eller helt undgås. Hvis en bank formidler ydelser fra en aktør, som banken ikke er koncernforbundet med, kan svag konkurrence føre til en relativt højere samlet avance, end hvis der er tale om en koncernforbundet virksomhed. Det kan resultere i, at produktet bliver dyrere end situationen ville være, hvis begge produkter blev produceret af én koncern.¹⁰⁰

Finansielle supermarkeder er udbredt på bankmarkedet. Således har ca. 92 pct. af kunderne en bank, der tilbyder både realkredit, forsikring, pensionsordninger og investeringsforeninger via en formidlingsaftale eller koncernforbundet virksomhed, jf. figur 7.1. Omtrent to ud af tre kunder er kunde i en bank, som har samarbejde med en ejendomsrådgiverkæde eller er koncernforbundet med én.

¹⁰⁰ Mukherjee (2015).

Figur 7.1 Andel kunder i banker, der udbyder andre finansielle produkter, 2021



Anm.: Med finansielle produkter forstås følgende: realkredit, skadesforsikring, livsforsikring, pensionsopsparing, investeringsforeninger og ejendomsmæglere. Andelen er opgjort ved markedsandele målt ved antallet af kunder. Undersøgelsen omfatter 6 mio. relationer mellem danske banker og bankkunder over 17 år. Hvis en person er kunde i både bank A og bank B er personen talt med to gange. I 2019 var der i alt 5,9 mio. relationer mellem danske banker og bankkunder over 17 år på forskerdatabase, som omfatter kontospecifikke data for samtlige individer. Det indikerer således, at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey stort set omfatter hele populationen til trods for, at enkelte banker ikke har besvaret undersøgelsen.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey blandt danske banker, 2021.

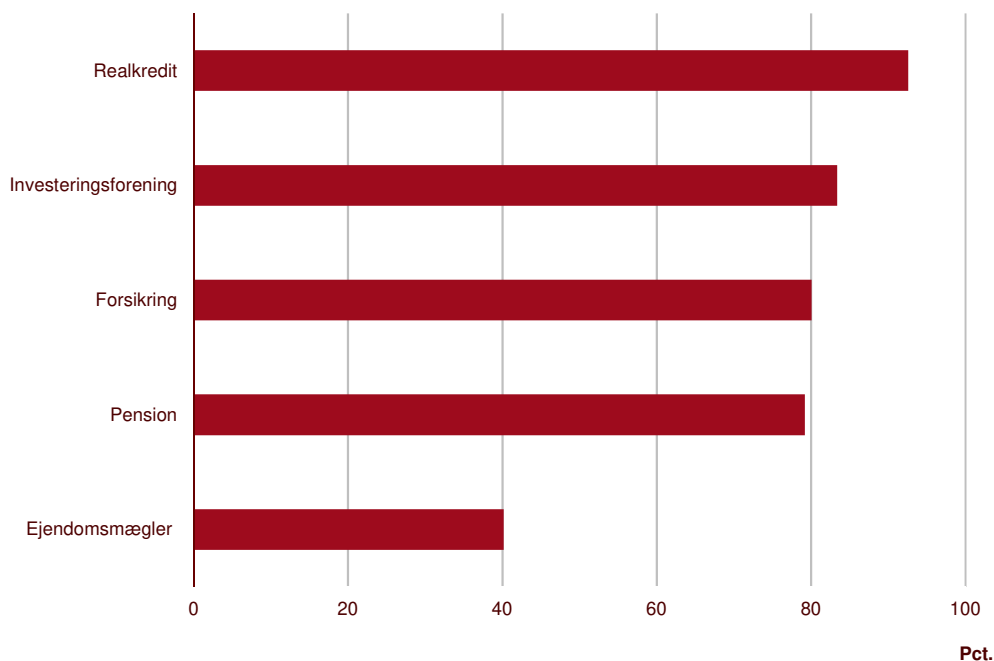
7.3 Bankrådgiveren videreformidler kunder til tilstødende markeder

Bankrådgiverne spiller en helt central rolle for kundestrømmen i de finansielle supermarkeder. Rådgivernes adgang til kunderne er unik, bl.a. fordi det er lovpligtigt for alle over 18 at have en NemKonto, og fordi banken typisk har den første kontakt med kunden. Bankrådgiveren er dermed ofte bindeled mellem kunden og de andre finansielle udbydere, fx forsikringselskaber og realkreditinstitutter.

Størstedelen af forbrugerne er tilfredse med deres nuværende bank og for den rådgivning, de modtager i banken. Således vil mere end halvdelen af forbrugerne anbefale andre at bruge deres bank, mens knapt tre ud af fire forbrugere angiver at være tilfredse eller meget tilfredse med den rådgivning, de modtager i deres bank, jf. afsnit 2.6.

Bankrådgiverne henviser kunderne til samarbejdspartnere, som banken har formidlingsaftaler eller er koncernforbundne med, i de tilfælde det er relevant. Således angiver mellem 80 og 90 pct. af bankrådgiverne, at de ofte eller meget ofte videreformidler kunder til andre steder i koncernen eller til samarbejdspartnere, som banken har formidlingsaftaler med, jf. figur 7.2. Godt 40 pct. anbefaler ofte deres kunder at benytte en ejendomsmægler, som banken samarbejder med.

Figur 7.2 Bankrådgivers viderefremidling af kunder til tilstødende markeder, 2021



Anm.: Spørgsmål: "Hvor ofte rådgiver du kunder til at optage produkter fra koncernforbundne virksomheder eller selskaber, som banken har en samarbejdsaftale med?", n=1.193. Figuren viser andel, der svarer "Meget ofte" eller "Ofte".

Kilde: Finansforbundets survey blandt bankrådgivere, 2021.

Omtrent tre ud af fire rådgivere finder det naturligt at rådgive om forsikringsforhold, mens ca. 90 pct. finder det naturligt at rådgive om pensions- og investeringsforhold. Stort set alle rådgivere finder det naturligt at rådgive om realkreditlån.¹⁰¹

Rådgiverens rolle er således både at rådgive kunden om en række komplekse finansielle beslutninger, men samtidig har rådgiveren også et hensyn til den bank, de er ansat i, som har en helt naturlig interesse i at opnå høj indtjening. Rådgivernes dobbeltrolle kan føre til, at kunderne ikke bliver tilstrækkeligt oplyst om forskellige alternativer, fx fra andre udbydere på markedet.

Flere danske og internationale undersøgelser peger på, at forbrugerne generelt har stor tillid til den rådgivning, de modtager i deres bank.¹⁰² En nylig undersøgelse fra Forbrugerrådet

¹⁰¹ Finansforbundets survey blandt bankrådgivere, 2021.

¹⁰² Se fx Hung (2008) for data om amerikanske forbrugere, Chater, Huck & Inderst (2010) for data om europæiske forbrugere, og Erhvervsministeriet (2015) for data om danske forbrugere.

Tænk peger på, at godt hver tredje forbruger har høj eller meget høj tillid til pengeinstitutternes rådgivning, mens 43 pct. har nogen tillid. Omkring hver femte har lav eller meget lav tillid til den rådgivning, de modtager i deres pengeinstitut.¹⁰³

Høj tillid kan afspejle, at kunderne værdsætter den rådgivning, de modtager i banken, men kan også være en udfordring, hvis forbrugerne ikke er bevidst om rådgivernes opgave og rolle, og ikke forholder sig kritisk til den rådgivning, som modtages.¹⁰⁴

Rådgiverne betoner selv deres rolle som rådgiver mere end rollen som sælger af bankens produkter. Således svarer godt 71 pct. af bankrådgiverne, at de anser sig selv som overvejende eller udelukkende rådgiver. Omtrent 27 pct. anser sig selv som både sælger og rådgiver, mens kun 2 pct. opfatter sig selv som overvejende eller udelukkende sælger af bankens produkter.¹⁰⁵ Det harmonerer med, at rådgiverne er underlagt et rådgivningsansvar, som forpligter rådgiverne til at varetage forbrugernes interesser.

Forbrugernes behov for rådgivning er efter rådgivernes vurdering størst, når det gælder produkter på tilstødende markeder. Således vurderer mere end 80 pct. af rådgiverne, at kunderne har et stort behov for rådgivning om realkredit, investering og pensionsopsparing, jf. figur 7.3. Rådgiverne vurderer i markant mindre omfang, at kunderne har behov for rådgivning om traditionelle bankprodukter, fx kassekredit, børneopsparing m.v.

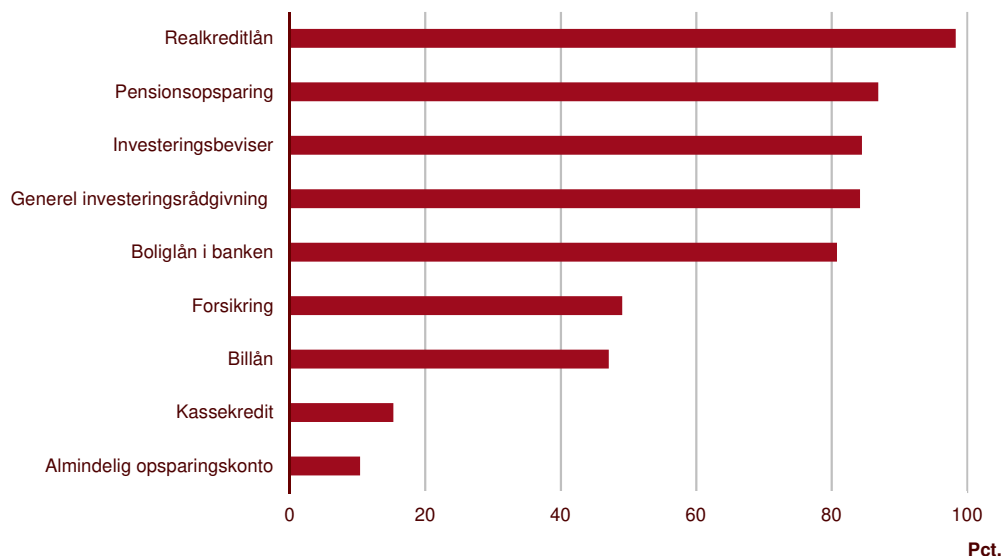
Rådgiverne ser således størst behov for rådgivning på de områder, hvor de i størst omfang henviser kunderne til koncernforbundne udbydere eller udbydere, som banken har en formidlingsaftale med. Det indikerer, at bankerne videreformidler kunder til samarbejdspartnere, uden at der sker nogen særlig konkurrenceudsættelse af de valg, kunden træffer. I en sådan konstruktion er der en risiko for, at kunderne kun i begrænset omfang tager kritisk stilling til, om det produkt de køber bedst matcher deres behov til den bedste pris.

¹⁰³ Forbrugerrådet Tænk (2021). Forbrugernes tillid til den finansielle sektor.

¹⁰⁴ Se fx Inderst, Roman, og Marco Ottaviani. "Financial advice." *Journal of Economic Literature* 50.2 (2012): 494-512 og Hackethal, Andreas, og Roman Inderst. *How to make the market for financial advice work*. Oxford, UK: Oxford University Press, 2013.

¹⁰⁵ Finansforbundets survey blandt bankrådgivere, 2021.

Figur 7.3 Rådgivernes oplevelse af deres kunders behov for rådgivning om produkter, 2021



Anm.: Spørgsmål: "Hvor stort oplever du typisk kundernes behov for rådgivning inden for nedenstående produkter?", n=1.193. Figuren viser andel, der svarer "I meget høj grad" eller "I høj grad".

Kilde: Finansforbundets survey blandt bankrådgivere, 2021.

7.4 Mange forbrugere samler bank, realkredit og private pensionsordninger

Mange forbrugere, der har behov for ydelser på tilstødende markeder, køber disse gennem deres primære bank. Mere end 90 pct. af de bankkunder, der både har et realkreditlån og en privattegnede pensionsordning¹⁰⁶, har mindst ét af disse produkter gennem deres primære pengeinstitut, mens mere end halvdelen har begge produkter gennem deres primære pengeinstitut.

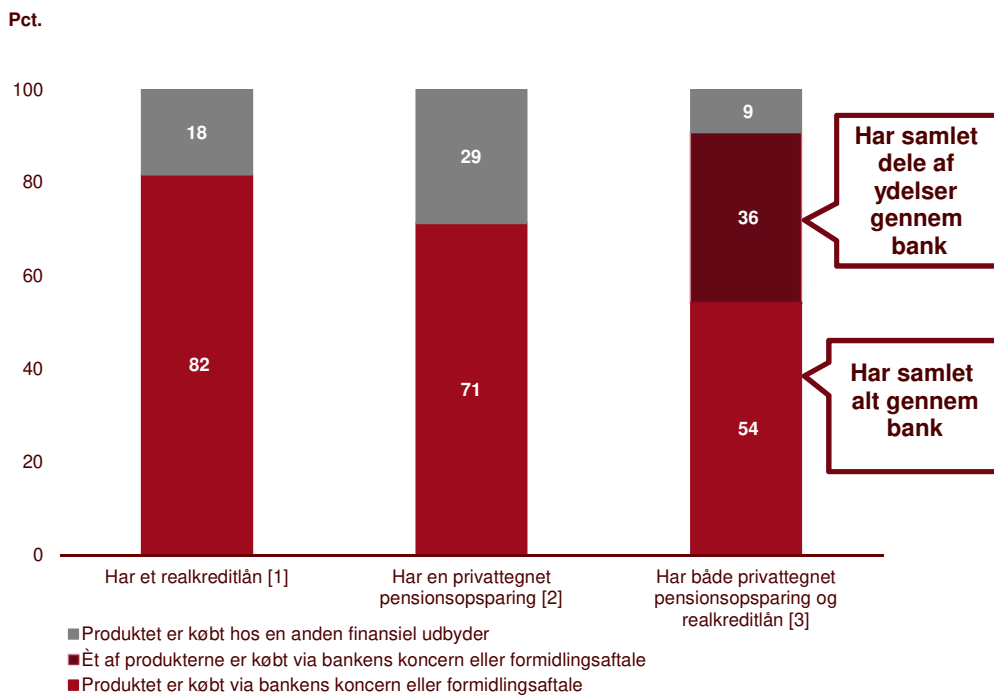
Banker formidler kun realkreditlån fra ét realkreditinstitut, dvs. de har kun en leverandør. Godt 82 pct. af alle bankkunder, der har et realkreditlån, har købt dette lån hos det realkreditinstitut, som deres primære bank enten er koncernforbundet med eller har en formidlingsaftale med. Det tilsvarende tal er 71 pct. for privattegnede pensionsordninger.

¹⁰⁶ En privattegnede pensionsordning kan som udgangspunkt enten placeres i et pensionselskab eller i selve pengeinstituttet. Langt de fleste pensionsopparere har i dag en obligatorisk ordning gennem deres arbejdsplads, og når de henvender sig i pengeinstituttet for at få en pensionsordning, som supplement til deres obligatoriske ordning, vil de typisk indbetale til ratepensioner og aldersopsparinger direkte i pengeinstituttet. Placering af en pensionsordning direkte i et pengeinstitut giver mulighed for forskellige måder at investere på. Opsparerer kan vælge at investere i værdipapirer, investeringsforeninger eller en kombination af disse.

For den enkelte opsparer er der imidlertid loft over de årlige indbetalinger, som giver fradrag for disse pensionstyper. Hvis kunden ønsker at indbetale mere, skal kunden indbetale til livrenter. Pengeinstitutterne må dog kun tilbyde rene opsparingsprodukter uden forsikringer. Ønsker et pengeinstitut at tilbyde livrenter og forsikringer sammen med pensionsordningen, kan de stifte, opkøbe eller indgå et samarbejde med et pensionselskab. I sådanne tilfælde vil pengeinstituttet være forsikringsformidler og yde rådgivning. Der eksisterer flere eksempler på sådanne samarbejder, heriblandt Letpension, som er stiftet på initiativ af flere pengeinstitutter.

Resultaterne indikerer, at mange bankkunder følger den rådgivning, som de får fra deres bankrådgiver, og at de således køber deres finansielle produkter hos udbydere, som banken enten har en formidlingsaftale med, eller er koncernforbundet med.¹⁰⁷

Figur 7.4 Bankkunders køb af flere finansielle ydelser hos primær bank, 2019



Note 1: Den samlede population i denne gruppe er 1.782.422 bankkunder

Note 2: Den samlede population i denne gruppe er 531.290 bankkunder

Note 3: Den samlede population i denne gruppe er 379.870 bankkunder

Anm.: Kundernes køb af finansielle ydelser gennem primære bank er beregnet med udgangspunkt i realkreditinstitutter og pensionselskaber, som banken enten er koncernforbundet med eller har en formidlingsaftale med. Dette er anvendt til at beregne andelen af kunder, der samler hele eller dele af finansielle produkter gennem deres primære bank. Hvis kunder har mere end én pensionsordning og/eller realkreditlån og minimum én af disse ydelser er gennem kundens primære bank, vil kunden optræde som "har samlet gennem bank". Det er ca. 87 pct. af kunder, som kun har én pensionsordning, mens de resterende 13 pct. har mere end én.

Kilde: Egne beregninger på baggrund af data fra Danmarks Statistiks forskerdatabase.

¹⁰⁷ At nogle bankkunder har et realkreditlån i et institut, som deres nuværende bank ikke er koncernforbundet med eller har en formidlingsaftale med, kan bl.a. være en følge af, at kunderne har skiftet bank og endnu ikke har flyttet deres realkreditlån med over i bankens realkreditinstitut. Det kan også skyldes samlevende par, der er fælles om realkreditlånet, men ikke har samme primære bank. En anden årsag kan være, at realkreditlånet er optaget på et tidspunkt, hvor realkreditinstitutterne havde egne distributionskanaler.

7.5 Samproduktionsfordele ved produktion af finansielle ydelser

Det kan være forbundet med fordele for virksomhederne at udbyde flere forskellige typer af finansielle produkter, da det kan resultere i såkaldte *samproduktionsfordele* (economies of scope), hvor de totale omkostninger ved at producere ydelserne reduceres.

Samproduktionsfordele betyder således, at et finansielt supermarked kan have lavere totale omkostninger ved at levere både bankydelser, realkredit, investeringsforening, forsikring og pensionsydelser til en bankkunde, end separate leverandører ville have, hvis disse skulle levere ydelser enkeltvis til kunden.

Samproduktionsfordele kan bl.a. opstå, fordi banken mere effektivt kan gøre brug af dens kundekendskab, herunder kundernes kreditværdighed og kredithistorik, når den udbyder andre ydelser. Det gælder bl.a., hvis banken kun skal kreditvurdere kunden én gang, selvom der sælges flere ydelser, der kræver en kreditvurdering, eller hvis banken kan anvende allerede eksisterende kredithistorik til hurtigere eller mere præcist at gennemføre en kreditvurdering eller lignende. Samproduktionsfordele kan også opstå, hvis banken kan benytte sin nuværende markedsføring til at reklamere for sine ydelser på tilstødende markeder.

Nogle samproduktionsfordele kan komme til udtryk, når banken opnår en vis volumen, bl.a. fordi virksomheder med flere forretningsområder kan sprede deres faste omkostninger ud over flere ydelser og derved opnå lavere gennemsnitlige omkostninger. Det gælder fx faste omkostninger såsom husleje, visse it-ydelser, m.v., hvor omkostningerne ikke nødvendigvis stiger særligt meget, når et pengeinstitut i tillæg til typiske bankprodukter formidler realkreditlån, pensionsopsparinger m.v.

Samproduktionsfordelene kan gøre sig gældende både for store koncerner, hvor finansielle ydelser på tilstødende markeder sælges via datterselskaber, og for formidlingsaftaler, hvor de finansielle ydelser sælges fra eksterne, selvstændige virksomheder på baggrund af aftalevilkår i formidlingsaftalerne.

Der kan imidlertid også være ulemper forbundet med at udbyde mange forskelligartede finansielle produkter til kunder, såkaldte *samproduktionsulemper* (diseconomies of scope). Der er tale om samproduktionsulemper, når de totale omkostninger ved produktion af forskellige typer af finansielle produkter er mindre, hvis produkterne blev produceret eller leveret af separate virksomheder. Samproduktionsulemper kan fx opstå i organisationer, der beskæftiger sig inden for mange forskellige forretningsområder uden særlige produktionssynergier, fordi de er komplekse at administrere.

En større økonomisk litteratur peger på, at der både kan være fordele og ulemper forbundet med produktion af forskellige finansielle ydelser. I et studie af amerikanske banker og forsikringsselskaber i perioden 2003-2005 finder Asaftei et al. (2008) indikationer på samproduktionsfordele, særligt fordi information om lån og indskud fra banker er anvendelige ved udformning af personlige forsikringsprodukter i forsikringsselskabet. I et nyere studie, der ser på kommercielle aktiviteter og investeringsaktiviteter i banker fra samtlige 27 EU-lande og UK i perioden 2005-2018, finder Beccalli & Rossi (2020) ligeledes samproduktionsfordele på om-

kostningssiden. Fordelene ser ud til at være stigende over tid. De finder desuden, at de mindste og de største banker har relativt større samproduktionsfordele end de mellemstore banker.¹⁰⁸

Det kan imidlertid være vanskeligt at måle virksomhedernes omkostninger med tilstrækkelig præcision, hvilket giver en udfordring i forhold til at kvantificere samproduktionsfordele. For at undgå dette problem fokuserer en række studier på værdiansættelsen af specialiserede banker og finansielle konglomerater, defineret som finansielle virksomheder, som er aktive inden for mere end én af de finansielle hovedsektorer. Værdiansættelsen måles ved deres aktiekurs.

Laeven & Levine (2005) finder, med udgangspunkt i data fra 1998-2002, at markedsværdien af finansielle konglomerater er lavere i forhold til, hvis disse konglomerater blev opsplittet i specialiserede enheder. Forfatterne konkluderer derfor, at eventuelle samproduktionsfordele på omkostningssiden ikke er store nok til at afspejle en præmie i markedsværdien. Det tyder derimod på, at der er omkostninger ved at diversificere sin ydelsesportefølje, og ligesom i andre studier peger forfatterne på, at disse omkostninger kan opstå på grund af udfordringer med at administrere hele organisationen effektivt, når den bliver stor og kompleks. Studiet påpeger endvidere, at problemet kan være, at virksomheder, der i forvejen har det vanskeligt på det primære marked, forsøger at styrke indtjeningen ved at søge nye veje på tilstødende markeder. Hvis det er tilfældet, vil den lavere markedsværdi ikke nødvendigvis skyldes diversificeringen, men derimod at de virksomheder, der diversificerer, allerede var værdiansat lavere inden.

Denne hypotese undersøges i Schmid & Walter (2007), der benytter data fra 1985-2004 og ligeledes finder, at konglomerater, der tilbyder en række diversificerede produkter, værdiansættes lavere end mere specialiserede finansielle virksomheder. Studiet finder ikke evidens for, at forskellen i værdiansættelse skulle være drevet af, at virksomheder, der i forvejen er i vanskeligheder, bevæger sig ind på nye markeder. Guerry & Wallmeier (2017) benytter data fra 1998-2013 og finder tilsvarende, at finansielle konglomerater værdiansættes lavere i perioden op til den finansielle krise, men at effekten stort set forsvinder efter krisen. Det betyder, at der inden finanskrisen ser ud til at være en ulempe forbundet med at levere en bred ydelsesportefølje, men at denne ulempe ser ud til at forsvinde efter krisen.

7.6 Fordele og ulemper når forbrugere samler deres finansielle ydelser

For kunderne kan der være forskellige fordele ved at samle sine finansielle produkter hos én udbyder. Samproduktionsfordele kan føre til lavere priser, navnlig hvis konkurrencen er effektiv. Det kan også være nemmere og mere overskueligt at være bankkunde, når man kan gå ind i én bank og købe alle relevante finansielle ydelser samme sted. Kunderne kan således opleve at skulle bruge mindre tid og mental energi på at finde de rette informationer. Det kan reducere kundens søgeomkostninger.

¹⁰⁸ Forfatterne undersøger også samproduktionseffekten for indtægter og overskud og finder indikationer på samproduktionsulemper for banken på begge områder. Det vil sige, at bankens overskud er lavere sammenlignet med en situation, hvor porteføljen er opsplittet og udbudt af separate finansielle virksomheder, fordi samproduktionsulemperne for indtægterne dominerer samproduktionsfordelene for omkostningerne. Forfatterne forklarer samproduktionsulemperne for banken med, at der kan opstå interessekonflikter på tværs af organisationen, eksempelvis i form af forskellige holdninger til allokering af ressourcer. Samtidig kan der opstå en kompleksitet i forretningsstrukturen, der gør det svært for banken som helhed at administrere og monitorere de enkelte forretningsområder optimalt.

Når kunderne køber finansielle produkter samme sted, kan det også medvirke til, at kunderne får mere målrettet rådgivning, fordi banken kender kundens behov bedre, hvis kunden køber flere forskellige ydelser.¹⁰⁹ Det skal ses i sammenhæng med, at mere end 94 pct. af bankernes rådgivere angiver, at det er nemmere at rådgive helkunder end kunder med spredte engagementer.¹¹⁰

To ud af tre kunder foretrækker at have deres bankaktiviteter samlet ét sted, og langt størstedelen peger på, at det gør deres bankaktivitet nemmere og mere overskuelig, mens flere også peger på fordelene ved at kunne få samlet rådgivning ét sted.¹¹¹

Der kan imidlertid også være u hensigtsmæssige følgevirkninger ved at samle finansielle produkter hos én udbyder.

Finansielle produkters kompleksitet medvirker til, at kunderne har svært ved at overskue, hvilke muligheder der er på markedet, og hvilken konsekvens det vil have at træffe forskellige valg, fx om bankskifte. Desuden har banken ofte kun produkter fra én leverandør på hylden og kunder får således ikke hjælp til at konkurrenceudsætte sine ydelser, fx realkreditlånet, når de køber ydelsen gennem banken.

Når flere produkter samles hos én udbyder, knyttes forbrugere i højere grad til denne udbyder, og da produkterne har en grad af kompleksitet opbygges ofte et tillidsforhold mellem køber og sælger. Det kan også medvirke til, at forbrugerne vil være mindre tilbøjelige til at af søge markedet for konkurrerende produkter. Bundling kan således begrænse mobiliteten på markederne for de enkelte ydelser, og føre til, at konkurrencen sker om kundens samlede engagement, jf. afsnit 4.3.¹¹²

Når flere ydelser købes samme sted og prisen er afhængig af om man fx er helkunde, kan det også være sværere at sammenligne prisen på de enkelte produkter fra forskellige udbydere. Hvis kunden fx vil undersøge muligheden for at skifte realkreditinstitut til et institut med lavere bidragssats, så skal kunden tage med i betragtning, at en eller flere af de øvrige ydelser i banken kan blive dyrere fremadrettet. Når priserne i et finansielt supermarked er gensidigt afhængige, vil det således øge kundens søgeomkostninger, hvis kunden har samlet sine ydelser i en bank. En beslutning om at skifte leverandør af en enkelt ydelse vil kræve en sammenligning af prisen på denne ydelse plus konsekvensen for prisen på de øvrige finansielle ydelser. Det kan være med til at mindske mobiliteten.

7.7 Finansielle supermarkeder begrænser kundemobiliteten

Der er tegn på, at kunder, der har købt finansielle produkter på tilstødende markeder gennem deres primære bank er mindre mobile, dvs. at de er mindre tilbøjelige til at skifte bank. Således er sandsynligheden for at skifte primær bank lavere for kunder, der har købt finansielle produkter via bankens formidlingsaftaler eller concernforbundne selskaber, end for kunder, der har købt finansielle produkter gennem forskellige udbydere, efter at der er kontrolleret for en række målbare karakteristika, fx uddannelsesniveau, indkomst m.v., jf. figur 7.5.

¹⁰⁹ Se fx Konkurrence i den danske banksektor, sammenfatningsrapport, Copenhagen Economics for Finans Danmark, august 2021.

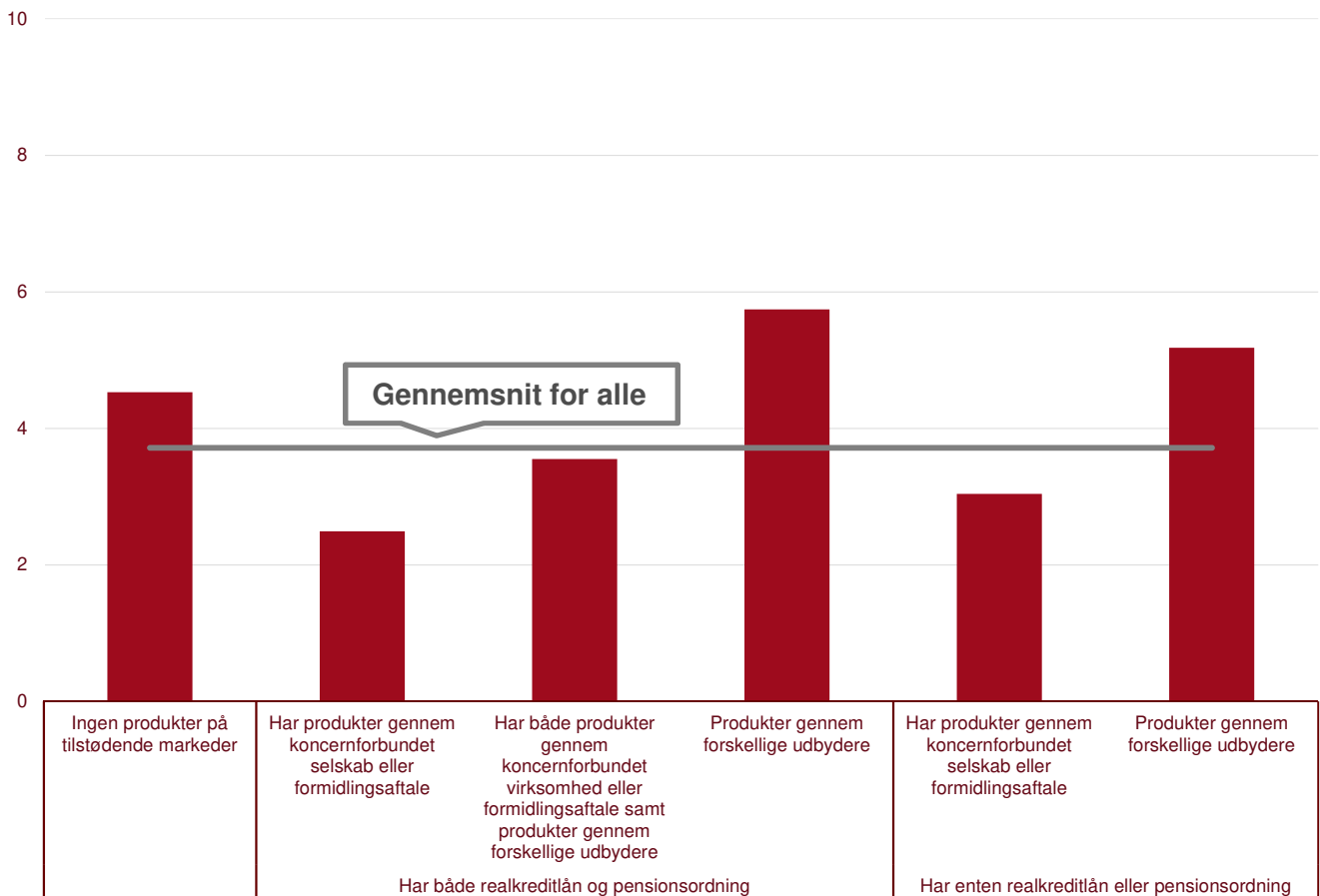
¹¹⁰ Finansforbundets survey blandt bankrådgivere, 2021.

¹¹¹ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens survey til danske bankkunder, 2021

¹¹² Bar-Gill, Oren (2006). Bundling and Consumer Misperception,

Figur 7.5 Mobilitet blandt kunder i finansielle supermarkeder og kunder, der har produkter gennem forskellige udbydere, 2018

Sandsynlighed for at skifte primær bank



Anm.: Figuren viser forskelle i sandsynlighed for at skifte primær bank på tværs af kundetyper beregnet p.b.a. en logit-regression. I figuren sammenlignes to ens (og gennemsnitlige) kunder, som kun adskiller sig ved, hvor mange, hvor henne og hvilke produkter, de har købt på tilstødende markeder, mens de på de øvrige parametre er helt ens.

Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks forskerdatabase.

De forskellige bankkundetyperes sandsynlighed for at skifte primær pengeinstitut er estimeret i en økonometrisk model, hvor der kontrolleres for forskellige målbare karakteristika, f.eks. uddannelsesniveau, indkomst, ændringer i civilstatus m.v. De angivne sandsynligheder i figur 7.5 udtrykker således sandsynligheden for at skifte pengeinstitut for en person i den givne kundetype, som på alle de øvrige målbare parametre i analysen svarer til gennemsnittet for alle kundetyper.

Analysen peger på, at sandsynligheden for at skifte primær bank mindskes, jo flere finansielle produkter, som er købt via kundernes primære banks samarbejdspartnere. At mobiliteten er lavere blandt kunder, der samler deres produkter i finansielle supermarkeder, kan bl.a. skyldes, at kunderne oplever at få mere målrettet rådgivning eller lavere samlede omkostninger, men altså også, at det bliver sværere at sammenligne priser på enkeltprodukter, hvilket kan reducere bankernes incitament til at konkurrere om enkelte dele af kundernes engagement, jf. også afsnit 7.6 ovenfor.

Der kan være en vis tidsmæssig forskydning i, hvornår kunderne samler de finansielle produkter ved én udbyder eller spreder dem ud over flere forskellige udbydere, som kan have en betydning for den målte sandsynlighed for at skifte bank. Eksempelvis kan der godt gå lidt tid før et skifte af primær bank også fører til, at et realkreditlån følger med over til den nye bank. De overordnede konklusioner oven for er robuste overfor, hvornår kundens type (produkter gennem forskellige udbydere eller produkter gennem kundens primære bank) måles og ændrer således ikke resultaterne mærkbart, jf. bilag 8.

Kapitel 8

Litteraturliste

8.1 Rapporter

Competition and Markets Authority (CMA), Retail banking market investigation, Final report, Competition & Markets Authority, 9. August 2016.

Chater, Nick, Steffen Huck, and Roman Inderst. "Consumer decision-making in retail investment services: A behavioural economics perspective." *Report to the European Commission/SANCO* (2010).

Copenhagen Economics for Finans Danmark (2021). Konkurrence i den danske banksektor, sammenfatningsrapport.

Danmarks Statistik (2020). Hvem er det, der køber enfamiliehuse?

De Økonomiske Råd (DØRs). Estimation af lønpræmier (2005).

Erhvervs- og Vækstministeriet (2015). MiFID II og investeringsforeningers betaling af formidlingsprovision: Rapport fra arbejdsgruppen om honorarmodeller. <https://em.dk/media/9341/15-12-07-rapport-fra-arbejdsgruppen-om-honrarmodeller.pdf>.

Finans Danmark (2021). Kundemobilitet på det danske bank- og realkreditmarked.

Finans Danmark (2021). Lønningerne i den danske banksektor er på niveau med det øvrige erhvervsliv.

Finanstilsynet (2021). Vejledning om tilsynsdiamanten for pengeinstitutter gældende fra juli 2021.

IMF (2021), Negative interest rates, Taking stock of the experience so far. International Monetary Fund, Monetary and capital markets department, No. 21/03.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2013). Konkurrencen på bankmarkedet for privatkunder.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2014). Forbrugerforholdsindekset for 50 danske markeder.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2017). Konkurrencen på realkreditmarkedet.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2017). Forbrugerforholdsindeks for 42 danske markeder.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2019). Konkurrencen på markedet for pension.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2020). Forbrugeradfærd på 13 markeder.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2020). Regningsbetaling – Automatiske løsninger til betaling af regninger.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2021). Konkurrencen i advokatbranchen.

Kraka Advisory (2021). Analyse af lønpræmien i den finansielle sektor.

McKinsey & Company (2021). Building the AI bank of the future.

Nationalbanken (2016). Finansiell stabilitet 1. halvår 2016.

Nationalbanken (2020) "Do equity prices reflect the ultra-low interest rate environment?"

Special Eurobarometer 446 fra 2016.

8.2 Artikler

Asaftei, Gabriel, Christopher Parmeter & Yuan Yuan. (2008). Economies of Scope in Financial Services: A Semi-Parametric Approach. SSRN Electronic Journal. 10.2139/ssrn.1565716.

Balafoutas, Loukas, and Rudolf Kerschbamer. "Credence goods in the literature: What the past fifteen years have taught us about fraud, incentives, and the role of institutions." *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 26 (2020): 100285.

Bar-Gill, Oren (2006). Bundling and consumer Misperception. *The University of Chicago Law Review*, vol. 73, no. 1, s. 33-61

Beccalli, Elena & Ludovico Rossi (2020). Economies or diseconomies of scope in the EU banking industry? *European Financial Management*, vol. 26, issue 5

Dell'Ariccia, Giovanni. "Asymmetric information and the structure of the banking industry." *European Economic Review* 45.10 (2001): 1957-1980

Dulleck, Uwe, Rudolf Kerschbamer & Matthias Sutter (2011). The Economics of credence goods: the role of liability, verifiability, reputation and competition. *American Economic Review*, Vol. 101, no. 2

Martin J. Eppler & Jeanne Mengis (2016). The Concept of Information Overload: A Review of Literature from Organization Science, Accounting, Marketing, MIS, and Related Disciplines

Hung, A. A., Clancy, N., Dominitz, J., Talley, E., & Berrebi, C. (2008). *Investor and industry perspectives on investment advisers and broker-dealers* (Vol. 767). Rand Corporation.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2022), *Konkurrence øger velstanden og kan reducere formue- og indkomstforskelle*. Styrelsens artikelserie om Velfungerende Markeder.

Gabaix, X., & Laibson, D. (2006). Shrouded attributes, consumer myopia, and information suppression in competitive markets. *The Quarterly Journal of Economics*, 121(2), 505-540.

Guerry, Nicolas & Martin Wallmeier (2017). Valuation of diversified banks: New evidence. *Journal of Banking and Finance*, vol. 80

Ritov, I. and Baron, J. (1995). Outcome Knowledge, Regret, and Omission Bias, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 64, no. 2 119-127

Ritov, I., Baron, J. Status-quo and omission biases (1992). *Risk Uncertainty*, 5, 49-61

Laeven, Luc & Ross Levine (2005): Is there a diversification discount in financial conglomerates?

Lefevre, A. and M. Chapman (2017). Behavioural economics and financial consumer protection. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 42, OECD Publishing, Paris.

Mukherjee, Kankana. "Double Monopoly Markup." Wiley Encyclopedia of Management (2015): 1-1.

Rawley, Evan, and Timothy S. Simcoe. "Diversification, diseconomies of scope, and vertical contracting: Evidence from the taxicab industry." *Management Science* 56.9 (2010): 1534-1550

Schmid, Markus & Ingo Walter (2009). Do financial conglomerates create or destroy economic value? *Journal of Financial Intermediation*, 2009, vol. 18, issue 2, 193-216.

Sharpe, Steven A. "Asymmetric information, bank lending, and implicit contracts: A stylized model of customer relationships." *The journal of finance* 45.4 (1990): 1069-1087

Økonomisk Ugebrev Finans, nr. 16/2021, artiklen Finans Danmark: Vi har ikke lav effektivitet

8.3 Hjemmesider

Finansdanmark.dk tema om digitalt samfund. <https://finansdanmark.dk/aktuelle-emner/det-digitale-samfund/>

World Bank Global Financial Development Database. <https://www.worldbank.org/en/publication/gfdr/data/global-financial-development-database>

Kapitel 9

Bilag

Bilag 1

Beregning af HHI

Herfindahl-Hirschman-indekset (HHI) er et indeks, som måler koncentrationen på et givent marked. Indekset beregnes på følgende måde:

$$HHI = \sum_{i=1}^n s_i^2$$

Hvor s_i angiver virksomhed i 's markedsandel (i pct.), og n er antallet af virksomheder på markedet. HHI kan variere mellem 0 og 10.000, hvor 0 indikerer perfekt konkurrence, og 10.000 indikerer monopol. Indekset vil stige i værdi, jo mere "skævt" markedet er fordelt og jo færre aktører, der er på markedet.

Ifølge EU-Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner kan HHI på de(t) relevante marked(er) give en indikation på, hvor sandsynligt det er, at en fusion giver anledning til konkurrenceproblemer:

HHI under 1.000: Det er usandsynligt, at en fusion giver anledning til konkurrenceproblemer.

HHI mellem 1.000 og 2.000: Hvis ændringen i HHI som følge af fusionen er under 250, er det usandsynligt, at fusionen vil give anledning til konkurrenceproblemer, med mindre der er særlige omstændigheder ved fusionen.

HHI over 2.000: Hvis ændringen i HHI som følge af fusionen er under 150, er det usandsynligt, at fusionen vil give anledning til konkurrenceproblemer, med mindre der er særlige omstændigheder ved fusionen.

Bilag 2

Beregning af mobilitet i markedsandele

Målet for mobilitet i markedsandele i bankbranchen beregnes som (halvdelen af) summen af ændringerne i hver enkelt virksomheds markedsandel fra en periode til den næste:

$$indeks_t = \sum_{i=1}^n \frac{|s_{i,t} - s_{i,t-1}|}{2}$$

Hvor n er antallet af virksomheder i bankbranchen, t er år, og s er markedsandelen for den pågældende virksomhed til tiden t og $t - 1$.

Indekset har en værdi mellem 0 og 100. Et indeks på 0 svarer til, at alle virksomheder har samme markedsandel som året før, dvs. markedet er fuldstændig statisk. Et indeks på 100 svarer til, at ingen af de aktører, der havde en markedsandel i år $t - 1$, er på markedet i år t .

Indekset vil eksempelvis være 20, hvis det antages, at der er 10 virksomheder med lige store markedsandele, og der i perioden efter gælder, at to af disse virksomheder udkonkurreres af en ny aktør på markedet, som får en markedsandel på 20 pct. (mens de øvrige virksomheders markedsandele er uændrede).

Bilag 3

Beregning af forventet tid i nuværende bank ved tilfældig skifteadfærd

Lad T være antallet af år forbrugeren i alt har været på bankmarkedet, ikke kun i den nuværende bank. Sandsynligheden for at skifte i et tilfældigt år er angivet ved p , og er den samme for alle forbrugere. X angiver, hvor lang tid kunden har været i den nuværende bank. X svarer således også til, hvor lang tid siden det seneste bankskifte er foretaget for forbrugeren.

Sandsynligheden for, at en given forbruger har været kunde i nuværende bank i mindst k år er således givet ved $\Pr(X \geq k) = (1 - p)^k$ for $k \leq T$.

Ud fra dette kan sandsynligheden beregnes for, at forbrugeren har været kunde i nuværende bank i præcis k år som $\Pr(X = k) = (1 - p)^k - (1 - p)^{k+1}$ for $k < T$. Forbrugeren kan maksimalt have været kunde i nuværende bank i T år, og sandsynligheden for, at det er tilfældet, er givet ved $\Pr(X = T) = (1 - p)^T$.

Den forventede værdi for X kan således findes ved at gange sandsynligheden for hver mulig værdi for X med den givne X -værdi og summere. Den forventede værdi er dermed givet ved:

$$E(X) = \sum_{t=0}^{T-1} [(1 - p)^t - (1 - p)^{t+1}] \cdot t + (1 - p)^T T$$

Dette kan omskrives til:

$$E(X) = p(1 - p) \frac{d}{dp} \sum_{t=0}^{T-1} -(1 - p)^t + (1 - p)^T T$$

Udtrykket i sumtegnet er en geometrisk serie, hvor værdien er givet ved $\sum_{t=0}^{T-1} -(1 - p)^t = -\frac{1 - (1 - p)^T}{p}$. Hvis dette indsættes, kan den forventede værdi skrives som:

$$E(X) = p(1 - p) \frac{d}{dp} \left(-\frac{1 - (1 - p)^T}{p} \right) + (1 - p)^T T$$

Ved at udregne differentialet kan udtrykket reduceres til:

$$E(X) = \frac{1 - p - (1 - p)^{T+1}}{p}$$

Fordelingen for X konvergerer mod en geometrisk fordeling, når $T \rightarrow \infty$. X kan således anses som værende trukket fra en geometrisk fordeling, men med en maksimal værdi for X (her givet ved, hvor længe forbrugeren har været på bankmarkedet).

Den konkrete forventede værdi er beregnet ud fra hver respondent i et survey blandt forbrugere på bankmarkedet, som har svaret på spørgsmål om, hvor lang tid de har haft deres nuværende bank. Sandsynligheden for skift er sat til $p = 0,05$ for alle forbrugere. Den gennemsnitlige tid er herefter udregnet som et simpelt gennemsnit af de forventede værdier på tværs af forbrugere. Værdien af T for disse forbrugere afhænger af, hvornår det antages, at forbrugere hver især først er blevet kunder i en bank. Nedenfor fremgår hvor lang tid det vil forventes, at forbrugere i gennemsnit har været kunde i deres nuværende bank, hvis alle havde samme sandsynlighed for at skifte hvert år, afhængigt af hvornår det antages, at forbrugere først blev kunde i en bank.

Antaget alder for start som bankkunde	5 år	10 år	16 år
Forventet antal år i nuværende bank	16 år	15 år	14 år

Bilag 4

Beregning af sandsynligheden for at skifte bank for forskellige kundetyper

De forskellige typer af bankkunders sandsynlighed for at skifte primær bank er estimeret i en økonometrisk model ved en logit regressionsmodel, hvor der kontrolleres for forskellige målbare karakteristika fx uddannelsesniveau, indkomst, gæld, ændringer i familietype m.v. En logit model er en sandsynlighedsmodel, hvor den afhængige variabel er binær og her defineret som:

$$y_i = \begin{cases} 1 & \text{hvis kunden har skiftet primær bank} \\ 0 & \text{ellers} \end{cases}$$

Sandsynligheden for at skifte primær bank er givet ved:

$$\begin{aligned} P(\text{bankskift} = 1|X) &= F(X'\beta) \\ &= F[\beta_0 + \beta_{11}\text{aldersgruppe}_i + \beta_{21}\text{uddannelsesniveau}_i \\ &\quad + \beta_3\text{skift i familie type}_i + \beta_4\text{indkomst}_i + \beta_5\text{aktiver}_i + \beta_6\text{passiver}_i \\ &\quad + \beta_7\text{skiftet bank seneste fem år}_i + \beta_8\text{realkredittype}_i + \beta_9\text{selvstændig}_i \\ &\quad + \beta_{10}\text{filialer i kommune}_i + \beta_{111}\text{kommunetype}_i + \beta_{12}\text{bundle}_i \\ &\quad + \beta_{13}\text{ændring i filialer}_i] \end{aligned}$$

Hvor $F(X'\beta)$ er kumulative fordelingsfunktion for en standard logistisk fordeling $F(x) = \frac{1}{1+e^{-x}}$.
Dvs. at logit regressionsmodellen er givet ved

$$P(\text{bankskift} = 1|X) = \frac{1}{1 + e^{-(X'\beta)}}$$

hvor

$$\begin{aligned} X'\beta &= \beta_0 + \beta_{11}\text{aldersgruppe}_i + \beta_{21}\text{uddannelsesniveau}_i + \beta_3\text{skift i familie type}_i \\ &\quad + \beta_4\text{indkomst}_i + \beta_5\text{aktiver}_i + \beta_6\text{passiv}_i + \beta_7\text{skiftet bank seneste fem år}_i \\ &\quad + \beta_8\text{realkredittype}_i + \beta_9\text{selvstændig}_i + \beta_{10}\text{antal filialer i kommune}_i \\ &\quad + \beta_{111}\text{kommunetype}_i + \beta_{121}\text{bundle}_i \end{aligned}$$

aldersgruppe_i angiver, hvilken aldersgruppe kunden tilhører og inddeles i følgende grupper:

1. 25 til 34 år
2. 35 til 44 år
3. 45 til 54 år
4. 55 til 64 år
5. mere end 64 år

$\text{uddannelsesniveau}_i$ er en dummy variabel og angiver om kundens højeste fuldførte uddannelsesniveau er over gymnasiale og erhvervsfaglige uddannelser eller ej,

$\text{skift i familie type}_i$ er en kategorisk variabel for kundens familietype og inddeles i følgende grupper

1. Uændret
2. Fra enlig til samlevende
3. Fra samlevende til enlig

indkomst_i angiver kundens indkomst og inddeles i følgende grupper:

1. Årlig personindkomst på 300.000 kr. eller derunder
2. Årlig personindkomst mere end 300.000 og mindre end 600.000 kr.

3. Årlig personindkomst på 600.000 kr. eller derover

$aktiver_i$ angiver kundens aktiver og inddeles i følgende grupper:

1. Samlede aktiver på 100.000 kr. eller derunder
2. Samlede aktiver mere end 100.000 og mindre end 1.000.000 kr.
3. Samlede aktiver på 1.000.000 kr. eller derover

$passiv_i$ angiver kundens gæld og inddeles i følgende grupper:

1. Samlet gæld på 100.000 kr. eller derunder
2. Samlet gæld mere end 100.000 og mindre end 1.000.000 kr.
3. Samlet gæld på 1.000.000 kr. eller derover

$skiftet\ bank\ seneste\ fem\ år_i$ er en dummy variabel og angiver om kunden har skiftet bank inden for de seneste fem år, $selvstændig_i$ er en dummy for om kunden er selvstændig, $filialer\ i\ kommune_i$ angiver antallet af bankfilialer i den kommune, som kunden er bosat i, $ændring\ i\ filialer_i$ angiver ændringen i antallet af bankfilialer i kommunen, $kommunetype_i$ angiver om kunden er bosat i hhv. en bykommune, mellemkommune, landkommune eller yderkommune, som tager udgangspunkt i kommunens landdistriktsgrad og $realkredittype_i$ angiver kundens realkreditlånstype og inddeles i følgende grupper:

1. Har ikke et realkreditlån
2. Har oprettet første realkreditlån
3. Har haft et realkreditlån i mere end ét år, med mindre end fem år
4. Har haft et realkreditlån i mindst fem år og har ikke skiftet realkreditudbyder
5. Har haft et realkreditlån i mindst fem år og har skiftet realkreditudbyder

$bundle_i$ angiver hvorvidt personen har samlet sit realkreditlån og sin pensionsopsparing i andre finansielle selskaber, der samarbejder eller er koncernforbundet med kundens primære bank. De inddeles i følgende grupper:

1. Har både realkredit og pension samlet hos bank
2. Har 3 produkter men kun to samlet
3. Har enten realkredit eller pension samlet hos bank men har ikke den anden type produkt
4. Har 3 produkter men de er ikke samlet hos bank
5. Har 2 produkter men de er ikke samlet hos bank
6. Har hverken realkreditlån eller pensionsopsparing

Den økonometriske model estimerer altså sandsynligheden for, at en gennemsnitlig bankkunde skifter primær bank på tværs af en række målbare faktorer ud fra en alt andet lige betragtning. I rapportens figur 5.7, figur 5.8 og figur 5.9 er de marginale effekter af en ændring i de forklarende variable vist. Det skal forstås som effekten på den betingede forventning af om kunden har skiftet bank ved en ændring i den forklarende variable, fx at kunden går fra at være samlevende til at være enlig, givet at kunden på alle de øvrige parametre svarer til gennemsnittet for alle kunder. Udgangspunktet for beregningerne er dermed, at der betragtes to ens og gennemsnitlige bankkunder, som kun adskiller sig fra hinanden ved den målte parameter.

Tabel 9.1 Estimationsresultater fra beregning af sandsynligheden for at skifte bank for forskellige kundetyper

	Koefficient	Standardfejl
35-44 år	-0,197 ***	0,008
45-54 år	-0,333 ***	0,008
55-64 år	-0,420 ***	0,009
65 år eller ældre	-0,740 ***	0,009
Videregående uddannelse	0,035 ***	0,006
Fra enlig til samlevende	0,286 ***	0,014
Fra samlevende til enlig	0,173 ***	0,015
Indkomst mellem 300.000 kr. og 600.000 kr.	0,025 ***	0,006
Indkomst over 600.000	0,081 ***	0,010
Samlede aktiver mellem 100.000 kr. og 1.000.000 kr.	-0,265 ***	0,008
Samlede aktiver over 1.000.000 kr.	-0,293 ***	0,009
Samlet gæld mellem 100.000 kr. og 1.000.000 kr.	0,126 ***	0,007
Samlet gæld over 1.000.000 kr.	0,380 ***	0,010
Har skiftet bank de seneste fem år	0,278 ***	0,006
Har oprettet første realkreditlån	1,831 ***	0,013
Har haft et realkreditlån i mere end ét år, med mindre end fem år	0,209 ***	0,014
Har haft et realkreditlån i mindst fem år og har ikke skiftet realkreditudbyder	0,262 ***	0,010
Har haft et realkreditlån i mindst fem år og har skiftet realkreditudbyder	0,132 ***	0,019
Selvstændig	0,083 ***	0,012
Ændring i antal bankfilialer i kommunen	0,051 ***	0,013
Antal bankfilialer i kommunen	0,002 ***	0,000
Mellemkommune	0,057 ***	0,008
Landkommune	0,018 **	0,007
Yderkommune	-0,049 ***	0,011
Har både realkredit og pension samlet hos bank	-0,618 ***	0,016
Har 3 produkter men kun to samlet	-0,253 ***	0,016
Har enten realkredit eller pension samlet hos bank men har ikke den anden type produkt	-0,414 ***	0,009
Har 3 produkter men de er ikke samlet hos bank	0,250 ***	0,022
Har 2 produkter men de er ikke samlet hos bank	0,142 ***	0,010
Konstantled	-2,868 ***	0,011

Anm.: En stjerne indikerer p-værdi under 5 pct., mens to og tre stjerner indikerer p-værdi under hhv. 1 pct. og 0,1 pct.

Kilde: Egne beregninger på baggrund af Danmarks Statistiks forskerdatabase

Bilag 5

Beregning af lønpræmier

Den økonometriske analyse af lønpræmien i bankbranchen er dels baseret på en tilgang anvendt af Det Økonomiske Råd (2005) og dels en tilgang anvendt i Schaarup (2011). Lønpræmien i bankbranchen estimeres ved hhv. en Ordinary Least Squares model (OLS) og en fixed effects model (FE).

Ordinary Least Squares model

Med udgangspunkt i metoden anvendt i DØRs (2005)¹¹³ opstilles en OLS model for lønpræmie estimationen. Den logaritmetransformerede timeløn er den afhængige variabel i modellen. Logaritmetransformationen af den afhængige variabel (timeløn) betyder, at estimaterne skal fortolkes som semi-elasticiteter. Lønpræmien beregnes på baggrund af estimatet til en branchedummy, og angiver således, hvor mange procent lønpræmien er højere/lavere end referencebranchen. Der anvendes data fra 2018, og der kontrolleres for en række individualspecifikke karakteristika. Lønpræmien estimeres ved:

$$\begin{aligned} \log \text{timeløn}_i = & \beta_0 + \beta_1(\text{branche}_i) + \beta_2(\text{køn}_i) + \beta_3(\text{barn}_i) + \beta_4(\text{civilstatus}_i) + \beta_5(\text{etnicitet}_i) \\ & + \beta_6(\text{alder}_i) + \beta_7(\text{uddannelsesniveau}_i) + \beta_8(\text{stilling}_i) + \beta_9(\text{landsdel}_i) \\ & + \beta_{10}(\text{potential erhvervs erfaring}) + \beta_{11}(\text{karakter}) + \beta_{12}(\text{alder}_i^2) \\ & + \beta_{13}(\text{alder}_i^2 * \text{køn}_i) + \beta_{14}(\text{køn}_i * \text{alder}_i) + \beta_{15}(\text{køn}_i * \text{barn}_i) \\ & + \beta_{16}(\text{køn}_i * \text{civilstatus}_i) + \epsilon_i \end{aligned}$$

I beregningen af lønpræmien er der således kontrolleret for personens køn, om personen har børn, personens alder og civilstatus (angiver om personen er gift eller ej), personens etnicitet (efterkommer, indvandrer eller personer med dansk oprindelse), personens uddannelsesniveau (ufaglært, faglært, gymnasial, kort videregående, mellemlang/bachelor, lang videregående eller forskeruddannelse, personens stillingsbetegnelse (fx med eller uden ledelsesarbejde), personens karaktergennemsnit fra gymnasiet, personens branchetilknytning og slutte- ligt personens bopæl (Københavnsområdet, Aarhus eller resten af Danmark (residualen)).

Der tilføjes også et interaktionsled i modellen, som er krydsproduktet af en række af de individualspecifikke karakteristika, fx køn og børn. Det kan fange, at lønpræmien kan variere afhængigt af om mænd eller kvinder får børn. Ligeledes tilføjes kvadrerede variable, der kontrollerer for eventuelle ikke-lineære sammenhænge mellem variable, fx lønniveau og alder.

I en OLS model er der fare for, at der er ikke-observerbare individualspecifikke karakteristika – både tidsvariante og tidsinvariante – der påvirker både den afhængige variable (timelønnen) og en/eller flere af de forklarende variable (fx branchetilknytning). Det såkaldte *endogenitetsproblem*. Dette er oftest et problem ved *self-selection*, hvor individet selv vælger x_{it} , fx branchen, som så afhænger af nogle faktorer, der ikke er observerbare. Estimaterne i lønpræmie estimationerne vil i givet fald være biased enten nedad eller opad, alt afhængig af korrelationen med de ikke-observerbare karakteristika. Det er muligt at teste, hvorvidt der er nogle tidsinvariante karakteristika, som der burde tages højde for i modellen, ved at anvende en Chow test.

Fixed effects model

Med udgangspunkt i metoden anvendt i Schaarup (2011) opstilles en fixed effects model for lønpræmie estimationen. Som i modellen ovenfor – er den logaritmetransformerede timeløn

¹¹³ DØRs (2005). Estimation af lønpræmier.

den afhængige variabel i modellen. Lønpræmien beregnes også i denne model pba. estimatet til en branchedummy, og angiver således, hvor mange procent lønpræmien er højere/lavere

end referencebranchen. Der anvendes data fra 2015-2018 og der kontrolleres for en række individspecifikke karakteristika. For estimationen tages udgangspunkt i en udvidet Mincer relation:

$$y_{it} = x_{it}\beta + d_{it}\gamma + z_i\delta + \alpha_i + \epsilon_{it}$$

hvor $i = 1, \dots, N$ og $t = 1, \dots, T$

Variablen y_{it} angiver logaritmen til timelønnen, x_{it} er en vektor af observerbare tidsvariante variable, fx antal børn, z_i er en vektor af observerbare tidsinvariante variable, fx karakterer eller etnicitet, d_{it} er en vektor af branchedummies, der angiver om person i er ansat i branche j til tiden t , og koefficienten α_i er ikke-observerbare tidsinvariante karakteristika.

I en fixed effects tages højde for disse individspecifikke ikke-observerbare forskelle, der ikke ændres over tid, fx medfødte evner. Det sker ved, at der i en fixed effects model for hver individ i beregnes et gennemsnit af hver variabel i hele perioden. Dette gennemsnit trækkes fra de enkelte variable for hver tidsperiode, t , som følger:

$$y_{it} - \bar{y}_i = (x_{it} - \bar{x}_i)\beta + (d_{it} - \bar{d}_i)\gamma + (z_i - \bar{z}_i)\delta + \epsilon_{it} - \bar{\epsilon}_i$$

$$k = \{y, x, d, z\}$$

hvor

$$\bar{k}_i \equiv \frac{1}{T} \sum_{t=1}^T k_{it}$$

Dermed fjernes alle individspecifikke karakteristika, herunder den ikke observerbare heterogenitet, α_i . Ved at omskrive dette fås følgende transformation:

$$\dot{y}_{it} = \dot{x}_{it}\beta + \dot{d}_{it}\gamma + \dot{\epsilon}_{it}$$

hvor

$$\dot{k}_{it} \equiv k_{it} - \bar{k}_i$$

Som angiver værdien af variablen i periode t fratrukket gennemsnittet. Transformationen medfører således, at alle individspecifikke tidsinvariante karakteristika fjernes fra modellen. Det gælder både de observerbare tidsinvariante karakteristika, fx køn, alder mv. og de ikke-observerbare tidsinvariante karakteristika, fx medfødte evner mv.

Det medfører også, at lønpræmien kun estimeres på baggrund af personer, der skifter branche i løbet af den betragtede periode. Det vil sige, at lønpræmien kun dækker over lønændringen for personer, der skifter fra eller til den pågældende branche j . En væsentlig forskel mellem at estimere lønpræmien med OLS og fixed effects er altså, at OLS estimerer lønpræmien på baggrund af alle lønmodtagere i branchen, mens fixed effects udelukkende estimerer lønpræmien for de lønmodtagere, der skifter branche i perioden, der estimeres.

Hvis de estimerede lønpræmier i en fixed effects model skal fortolkes som lønpræmien for hele branchen, kræves det, at individerne, der skifter ud og ind af branchen, er repræsentative for hele branchen. Sagt med andre ord, at lønpræmien estimeres pba. af en tilfældig valgt stikprøve fra den samlede population. Selektion i branchetilknytning kan dog betyde, at der er forskel i de personer, der skifter ind, og de personer der skifter ud af en branche og som tidligere

nævnt er branchetilknytning nok ikke tilfældig. Desuden antages det implicit i modellen, at løngevinsten ved at skifte ind i branchen er den samme som løntabet ved at skifte ud.

Lige såvel som selektion i branchetilknytning kan have en betydning, kan antallet af skift for de respektive brancher – altså variationen – i datasættet have en betydning for estimerne for lønpræmien. Det betyder helt konkret for estimationen, at standardfejlene bliver for store.

Som i en OLS model, er der fare for, at der er ikke-observerbare individualspecifikke karakteristika, der påvirker både den afhængige variable (timelønnen) og en/eller flere af de forklarende variable (fx branchetilknytning). Imidlertid er alle ikke-observerbare tidsinvariante individualspecifikke karakteristika fjernet fra estimationen – så problemet omhandler kun *tidsafhængige* ikke-observerbare karakteristika. Det er således [potentielt] et mindre problem i en fixed effects model end i en OLS model.

I en fixed effects model har det desuden betydning, hvilke brancher der skiftes imellem. Hvis personer, fx primært skifter mellem brancher, der alle har et højt lønniveau vil det medføre, at de faktiske lønpræmier undervurderes. Ved at anvende en bredere branchegruppering kan udfordringen med, at lignende brancher kan have lignende lønniveau reduceres. En bredere branchegruppering vil dog medføre, at der vil være færre brancheskift og dermed mindre variation, der kan bruges til estimationen af lønpræmierne.

Data anvendt i analysen

Lønpræmien er estimeret på baggrund af registerdata fra Danmarks Statistik. Data for den *registerbaserede arbejdsstyrkestatistik (RAS)* er brugt til at opgøre personernes timeløn inkl. pension (variablen BREDT_LOENBELOEB_EBS er anvendt). Lønpræmierne bliver en smule lavere, hvis der anvendes timeløn ekskl. pension. Den registerbaserede arbejdsstyrke er ligeledes anvendt til stillingsbetegnelse, og hvilken branche personerne er beskæftiget indenfor. Øvrige personkarakteristika som uddannelse, alder og køn er tilføjet fra registre for uddannelse (UDDA) og befolkning (BEF). Data er fordelt på 128 brancher, jf. nationalregnskabet.

Hver af de 128 brancher har en dummy i modellen bortset fra branchen møbelindustri, som er valgt som referencegruppe, idet denne branche normalt anses for at være relativt konkurrenceudsat. Valget af møbelindustri kan ses som et forsøg på at vælge en branche, som man vil forvente er udsat for international konkurrence. Møbelindustri er tidligere brugt som referencegruppe ved estimation af lønpræmien i DØRs (2005) og Konkurrencestyrelsen (2009)¹¹⁴. Valget af referencebranche har ingen betydning for den relative rangering af lønpræmien i brancherne, og der kunne sagtens have været anvendt en anden referencebranche i estimationerne.

Valget af referencegruppe betyder, at lønpræmierne skal fortolkes som relative forskelle i lønniveauet mellem den pågældende branche og møbelindustrien, efter der er kontrolleret for de nævnte kontrolvariable. Det er altså et udtryk for merlønnen, som en person med givne karakteristika, ville have i udsigt, hvis vedkommende skifter fra branchen Møbelindustri til den pågældende branche.

Da alle lønpræmierne er relative til referencebranchen kan de omregnes til at være relative til medianbranchen. Fortolkningen ændres således til merlønnen, som en person med givne ka-

¹¹⁴ Konkurrencestyrelsen (2009). Konkurrenceregulering 2009

rakteristika, ville have i udsigt, hvis vedkommende skifter fra medianbranchen til den pågældende branche. Beregningen af den relative forskel i lønniveau mellem branchen for pengeinstitutter og medianbranchen ser således ud:

$$Lønpræmie_{\text{pengeinstitutter}} = \frac{e^{\beta(\text{pengeinstitutter})}}{e^{\beta(\text{medianbranchen})}} - 1$$

Tabel 9.2 Estimationsresultater fra beregning af lønpræmier

Model	(1)	(2)
	Fixed effects	Ordinary Least Squares
Periode	2018-2015	2018
Køn		0,348 ***
Køn*Børn	0,00342 ***	-0,0331 ***
Alder		0,0352 ***
Alder*køn		-0,0192 ***
Alder^2		-0,000352 ***
Alder^2*køn		0,000201 ***
Erfaring		0,0000385 ***
Erfaring^2		-1,6E-09 ***
Civilstatus	0,00981 ***	0,0725 ***
Civilstatus*køn	-0,0134 ***	-0,0589 ***
Karakter		0,0125 ***
Gymnasiel	0,0479 ***	-0,000365
KVU	0,0421 ***	0,0391 ***
MVU	0,0526 ***	0,0606 ***
LVU	0,0946 ***	0,218 ***
PHD	0,066 ***	0,309 ***
Børn	0,000896 *	0,0469 ***
Landbrug og gartneri	-0,0232 ***	-0,0517 ***
Skovbrug	0,00828	0,0207
Fiskeri	0,486 ***	0,268 ***
Indvinding af grus og sten	0,0486 ***	0,117 ***
Indvinding af olie og gas	0,0861 ***	0,539 ***
Service til råstofindvinding	0,00254	0,327 ***
Slagterier	0,154 ***	0,163 ***
Fiskeindustri	0,104 ***	0,13 ***
Anden fødevarerindustri	0,0204 ***	0,0533 ***
Mejerier	0,161 ***	0,239 ***
Bagerier, brødfabrikker mv.	-0,0339 ***	0,024 ***
Drikkevarerindustri	0,00948	-0,00299
Tobaksindustri	0,0879 ***	0,149 ***
Tekstilindustri	0,0141 *	0,029 **
Beklædningsindustri	-0,0295 ***	-0,0432 ***
Læder- og fodtøjsindustri	-0,0238	-0,187 *

Træindustri	0,0299	***	0,0437	***
Papirindustri	0,048	***	0,0801	***
Trykkerier mv.	0,0124	*	-0,0293	***
Olieraffinaderier mv.	0,0926	***	0,36	***
Fremst. af basiskemikalier	0,0336	***	0,165	***
Fremst. af maling og sæbe mv.	0,0134	**	0,103	***
Medicinalindustri	0,0218	***	0,216	***
Plast- og gummiindustri	0,0291	***	0,102	***
Glasindustri og keramisk industri	0,0302	***	0,0738	***
Betonindustri og teglværker	0,0848	***	0,123	***
Fremst. af metal	0,0454	***	0,0756	***
Metalvareindustri	0,0201	***	0,0546	***
Fremst. af computere og kommunikationsudstyr mv.	0,00347		0,0441	***
Fremst. af andet elektronisk udstyr	-0,0036		0,0915	***
Fremst. af elektriske motorer mv.	0,00213		0,0957	***
Fremst. af ledninger og kabler	0,0241	***	0,099	***
Fremst. af husholdningsapparater, lamper mv.	-0,000677		0,0216	
Fremst. af motorer, vindmøller og pumper	0,0696	***	0,158	***
Fremst. af andre maskiner	0,013	***	0,0809	***
Fremst. af motorkøretøjer og dele hertil	0,00595		0,0869	***
Fremst. af skibe og andre transportmidler	-0,0316	***	0,00762	
Legetøj og anden fremstillingsvirksomhed	0,0254	***	0,148	***
Fremstilling af medicinske instrumenter mv.	-0,0137	***	0,0555	***
Reparation og installation af maskiner og udstyr	0,00643		0,0584	***
Elforsyning	0,00755		0,167	***
Gasforsyning	0,0116		0,148	***
Varmeforsyning	-0,0248	*	0,0737	***
Vandforsyning	0,00417		0,0373	**
Kloak- og rensningsanlæg	0,0507	***	0,0658	***
Renovation og genbrug	0,0486	***	0,0589	***
Rensning af jord og grundvand	0,0177		-0,0703	***
Byggeentreprenører	0,0438	***	0,134	***
Anlægsentreprenører	0,0649	***	0,131	***
Murere og anden specialiseret bygge- og anlægsvirksomhed samt forberedende byggepladsarbejde	0,0583	***	0,12	***
Bygningsinstallation	-0,0166	***	-0,00433	
Bygningsfærdiggørelse	-0,0182	***	-0,018	*
Bilhandel	-0,061	***	0,0629	***
Bilværksteder mv.	-0,0624	***	-0,0272	***
Agenturhandel	0,0167	**	0,195	***
Engrosh. med korn og foderstof	0,00428		0,0312	**
Engrosh. med føde-, drikke- og tobaksvarer	0,0367	***	0,0886	***
Engrosh. med tekstiler og husholdningsudstyr	-0,0126	***	0,0962	***
Engrosh. med it-udstyr	0,00406		0,184	***
Engrosh. med andre maskiner	0,00649		0,1	***
Anden engroshandel	-0,00662		0,0771	***
Supermarkeder og varehuse mv.	-0,0383	***	-0,00596	

Specialbutikker med fødevarer	-0,081 ***	-0,0844 ***
Tankstationer	0,059 ***	0,0651 ***
Detailh. med forbrugerelektronik	-0,00585	0,024 **
Detailh. med tekstiler og husholdningsudstyr mv.	-0,0555 ***	-0,0568 ***
Detailh. med kultur- og fritidsprodukter	-0,0682 ***	-0,104 ***
Detailh. med beklædning og fodtøj	-0,0483 ***	-0,0562 ***
Internethandel, postordre mv.	-0,0534 ***	-0,0743 ***
Regional- og fjerntog	0,0074	0,111 ***
Lokaltog, bus og taxi mv.	0,0362 ***	0,00505
Fragtvognmænd og rørtransport	0,022 ***	0,0369 ***
Skibsfart	-0,0228 ***	0,149 ***
Luftfart	0,0485 ***	0,273 ***
Hjælpevirksomhed til transport	0,0161 ***	0,103 ***
Post og kurer tjeneste	-0,104 ***	-0,00378
Hoteller mv.	0,0735 ***	0,0622 ***
Restauranter	-0,017 ***	-0,0468 ***
Forlag	-0,0608 ***	-0,0389 ***
Udgivelse af computerspil og anden software	-0,0192 ***	0,107 ***
Produktion af film, tv og musik mv.	-0,0312 ***	0,0666 ***
Radio- og tv-stationer	0,0221 ***	0,0904 ***
Telekommunikation	0,029 ***	0,128 ***
It-konsulenter mv.	-0,0137 ***	0,113 ***
Informationstjenester	-0,0235 ***	0,0577 ***
Pengeinstitutter	0,0946 ***	0,219 ***
Kreditforeninger mv.	0,0415 ***	0,237 ***
Forsikring og pension	0,0742 ***	0,248 ***
Finansiell service	0,0154 ***	0,201 ***
Ejendomsmæglere mv.	-0,00249	0,0766 ***
Boligudlejning	-0,00683	0,0635 ***
Udlejning af erhvervsejendomme	0,000723	0,0609 ***
Advokatvirksomhed	0,00175	0,136 ***
Revision og bogføring	-0,0292 ***	0,0978 ***
Virksomhedskonsulenter	-0,0265 ***	0,108 ***
Arkitekter og rådgivende ingeniører	-0,0101 **	0,062 ***
Forskning og udvikling	-0,0155 ***	0,0627 ***
Reklame- og analysebureauer	-0,0781 ***	-0,00817
Anden vidensservice	-0,022 ***	-0,0346 ***
Dyrlæger	-0,153 ***	-0,105 ***
Udlejning og leasing af materiel	0,0123 **	0,0397 ***
Arbejdsformidling og vikarbureauer	0,115 ***	0,081 ***
Rejsebureauer	-0,129 ***	-0,0669 ***
Vagt og sikkerhedstjeneste	0,0983 ***	0,131 ***
Ejendomsservice, rengøring og anlægsgartnere	0,0545 ***	0,0204 **
Anden operationel service	0,015 ***	0,0524 ***
Offentlig administration	-0,0238 ***	-0,0167 **
Forsvar, politi og retsvæsen mv.	-0,264 ***	-0,0894 ***

Grundskoler	0,157 ***	0,0376 ***
Gymnasier og erhvervsfaglige skoler	0,056 ***	-0,0442 ***
Videregående uddannelsesinstitutioner	-0,0408 ***	-0,0738 ***
Voksenundervisning mv.	0,0317 ***	-0,0332 ***
Hospitaler	-0,0208 ***	0,0544 ***
Læger, tandlæger mv.	0,00381	0,0203 **
Plejhjem mv.	0,0986 ***	0,0255 ***
Daginstitutioner og dagcentre mv.	0,00821 **	-0,0748 ***
Teater, musik og kunst	0,041 ***	-0,0455 ***
Biblioteker, museer mv.	-0,0131 **	-0,0855 ***
Lotteri og andet spil	0,0134	0,0648 ***
Sport	-0,0238 ***	-0,0228 ***
Forlystelsesparker og andre fritidsaktiviteter	0,0389 ***	0,0344 ***
Organisationer og foreninger	0,0146 ***	-0,0335 ***
Reparation af husholdningsudstyr	-0,0335 ***	-0,0722 ***
Frisører, vaskerier og andre serviceydelser	-0,0856 ***	-0,0672 ***
Private husholdninger med ansat medhjælp	-0,00319	-0,0699 ***
Internationale organisationer og ambassader	-0,0695 ***	-0,103 ***
Uoplyst aktivitet	0,0156	-0,413 **
Lønmodtager med ledelsesarbejde	0,069 ***	0,427 ***
Lønmodtager på højeste niveau	0,0457 ***	0,127 ***
Lønmodtager på mellemniveau	0,0148 ***	0,0721 ***
Andre lønmodtagere	0,0147 ***	0,0122 ***
Lønmodtagere u.n.a.	-0,0105 ***	0,0223 ***
Indvandrere		0,00375 *
Efterkommer		0,0153 ***
København og omegn	0,00578 ***	0,0416 ***
Aarhus	-0,0134 ***	0,00171
2018	0,111 ***	
2017	0,0729 ***	
2016	0,0349 ***	
Konstantled	5,137 ***	4,209 ***
Observationer	9042407	868574
R-squared	0,118	0,509
Unikke personer	2855896	

Anm.: En stjerne indikerer p-værdi under 5 pct., mens to og tre stjerner indikerer p-værdi under hhv. 1 pct. og 0,1 pct.

Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks forskerdatabase

Bilag 6

Kundemobilitet på realkreditmarkedet

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har gennem Danmarks Statistiks forskerordning adgang til to sæt af registerdata over realkreditlån, som er blevet anvendt til analyserne.

Beregningen af kundemobilitet på realkreditmarkedet i figur 5.10 er foretaget på baggrund af mikrodata indberettet af realkreditinstitutterne til SKAT. Registret omfatter alle realkreditlån i årene 2003-2019, hvorpå der er påløbet renter i løbet af året. Indberetningen foretages individuelt for hver låntager tilknyttet lånet.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har tidligere analyseret mobiliteten på realkreditmarkedet. Senest i rapporten "*Realkredit- og prioritetslån, Priser og markedsudvikling, April 2020*". Til brug for disse tidligere analyser har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen hidtil op til og med år 2014 brugt førnævnte realkreditregister indberettet til SKAT, mens der efter år 2014 er blevet benyttet et andet register. Dette andet register indberettes af realkreditinstitutterne til Nationalbanken og dækker samtlige realkreditlån i årene 2009-2018. Registret omfatter alle lån, der er aktive ved årets udgang.

Som udgangspunkt indeholder registret indberettet til Nationalbanken flere detaljer om lånene end registret indberettet til SKAT. Af den grund har styrelsen tidligere primært anvendt dette register, når det har været muligt. Registret er dog ikke blevet opdateret med data siden år 2018. Af den grund har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen i figur 5.10 i stedet anvendt registret indberettet til SKAT for at kunne inkludere oplysninger om forbrugermobiliteten i 2019.

I forhold til tidligere beregninger foretaget på baggrund af registret fra SKAT, senest i rapporten "*Realkredit- og prioritetslån, Priser og markedsudvikling, April 2020*", er metoden blevet opdateret. De nye beregninger tager i højere grad højde for, at nogle skift i de gamle beregninger blev talt som tillægslån frem for skift, hvis låntageren stadig var registreret hos sit gamle realkreditinstitut men stod med en gæld på 0. Derudover har styrelsen i de nye beregninger anvendt en koncernnøgle for at restrikttere analysen til realkreditlån til private låntagere, som optager lån til ejer- eller fritidsbolig, og for at tage højde for koncerninterne skift. Alt i alt har det ført til en lavere registreret mobilitet end i de tidligere beregninger.

Opgørelsen af kundemobiliteten er foretaget ved udgangen af året. Forbrugermobiliteten måles som andelen af de eksisterende låntagere, der har skiftet realkreditinstitut inden for det seneste år. Førstegangskøbere og personer, der blot optager yderligere lån i andre institutter, er ikke i opgørelsen. Hvis både skift af realkreditinstitut samt tillægslån optaget i et nyt realkreditinstitut betragtes som et udtryk for forbrugermobilitet, fås det samme billede som i Figur 5.10, dog er niveauet ca. 0,3-0,7 procentpoint højere.

Låneomlægning

Grundet en ændring i indberetningsstrukturen til SKAT, er nogle af oplysningerne, som anvendes til at analysere låntagernes omlægningsaktivitet, ikke tilgængelige i de seneste år i registret fra SKAT. Af den årsag anvender Figur 5.11 for de seneste år det førnævnte register over realkreditlån indberettet til Nationalbanken.

En låneomlægning er defineret ved, at låntageren indfrier mindst ét realkreditlån og optager mindst ét nyt realkreditlån. Den historiske omlægningsaktivitet i data indrapporteret til SKAT for 2004-2016 kan derudover kun beregnes for de ca. 60 pct. af låntagerne, som har et enkelt realkreditlån før og efter omlægningen.

Bilag 7

Gruppering af motiver

Økonomiske motiver omfatter respondenter, der i surveyet har svaret:

- » *Jeg tror, at jeg ville kunne/jeg kunne spare penge ved at skifte bank*
- » *For at undgå at betale negative renter*
- » *Jeg vil gerne se, om jeg kan få bedre vilkår i en anden bank*

Etiske motiver omfatter respondenter, der har svaret:

- » *Fordi jeg synes, at min nuværende/tidligere bank har ageret uetisk*
- » *På grund af dårlig omtale af min nuværende/tidligere bank i medierne*

Udefrakommende motiver omfatter respondenter, der har svaret:

- » *Jeg skal/ er flyttet; Min bankfilial er lukket*
- » *Min tidligere/nuværende bank vil ikke tilbyde mig de produkter, som jeg har brug for, fx lån til bolig*
- » *Min partner og jeg vil gerne have samme bank*

Motiver forbundet med fordele/tilbud omfatter respondenter, der har svaret:

- » *Jeg fik/har fået et godt tilbud fra den nye bank*
- » *Jeg kunne/kan få nogle kundefordele i den nye bank gennem min fagforening eller tilsvarende organisation.*

Utilfredshed med bankrådgiver omfatter respondenter, der har svaret:

- » *Jeg er/var ikke tilfreds med min nuværende/tidligere bankrådgiver*

Gruppering af barrierer

Økonomiske barrierer omfatter respondenter, der har svaret:

- » *Jeg tror ikke, at jeg ville få noget ud af det økonomisk/jeg fik ikke noget økonomisk ud af det*
- » *Det koster/ kostede for mange penge at skifte bank*
- » *Jeg ville miste nogle vigtige fordele, som jeg har i min nuværende bank, hvis jeg skiftede*

Relationelle barrierer omfatter respondenter, der har svaret:

- » *De andre banker var for langt væk fysisk, eller havde ikke en filial tæt på, hvor jeg bor*
- » *Forholdet til min nuværende bankrådgiver er årsagen til, at jeg ikke ville skifte bank alligevel*

Kompleksitets barrierer omfatter respondenter, der har svaret:

- » *Det er/var for svært at sammenligne bankerne og deres produkter*
- » *Processen med at finde dokumenter og få overblik over mine aktiviteter er/var for besværlig*
- » *Jeg orker/orkede ikke at skulle lære nye systemer at kende i en ny bank*

Nedprioritering/tilfredshed er konstrueret af respondenter, der har svaret:

- » *Jeg er ikke nået dertil endnu*
- » *Det har jeg ikke tænkt over*
- » *Jeg er tilfreds med min nuværende bank.*

Den præcise formulering afhænger af om forbrugeren er overvejende, opsøgende, skiftende eller ikke-aktiv, jf. figur 6.2

Bilag 8

Bankkunder, der samler deres finansielle ydelser

Mange bankkunder, der har behov for ydelser på tilstødende markeder som realkreditmarkedet og markedet for private pensionsordninger, vælger at købe disse ydelser gennem deres primære bank. Således har godt 54 pct. af de bankkunder, der både har et realkreditlån og en privattegnede pensionsordning i 2019, købt begge ydelser igennem deres primære bank, mens mere end 90 pct. (som både har realkreditlån og pensionsopsparing) har mindst ét andet finansielt produkt gennem deres primære bank.

Godt 82 pct. af alle bankkunder, der har et realkreditlån, har lånet i et realkreditinstitut, som deres primære bank enten er koncernforbundet med eller har en formidlingsaftale med. Det tilsvarende tal er 71 pct. for privattegnede pensionsordninger.

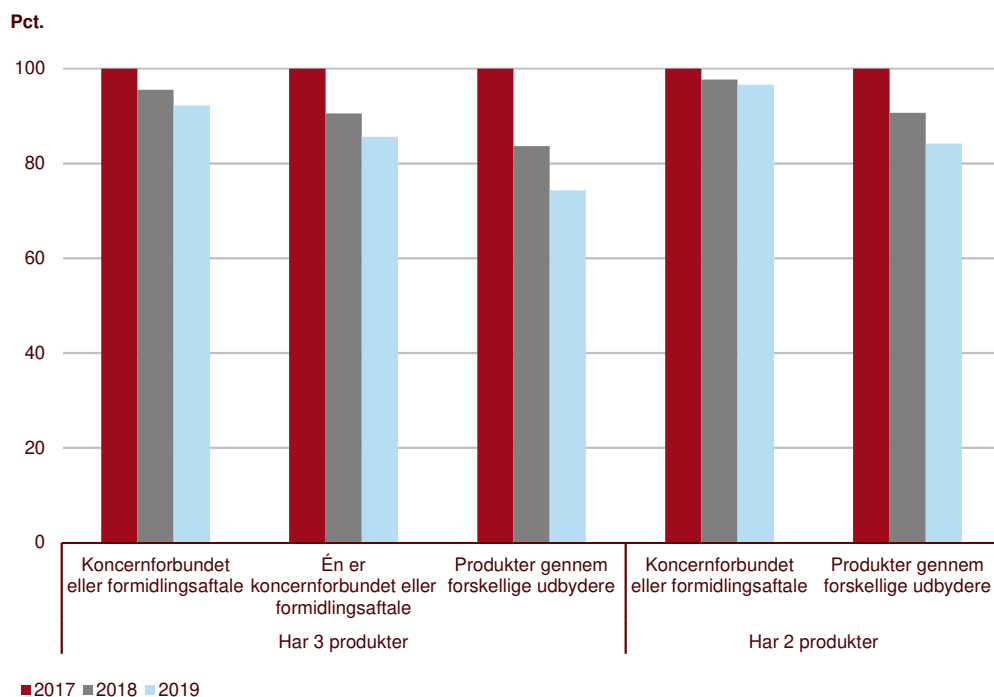
Det, at samle finansielle produkter gennem den primære bank, betyder, at kunderne har realkreditlån gennem et realkreditinstitut, der er koncernforbundet eller har en formidlingsaftale med kundens primære bank, og/eller har en privattegnede pensionsordning gennem kundens primære bank eller gennem et pensionsselskab, der er koncernforbundet eller har en formidlingsaftale med kundens primære bank. Kunder, der køber flere produkter gennem den samme udbyder betegnes som "bundlere".

Der kan være en tidsmæssig forskydning i, hvornår kunderne samler de finansielle produkter ved én udbyder eller spreder dem ud over flere forskellige udbydere. Eksempelvis kan der godt gå lidt tid før et skifte af primær bank også fører til, at et realkreditlån følger med over til den nye bank. Hvis det er tilfældet kan nogle forbrugere i et år fremstå som kunder, der ikke bundler for så det næste år at fremstå som kunder, der bundler.

De kunder som bundler deres finansielle produkter syntes i høj grad at fastholde dette over tid. I den gruppe af forbrugere, der både har bank-, realkredit- og pensionsprodukter gennem deres primære bank i 2017 og fortsat har alle produkterne i 2018 og 2019, har 92 pct. således fortsat samlet produkterne i deres primære bank i 2019, jf. Figur 9.1. I den gruppe af forbrugere, der har to produkter gennem deres primære bank, har 97 pct. fortsat deres produkter gennem deres primære bank i 2019.

Bankkunder, der ikke bundler, forbliver i lavere grad i samme gruppe. Der ses således en tendens til, at nogle af de kunder, som i 2017 køber deres finansielle produkter ved forskellige udbydere i 2018 og 2019 går over til at købe de finansielle produkter gennem deres primære bank.

Figur 9.1 Andelen af personer for hver bundletype i 2017, der indgår i samme gruppe i 2018 og 2019



Anm.: Figuren indeholder kun personer, der i alle tre år har hhv. 3 og 2 produkter.

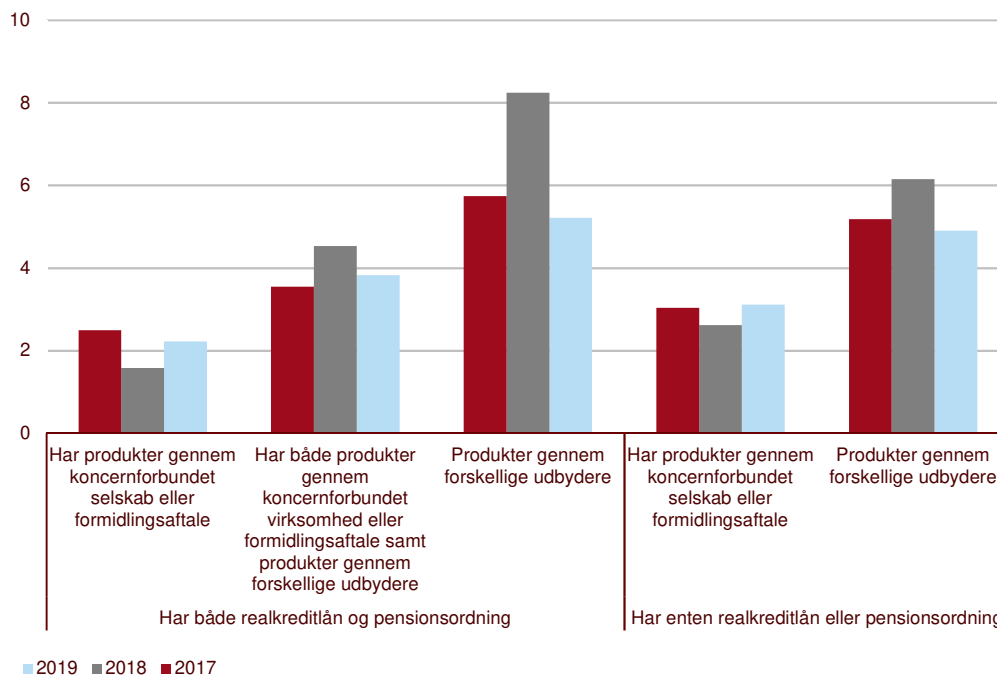
Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks forskerdatabase.

Kundemobiliteten på bankmarkedet er lavere blandt kunder, der har samlet deres engagement i finansielle supermarkeder, jf. afsnit 7.7. Således er sandsynligheden for at skifte primær bank lavere for bankkunder, der bundler, end for bankkunder der har finansielle produkter gennem forskellige udbydere. Desuden mindskes sandsynligheden for at skifte primær bank, jo flere finansielle produkter, kunderne har samlet hos deres primære bank.

Niveauet for den målte sandsynlighed for at skifte bank afhænger af, hvornår kundens bundletype måles. Det gælder dog uanset tidspunktet opgørelsen af bundletype, at sandsynligheden for at skifte primær bank mindskes, jo flere finansielle produkter, som er købt via kundernes primære banks samarbejdspartnere, jf. Figur 9.2. Som nævnt, kan der være en vis tidsmæssig forskydning i, hvornår kunderne samler de finansielle produkter ved én udbyder eller spredt dem ud over flere forskellige udbydere, som bl.a. kan forklare de observerede niveaumæssige forskelle i den målte sandsynlighed.

Figur 9.2 Mobilitet blandt kunder i finansielle supermarkeder og kunder, der har produkter gennem forskellige udbydere, 2018, efter deres bundletype i 2017, 2018 og 2019

Sandsynlighed for at skifte primær bank, pct.



Anm.: Figuren viser forskelle i sandsynlighed for at skifte primær bank på tværs af kundetyper beregnet pba. en logit-regression og ud fra en alt andet lige betragtning. I figuren sammenlignes således to ens (og gennemsnitlige) kunder, som kun adskiller sig ved, hvor mange, hvor henne og hvilke produkter, de har købt på tilstødende markeder, mens de på de øvrige parametre er helt ens. Kundetyper er med udgangspunkt i, om kunden var kunde i et finansielt supermarked eller havde produkter gennem forskellige udbydere i året før, 2017, samme år, 2018, eller året efter, 2019.

Kilde: Egne beregninger baseret på Danmarks Statistiks forskerdatabase