

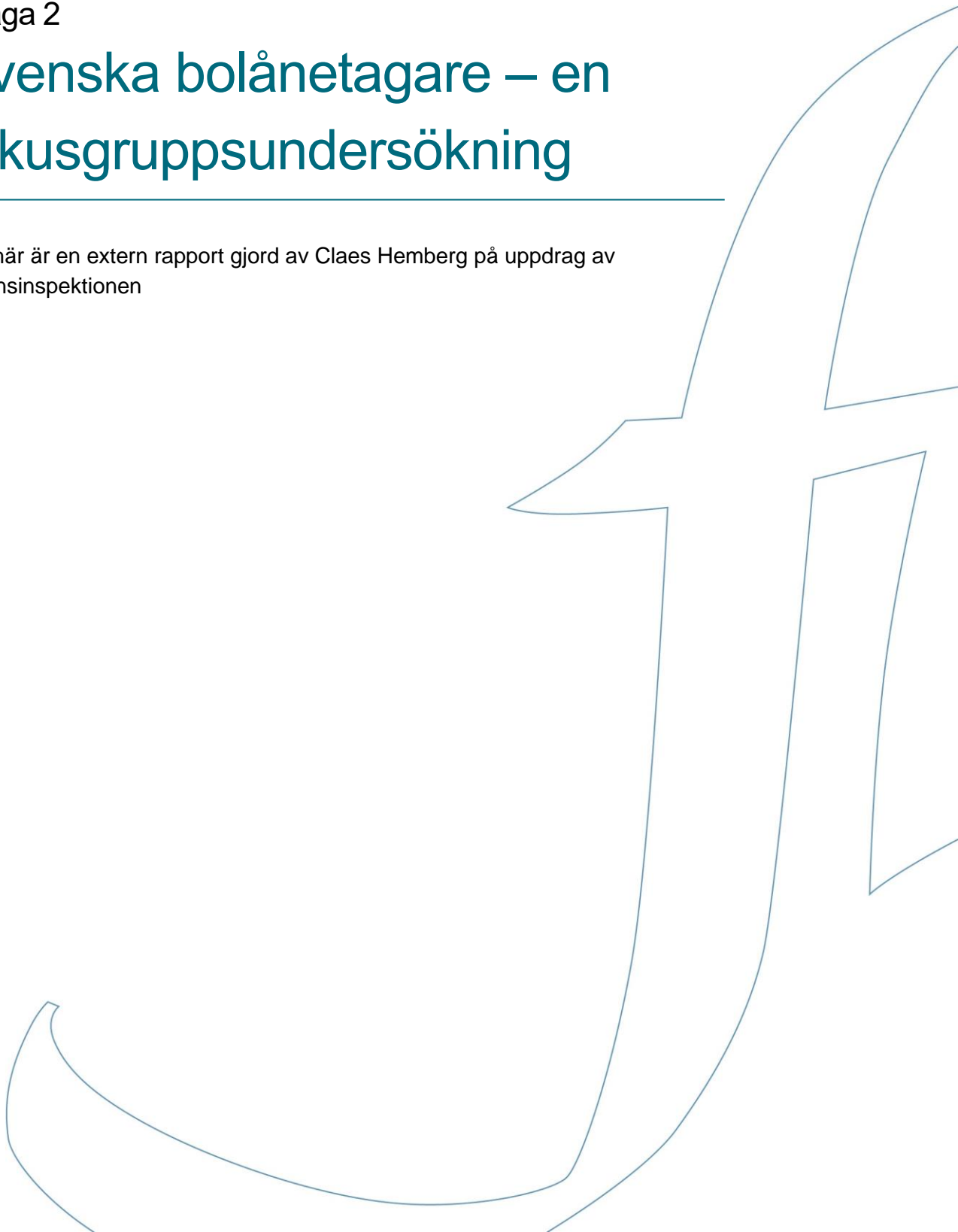


Bilaga 2

# Svenska bolånetagare – en fokusgruppsundersökning

---

Det här är en extern rapport gjord av Claes Hemberg på uppdrag av Finansinspektionen



# Sammanfattning

Finansinspektionen (FI) har låtit göra en undersökning med fokusgrupper. Syftet med undersökningen är dels att identifiera de hinder som svenska bolånetagare upplever, dels att utforska vilka åtgärder som kan stärka konsumenternas ställning. Vi har kompletterat fokusgruppernas reflektioner med en kvantitativ undersökning.

Bolån är den största utgiften för många hushåll. Trots det är majoriteten av svenska bolånetagare i någon utsträckning passiva i hanteringen av sina bolån. De hinder som deltagarna i fokusgrupperna beskriver rör huvudsakligen tillgången till användbar information, relationen till bolånegivaren och möjligheten att flytta sitt bolån.

Utbudet av fakta är visserligen väl tilltaget, men mängden information förvirrar konsumenterna och de tycker att många begrepp är svåra. Att bankerna presenterar olika typer av upplysningar, på olika sätt, försvårar dessutom jämförelser mellan institut. Bolånebranschen saknar en fullgod digital service och är i många avseenden inte anpassad till konsumenternas behov. Bankernas prissättning på bolån är inte lätt att se igenom och det finns ingen tydlig gräns mellan rådgivning och försäljning. Det är dessutom krångligt att flytta sitt bolån till en annan långivare. Deltagarna i fokusgrupperna upplever att bankerna i vissa fall aktivt motarbetar kundrörligheten.

Resultaten från den kvantitativa undersökningen bekräftar till stor del fokusgruppernas erfarenheter av bolånebranschen. Få bolånetagare anser att branschen verkar för konsumenternas bästa eller att det går att påverka sin boränta. Utfallet indikerar även att det saknas tydlig vägledning, att det är svårt att välja och jämföra erbjudanden, samt att kundrörligheten är låg. Den stora andelen medverkande som är neutrala eller svarar ”vet ej” på flera frågor i undersökningen tyder på en utbredd passivitet.

Bolånetagarna i fokusgrupperna vill ha en standard för begrepp, verktyg och processer som är gemensam för hela branschen. De tycker att det måste bli enklare att jämföra och välja bolån och bolånegivare. Bolånetagarna ser dessutom ett behov av aktiv vägledning, exempelvis i form av ett standardlån som passar de flesta – en knuff i rätt riktning. De ser också att det finns utrymme för mer aktiva myndigheter, som både kan erbjuda objektiv information och ställa krav på branschen. Diskussionerna med fokusgrupperna talar för att de flesta konsumenter har både förmåga och vilja att engagera sig mer aktivt i sitt bolån.

## Resultaten i korthet

Svenskarna har dramatiskt ökat storleken på sina bolån under de senaste årtiondena. Att räntorna under tiden har fallit gör att många svenskar lätt har missat de ökade riskerna med sina bolån. Samtidigt har de låga räntorna gjort bolånetagarna mer nöjda och mindre självkritiska. Därför har många haft alltför låga förväntningar och ställt för låga krav på bankerna. När boräntorna plötsligt har stigit det senaste året har allt fler bolånetagare upptäckt att de saknar insyn, överblick, beredskap samt en handlingsplan för att skapa en långsiktigt hållbar boendeekonomi.

Men bolånebranschen erbjuder inte de sakliga begrepp, fakta och verktyg som bolånetagare efterfrågar. Här kan svenska myndigheter bli viktiga aktörer för att ge svenska bolånetagare högre och mer samstämmig kvalitet på fakta, pedagogik och beslutsunderlag. Det handlar om att väsentligt öka svenskarnas förmåga att både förstå och syna sina bolån, men även att jämföra och att aktivt välja bättre och mer långsiktiga bolån.

### Tre sätt att stärka bolånetagare

Fokusgrupperna visar att breda lager av svenska bolånetagare kan gynnas av tydligare och mer enhetliga konsumentvillkor i bolånebranschen. Mer tillgängliga bolånefakta skulle även kunna öka bolånetagarnas möjligheter att ta tillvara det ansvar som många känner och vill utveckla. Här menar framför allt yngre bolånetagare att applikationer och webbplatser kan ge utmärkt lättanvända verktyg, vilket många branschaktörer i dag missar.

Bolånetagarna i fokusgrupperna efterfrågar huvudsakligen en branschgemensam standard för begrepp och vägledning samt en enkel huvudsaklig färdväg för val av bolån. En tydlig knuffning, det vill säga aktiv vägledning. En metod och ett val som fungerar väl för majoriteten av bolånetagare. I detalj menar bolånetagarna att de upplever påtagliga brister, som hindrar dem från att utöva sin konsumenträtt. Här efterfrågar bolånetagarna förbättringar inom tre områden: service, jämförelser och flyttar.

### Bättre service

Bolånetagarna uppfattar dagens bolåneutbud som otydligt, motstridigt och föga konsumentvänligt. Många bolånetagare missförstår de mest basala begreppen och har svårt att tillgodogöra sig branschens breda utbud av fakta, ordval, siffror och räntesatser. ”Hur ska jag hos en aktör ta ställning till 28 listräntor och över 100 snitträntor?”, frågar en bolånetagare. Påtagligt få i fokusgrupperna känner sig trygga i utbudet av räntor och i sina val hos den egna bolåneaktören.

Bolånetagarna vill att alla banker ska erbjuda en enhetlig överblick och standard när det gäller bolån. Det handlar om konsekvent konsumentupplysning och konsumentinsyn. Den måste utgå från användarnas behov och inte den interna administrationens arbetssätt och tradition. Bolånetagare vill se ett urval av data, historisk såväl som framåtblickande, så att konsumenten kan förstå tidigare val, dess effekter och utsikterna för bolånet framgent. Kostnader vill bolånetagare se kopplade till hushållets utgifter. Bolånetagarna kritiserar även strukturen för hur bolån förklaras – att varje aktör har sina egna begrepp, ordning och jämförelser som skiljer sig väldigt mycket åt mellan olika aktörer.

Även i direkt kontakt med de olika bolåneaktörerna saknar bolånetagarna en tydlighet och stringens. De vill se en fullgod digital service, utan tvingande brevutskick, telefonsamtal, mejl och kontorsbesök. Bolånetagarna beskriver full digital service med stöd av bank-id som mer rättvis, eftersom den är mer öppen och dokumenterad. I stället styr många i branschen mot telefonsamtal och möten, där bolånetagarna uppfattar att subjektiva bedömningar styr de räntor som erbjuds, ofta utan dokumentation eller en framåtblickande plan. Dessutom påpekar bolånetagarna att bankerna blandar ihop olika personalroller till bolånetagarnas nackdel, då samma yrkesperson i dag både kan agera som bolånerådgivare och bolånesäljare i samma möte.

## Tydligare jämförelser

Bolånetagare efterfrågar mer adekvata jämförelsedata. Dagens ostrukturerade överflöd av data skapar mer ett sänkt självförtroende än en stärkt initiativförmåga. De efterfrågar att branschen utgår från samma fakta, verktyg för jämförelser, ordval och beskrivningar. Detta skulle framför allt stärka de unga och svagare konsumenterna, som ännu inte har de årtionden av erfarenhet som märks i fokusgrupperna med deltagare över 50 år.

Bolånetagarna vill se mer handgripliga instruktioner. Mer kunskap ska inte behövas. Bolån ska vara en allmängiltig produkt. Ansvar för förbättringarna av bolånetagarnas konsumenträtt måste ligga hos bolåneaktörerna. Kravet kan svårligen ligga hos konsumenterna. De har inte tillräcklig insyn, kompetens eller maktposition.

## Enklare flyttar

Särskilt unga bolånetagare ser bolåneflyttar som en viktig rättighet. Att få välja och välja bort är kärnan i konsumenträtt. I dag uppfattar bolånetagare ofta att deras flyttar bromsas av bankerna, vilket dämpar bolånetagares intresse för hela bolånefrågan. Ryktet bland fokusgrupperna säger att bolåneflyttar är svåra, krångliga och dyra. Det borde vara ett märkligt och allvarligt rykte för en bransch som själva gärna beskriver sig som konsumentvänliga. I stället uppfattar bolånetagarna att de är i underläge när det gäller kunskap, insyn och inte minst

valfrihet. Bolånetagarna vill se att konsumenträtten stärks inom bolåneflyttar genom att branschen har gemensamma garantier för att flytta bolån. Det bör finnas regler för hur lång tid en flytt av bolån får ta, en gemensam struktur för hur en flytt ska gå till, en standard för digital signering samt tillgång till flyttedokument och fullmakter.

Bolånetagarna beskriver att branschen är förvånansvärt ointresserad av nya kunder eller en sund kundrollighet. Aktörerna är nöjda med de kunder de har.

Bolåneaktörerna gör också påfallande lite för att övertyga sina nuvarande kunder att uppskatta sina bolån. I stället behandlas bolån som en passiv produkt, inget som behöver diskuteras. Bolånetagare som försöker vara aktiva får ofta svaret ”sitt stilla i båten”. Andra frågor om räntor besvaras ofta med ”du har en bra ränta”. Andra får höra ”var nöjd med att du har ett bolån”.

En nyhet – amorteringsunderlaget – har fått bolånetagare att reagera kritiskt. Men inte mot dokumentets funktion, utan mot hur branschen använder det för att låsa in kunder. Första problemet är själva begreppet, som är ett branschuttryck snarare än ett konsumentuttryck. Här behövs ett långt mer konsumentvänligt namn. Nästa problem är att bolåneaktörer bromsar hanteringen. I stället för att dela dokumentet digitalt, proppar majoriteten på att skicka hem det per post, vilket försvårar och fördröjer processen. Naturligtvis vill bolånetagare se dokumentet i sin internetbank. Även fullmakter är något som inte respekteras på ett sätt som bolånetagarna förväntar sig. Trots att bolånetagare lämnar ifrån sig ansvaret i en fullmakt, så respekteras det inte av branschen som ofta kräver personliga samtal, brev och kontorsbesök.

## Bolånetagarna och samhällskontraktet

Bolånetagarna ser sig som mycket svaga konsumenter i relation till bolånebranschen. Detta gäller särskilt de unga, 30-40-åringarna. Även de mer insatta över 55 år är påtagligt skeptiska till branschen, efter många år av bristfällig service. Endast de över 65 år är mestadels nöjda.

Bolånetagarnas kritik vänder sig mot bolånebranschens låga intresse att förbättra branschens utbud och service. Bolånetagarna uppfattar snarare att bolåneaktörerna bygger djupare vallgravar och mer tröghet än smidighet, öppenhet och kundvägledning. ”En märkligt gammalmodig bransch, tillåts fortsätta så, när de flesta andra branscher talar om vikten av förbättringar, prispress och konkurrens”, säger en deltagare i fokusgruppen.

Bolånetagarna uppfattar att de nyare bolånegivarnas försök till förbättringar hämmas av äldre aktörer som med ålderstigen syn på bolånekunder bromsar och låser branschens förnyelse. Branschen har hamnat i ett moment 22, där nyare bolåneaktörer har väldigt liten förmåga och kraft att förbättra branschen. Den som

tar steg till förnyelse har mycket att förlora. Det behövs ett tydligare myndighetsagerande, tycker bolånetagarna.

Samtidigt pekar bolånetagarna i fokusgrupperna på att myndigheterna borde vara mer intresserade av att svenskarna har bättre grepp om och är mer nöjda med sin bolåneekonomi. Att utbilda svenska folket i bolån har bolånetagarna mindre tilltro till. ”Vi hinner inte med alla konsumentval. Ge mig i stället färre och enklare val”, påpekar flera bolånetagare. Bolån beskrivs i stället som en av många vardagliga hushållstjänster i vår avtalsekonomi, liksom telekom, el och försäkring. De måste fungera smidigt, så att hushållet har tryggheten och ekonomin på plats. ”Det om något borde vara ett samhällsintresse”, påpekar bolånetagare.

## Knuffning ger samhällsnytta

Utmaningen med knuffning av bolånetagare är naturligtvis att utarbeta en modell som uppfyller den stora majoritetens behov. Här krävs en tydlig idé, analys och val av målgrupp samt en stor vilja att förenkla för att nå och svara mot de många behov. Metoden kan aldrig vara rätt för alla, utan siktar på att vara ett bra val för den breda majoriteten, liksom en indexfond i sparvärlden.

Fokusgrupperna uppger att just knuffning kan vara mycket effektivt för att nå och stödja framför allt unga bolånetagare. De är både mottagliga och vana vid knuffning. De är inte oroliga för sin integritet, utan förväntar sig att det finns enkla prisvärda val för de många, särskilt på områden där de själva har mindre erfarenhet, som inom bolån.

Bolånetagarna uppskattar samtidigt de senaste årens ökade öppenhet kring bolåneaktörernas snitträntor och vinstmarginaler. Men det är påfallande få som förstår begreppen eller använder dessa verktyg i praktiken, inte ens de mer insatta bolånetagarna. I stället fastnar bolånetagare lätt vid begrepp som används på olika sätt hos bolåneaktörerna. Vid en närmare muntlig vägledning i själva fokusgruppen var det däremot plötsligt över hälften av de deltagande bolånetagarna som var beredda att använda snitträntan som en referenspunkt för att jämföra och välja bolån.

För en majoritet av bolånetagarna är dagens konsumenträtt långt ifrån tillräcklig. De ser betydelsen av och risken i bolån, men är osäkra på hur de bäst agerar. De ser att myndigheter kan ta en mer aktiv roll både gentemot bolåneaktörerna och för bolånetagarna. Det kan ge konsumenten en större trygghet och nöjdhet i valet, en bättre och mer långsiktig överblick, och gör att konsumenten även kan sänka sina räntekostnader för bolån.

# Bakgrund: fokusgrupper

Finansinspektionen (FI) ville samla in svenska bolånetagares erfarenheter av och tankar kring hinder på bolånemarknaden. Ett syfte var att identifiera eventuella problem och brister, vad som hindrar bolånetagare från att ta del av och tillgodogöra sig information om bolån och bolåneräntor. Ett annat var att ta reda på vilket stöd bolånetagarna behöver när de jämför och väljer bolåneaktörer, och om det är svårt att flytta bolånet till en annan aktör för att på så sätt få bättre villkor. Den slutliga målsättningen är att utifrån de identifierade problemen hitta konkreta förslag till åtgärder för att stärka konsumenternas ställning gentemot bolåneaktörerna.

## Metod

För att undersöka bolånetagares tankar om hinder på bolånemarknaden valde vi metoden fokusgrupper. Denna fördjupade bild kompletterade vi sedan med en kvantitativ undersökning riktad till en grupp med minst 1 000 bolånetagare via opinionsinstitutet Sifo/Demoskop.

Metoden fokusgrupper innebär att vi träffar bolånetagare öga mot öga i deras lokala miljöer. Det skapar trygghet och gemenskap mellan lokala deltagare. Detta är en väsentlig grund för att deltagarna ska engagera sig och dela med sig på ett personligt och angeläget sätt, särskilt eftersom bolån ofta uppfattas som både abstrakt och allvarligt. Samtalet ges även utrymme att diskutera och nyansera för- och nackdelar på ett sätt som breda kvantitativa undersökningar inte förmår.

Samtalen i fokusgrupperna gick steg för steg igenom bolånetagares attityder, frågor och uppfattade hinder med avstamp i följande frågeställningar:

- Bolånen i den vardagliga hushållsekonomin.
- Hur bolånetagarna diskuterar och förstår sin boränta idag, historiskt och framåt.
- Hur de jämför med andra boräntor och valmöjligheter.
- Relationen till sin bolåneaktör, i frågor om vägledning och förhandlingar.
- Hur de samtalar och bolåneflyttar i praktiken.

För att komma till botten med svenska bolånetagares åsikter och tankar kring sina bolån behöver vi diskutera erfarenheter från flera olika perspektiv, eftersom svaren inte är ”ja” eller ”nej”, utan ofta kräver resonemang och diskussion. Fördelen med fokusgrupper är att själva samtalet får deltagarna att reflektera och diskutera med hjälp av varandras tankar och idéer. Samtalet i sig väcker insikter och lyfter fram erfarenheter som kan vara svåra att hämta i enkäter eller breda undersökningar.

Genom samtalen kan vi även leda diskussionen genom hela bolånerelationen: från bolån i vardagen, att aktivt jämföra boränta, kontakten med bolånerådgivare och till konkreta bolåneflyttar.

En diskussionsgrupp som lägger grunden till förtroliga samtal behöver bestå av 5-10 personer. Det visar forskning på området. Mindre grupper skapar inte samtalets väsentliga dynamik medan allt för många deltagare gör att rösterna inte kommer fram och bearbetas lika personligt. Dessutom gynnas samtalet av att deltagarna har någon form av gemensam utgångspunkt. I fallet bolånetagarna valde vi den gemensamma grunden ålder och bostadsort.

## Genomförande och urval

Valet av deltagare och samtalsledare till samtalsgrupperna är också väsentligt för att just öppna för förtroliga samtal. Här valde FI en samtalsledare (Claes Hemberg) som är oberoende ekonom, har erfarenhet av bolån, diskussioner om bolån och har mött många bolånetagare genom åren, samt har följt debatten om bred hushållsekonomi över lång tid.

För att samla deltagarnas åsikter har vi arbetat både med kontinuitet och lokal anpassning. För att skapa jämförbarhet mellan grupperna har samtalsledaren varit densamma i varje fokusgrupp. Samtidigt har fokusgrupperna arbetat med lokala samtalsassistenter som har lyssnat in och dokumenterat gruppernas specifika åsikter, tankar och uttryck. Samtalsassistenter har varit både kvinnor och män mellan 38 och 67 år. Detta har gett en bredd i analysarbetet som har vidgat perspektiven på ett väsentligt sätt.

Deltagarna blev inbjudna genom lokal rekrytering utifrån ålder och bostadsort. Eftersom bolånetagare finns i alla åldrar och i hela landet sökte vi deltagare som kan representera bredden av svenska bolånetagare. Därför har vi arbetat med åldrarna 30–65 år och med både små, mellanstora och stora städer. Vi har samtalat med bolånetagare i följande åldersgrupper och städer:

- Personer i 30-årsåldern i Stockholm
- Personer i 40-årsåldern i Göteborg
- Personer i 40-årsåldern i Norrköping
- Personer i 55-årsåldern i Stockholm
- Personer i 65-årsåldern i Malmö.

I detta urval fick vi även med bolånetagare som har sina bolån på en rad andra orter, såsom Älmhult, Sundsvall och Söderköping. Totalt mötte vi 36 deltagare i fokusgrupperna, mellan 29 och 67 år, varav en snäv majoritet av deltagarna var kvinnor. Att hitta en balans mellan kvinnor och män var en väsentlig fråga, eftersom kvinnor oftare är passiva bolånetagare medan män oftare tar ansvaret för bolånefrågan i familjen. Formen av undersökning, med samtal i fokusgrupper,



innebär att deltagarna i grunden har ett större intresse för bolån än snittsvensken. Samtidigt är de långt ifrån aktiva ränteförhandlare, utan är mestadels passiva i fråga om intresse och aktivitet. Fokusgrupperna hade fler deltagare bland 40-åringarna eftersom de är en särskilt central grupp i bolånefrågan. De är erfarna nog för att ha nyanserade erfarenheter av bolån, men också erfarenheter av nättjänster. Samtidigt har de många år kvar som bolånetagare, vilket gör dem angelägna att även blicka lång tid framåt. En nyckelgrupp, kort sagt.

Fokusgrupperna lyckades däremot inte i representativ grad attrahera deltagare som är nya svenskar med utländsk bakgrund. Förintervjuerna av de nuvarande deltagarna visade att bolånediskussionen snabbt blev tillräckligt komplex i sig. Att lägga in ett etniskt perspektiv är däremot en möjlig fördjupning. Eftersom bolån även är en fråga om tradition, kultur och det svenska språket är den stora gruppen nya svenskar tänkbara deltagare i vidare fokusgrupper.

## Fyra grupper av bolånetagare

Endast var fjärde svensk bolånetagare är aktiv och har erfarenhet av att jämföra och förhandla bolåneräntor.<sup>1</sup> Majoriteten är i stället helt eller delvis passiva. De har mindre professionella och mer subjektiva drivkrafter och bevekelsegrunder för sina val, vilket också märks i de hinder som de upplever på bolånemarknaden.

Såväl fokusgrupperna som deltagarna i den kvantitativa undersökningen är både aktiva och passiva bolånetagare, och de finns i olika åldrar och utbildningsnivåer. De är intressanta att studera för att förstå vad som får en bolånetagare att förändra sin relation till bolån och ta steget till en mer aktiv grupp bolånetagare. I rapporten utgår analysen från den stora gruppen bolånetagare som har störst möjligheter att faktiskt ta steget från mestadels passivitet till någon form av initiativ och aktivitet. Figur 1 positionerar de olika grupperna efter intresse och aktivitet.

### 1. Fyra grupper av bolånetagare



Källa: Fokusgrupper bolånetagare 2023.

<sup>1</sup> Demoskop (juli 2023), beställd av Finansinspektionen.

De som redan i dag är mest aktiva är en grupp som agerar utifrån kunskap, fakta och erfarenheter. De har ett gott stöd av egna källor utanför bolånebranschen. Vi kan kalla gruppen för de **aktivt aktiva**, eftersom de är aktiva i tanken och aktiva i valen. De utgör 15–25 procent av befolkningen, lite beroende på definitioner (se kvantitativa undersökningen).

De **aktivt passiva** har ett aktivt intresse, men förmår inte att bli aktiva mer än korta perioder. Detta är en grupp som efterfrågar mer stöd, pedagogik och konsumenträtt för att både engagera sig och agera mer långsiktigt. Det är en grupp som också tjänar som förebild för andra betydligt mer passiva, oinsatta eller oengagerade grupper av bolånetagare. De utgör cirka 25–50 procent av bolånetagarna, beroende på definition. Denna stora grupp aktivt passiva är sannolikt möjlig att aktivera mer långsiktigt. Därför är de den tänkta målgruppen som rapporten i huvudsak fokuserar på. Sedan kan naturligtvis en rad andra grupper dra fördel av de olika kraven, förslagen och initiativen. Eftersom det inte finns några vägval som gynnar alla är det viktigt att utgå från en målgrupp som kan gå före och inspirera många andra. Det är de aktivt passiva.

Övriga svenska bolånetagare är i olika grad i första hand passiva. De har ett lågt grundintresse och låg förmåga att agera. Några av dessa går att aktivera till att bli något aktiva som **passivt aktiva**. De här bolånetagarna behöver mer automatiska lösningar för att enkelt agera, utan någon oro för att göra fel eller göra ett otryggt val. De minst aktiva, de **passivt passiva**, är mycket svåra att nå. För dem behövs automatiska förval, som de får utan att välja aktivt och utan krav på förhandling.

# Svenska bolånetagare – flera infallsvinklar

Svenskarnas bolån har vuxit under årtionden och är i dag svenskarnas i särklass största hushållsutgift. Ändå har deras praktiska intresse förblivit lågt. Det förklarar varför fokusgruppernas kunskaper om fakta och uttryck är förvånansvärt låga. Bolånetagarna i fokusgrupperna beskriver i stället bolån som något abstrakt, krångligt och fullt med begrepp som är långt ifrån vardagen.

## En handgriplig färdväg

Ett bra bolån är för fokusgrupperna i första hand detsamma som ”låg ränta”. De önskar också förstå sin ränta, både historiskt och framåt. Därför efterfrågar de handgriplig vägledning. De yngre talar om behovet av så kallad gamification, att göra komplexa samband mer logiska och ledande. De påpekar att de flesta industrier går den vägen för att locka och övertyga sina kunder. Särskilt yngre bolånetagare ser bolån mer som en bred service som ska leverera fakta, vägledning och verktyg. De vill se bolån som ett långsiktigt stöd i vardagen, där räntesatsen bara är en del av helheten. Här är bekvämlighet och smidighet en kvalitet i sig. De ser inte bolån som ett aktivt intresse, utan något nödvändigt ont, som gärna går att ”fixa på ett schysst sätt”. Bra verktyg kan få dem intresserade tillräckligt länge för att ta itu med frågan och sedan låta den ”klara sig själv under några år”. Som att köpa en cykel eller en soffa. Dessa mer moderna synsätt på bolån är något som branschen inte har fångat upp. Bolånetagarna själva menar att detta skulle öka deras intresse, insyn och aktivitet. De förväntar sig att bolånebranschen skapar en ”enkel och logisk handledning” och ”färdiga bolånepaket” som inte förutsätter stora förkunskaper, utan sunt förnuft.

Bolånebranschens egen beskrivning av kvalitet flyttar däremot ofta fokus bort ifrån kundernas räntor, insyn och överlagda val. I stället belyser branschen gärna rådgivning, samla banktjänster, flytta lånen till oss, lånelöfte och bolånekalkyl. Därmed beskriver bolåneaktörerna och bolånetagarna mest två olika bilder av vad bolånebranschen faktiskt behöver fokusera på för att få mer nöjda och trygga bolånetagare. Samtidigt har bolånetagarna svårt att på egen hand förstå och analysera boräntor. De har mycket låga eller inga kunskaper om den faktiska innebörden av begrepp som exempelvis snittränta eller listpris. De vet inte hur de ska använda och jämföra dessa verktyg. Bolånetagare blandar ofta ihop begrepp som amorteringar, månadskostnad, bolånetak och bindningstid.

Bolånetagarna påpekar att de har långt högre förväntningar på bolånebranschens webbplatser och applikationer utifrån att det är branschens klart mest lönsamma och stabila produkt. Flera av deltagarna är själva yrkesverksamma inom design och

näthandel och har genast förslag på en rad förbättringar för att undvika bolånebranschens många ”nybörjarmisstag”.

## Ålder markant vägledande

Bolånetagare i alla åldersgrupper beskriver en underdånig och omodern relation till bolånebranschen. De menar att det lägger grunden till passiva, kortsiktiga och dyra val. Men kunskap, erfarenheter och åsikter skiljer sig en del mellan generationerna.

De yngre bolånetagarna, som är i 30- och 40-årsåldern, undviker helst personlig kontakt med bolåneaktörerna. ”Det stärker inte mig som konsument”. De menar att branscher växer fram med hjälp av ny teknik, nya lösningar och nya sätt att nå ut. Men här är inte bolåneaktörerna, som i stället använder sina webbplatser för att bygga vallgravar kring sina verksamheter.

Bolånetagarna i 55-årsåldern är markant mer uppdaterade. De har förhållandevis stora bolån och lång erfarenhet. Ändå saknar de ett grepp om sina bolån, både historiskt och framåt. De talar både om begrepp och svårigheter att jämföra och se långsiktiga konsekvenser. Till och med de mest erfarna bolånetagarna, de över 65 år, säger att de har svårt att se hur bolånen är konstruerade och prissatta, och tvingas därför lita på bankmannens kompetens.

## Unga vill ha en konsumentprodukt

De mest kritiska bolånetagarna är de unga, i **30-årsåldern**. De saknar service från bolånebranschen och i otakt är deras kunskap, praktiska erfarenhet och en vänkrets där de kan diskutera bolån. 30-åringarna har samtidigt förhållandevis stora lån, sett till värdet, eftersom köpen är relativt nya. Detta gör deras bolån till en extra problematisk, känslig och stressande del av hushållsekonomin. Denna grupp är ändå den mest konstruktiva, krävande och detaljerade kritikern av den traditionella bolåneindustrin.

De unga ser bolån som en av många tjänster i sin avtalsekonomi. De jämför med avtal inom telekom, el, vatten, försäkring och sophämtning. Som en av många hushållsnära tjänster. Det största åtagandet är däremot märkligt snårigt, kommenterar de. De unga bolånetagarna klagar över att bolånetjänsterna inte är byggda eller förklarade utifrån kunden, utan utifrån bolåneaktörernas interna system. Gruppen unga är inte bara bolånetagare, utan också själva en del av nätekonomin. Flera i gruppen har erfarenheter av UX-design (user experience), det vill säga användarupplevelsedesign. Andra är programmerare och webbdesigner. De arbetar med ledarskap, service och betallösningar. Det gör dem både konkreta och konstruktiva som få andra. För dem är pedagogik och pris i fokus. Ofta i den ordningen. Ja, de unga vill ha enkla tjänster.

De unga bolånetagarna efterfrågar mer stringens och standarder i branschen. ”Det är enda vägen att skapa en enkel upplevelse där konsumenten har initiativet”. Samtidigt menar de unga bolånetagarna att dagens ”krångliga tjänster skapar passivitet och minskar intresset att ta ansvar”. De unga menar att en konsument i dag har mycket svårt att ta ett övervägt ansvar för sitt bolån, att bolånebranschen inte ger konsumenterna den möjligheten. De yngre bolånetagarna vill och är vana att ta ansvar som aktiva konsumenter. De är vana att välja bland ett stort utbud, välja transportsätt och betalmetod. I bolånebranschen saknar de unga däremot en vettig inblick; som att bolånebranschen inte bemödar sig att nå unga konsumenter på ett modernt sätt. Unga menar att det är som att bolånevärlden förklarar bolån bara för bolånetagare som ”står med mössan i handen”. Här syftar de unga på äldre bolånetagare.

### Småbarnsföräldrar i stor bolånestress

Personer i **40-årsåldern** har det bättre förspänt; med lägre belåningsgrad och ökad bolåneerfarenhet. Det gör dem mer nöjda, men kanske inte nöjda med branschen, utan mer nöjda med sig själva och sin förmåga att hantera bolån. ”Miljonlån var i början skrämmande, men i dag vardag”. De är mindre branschkritiska än de yngre bolånetagarna, men kanske framför allt mer härdade. De förväntar sig inte längre lika praktisk handledning från bolånebranschen. Flera i gruppen har trots allt prövat olika aktörer genom åren, eftersom de hade lån innan de blev par och bildade familj.

Samtidigt är de mitt i småbarnsåren, vilket gör att de gläds åt bolånet som tillgång, snarare än att räkna på de långa effekterna av oprutade boräntor. Bolånetagare i familjeåldern är både pålästa och pressade. Det har baskunskaperna på plats. Samtidigt har de inte läst på om nya begrepp, jämförelser och sina möjligheter på bolånemarknaden. Lägg till att de ofta har en känslig hushållsekonomi, som spirat under många år med nollräntor och att de aldrig tidigare upplevt dyra boräntor. Det gör att de i dag är pressade av boräntor, angelägna att förstå boräntor och bereda att lägga ned tid för att både läsa på och agera. I den här gruppen kan vi vänta oss bolånehaverier de närmaste åren, medger gruppen själv. Familjer talar om att bo mindre eller bo längre ifrån arbetet för att ha råd med vardagen.

Men 40-åringarna är också moderna i sina nät- och konsumentkrav. Därför har de hård kritik och klagar på bolånebranschens ålderstigna nättjänster. De efterfrågar en och samma konsumentvänliga standard, överallt, oavsett elavtal, matpriser eller mobilavgifter. De är kritiska till det stora utbudet av olika och motstridiga data, begrepp, reklam och bristfälliga strukturer. De vill se att alla aktörer agerar på exakt samma sätt. En standard. Dessa bolånetagare vill ha hjälp, genvägar och raka motorvägar, beskriver de.

## Medelålders talar om statens roll

I **55-årsgruppen** finns de klart mest pålästa, aktiva och kunniga bolånetagarna. De har med åren mer erfarenhet, lägre lån och ser ett slut på arbetslivet. 55-åringarna har dessutom egna barn som är på väg att flytta ut, vilket skärper deras intresse för bolån. De präglas starkt av 90-talets dyra bolån och vet vad varje liten procentandel i ränta kostar i kronor. Det gör att de värderar boräntor både högt och kritiskt, är aktiva i att använda webbplatser och applikationer för att söka fakta och kritiskt ifrågasätta fakta på ett modernt sätt. Här finns ofta en uppdaterad kunskap om nya begrepp som snittränta och amorteringsunderlag. De visar också ett intresse för att skaffa sig ett bättre grepp om sitt bolån och sänka sin boränta. Den kvantitativa undersökningen visar också att åldersgruppen 35–55 år är dubbelt så aktiva bolåneflyttare som andra grupper. Om vi ska lyfta fram en trovärdig förebild så är hen i den här åldern.

Bolånetagarna i 55-årsåldern har samtidigt en viss mättnad efter alla konsumentval. De vill i stället gärna diskutera statens ansvar. De talar om att staten behöver garantera fakta och pedagogik så att bolån blir hanterbara för alla bolånetagare. I dag behöver bolånetagaren vara mycket intresserad för att göra ett övervägt val. Det är inte rätt mot konsumenten, menar de medelålders. ”Staten måste ställa krav på bolånebranschen att göra bolån hanterbara i vardagen”. Samtidigt ser de en bortre gräns för statens ansvar. De vill inte att staten agerar mellanhand eller förstatligar distributionen, men understryker att staten behöver kräva av bolånebranschen att den blir betydligt mer konsumentvänlig och konsumentnyttig.

## Äldre litar på bolåneaktörerna

De i **65-årsåldern** är minst kritiska till bolånevärlden. De har mindre bolån och lång erfarenhet av samma bolåneaktör. De är inte särskilt intresserade av att byta bank och lära sig nya begrepp. De använder sällan bolånebranschens nättjänster. De vare sig jämför, ifrågasätter eller ändrar sitt lån. De litar på sin bankkontakt. Denna passivitet kan ligga gruppen till last med onödigt dyra räntor. Här märks också de med låg pension som inte kan öka på sitt bolån för att renovera huset, trots att pensioner borde vara den mest stabila av inkomster. De uppfattar inte heller att bolånebranschen ser dem som en väsentlig målgrupp.

De äldre bolånetagarna lägger samtidigt fullt ansvar på bolånetagare att ”ta större ansvar”, ”du måste engagera dig” och ”du får skylla dig själv”. Samtidigt medger de att nättjänsterna kräver mycket tid och besök på kontor är tidsödande. De äldsta bolånetagarna har ingen egen aktuell erfarenhet av bolån, då deras barn ofta är vuxna och barnbarnen ännu inte behöver bolån.

## Landsort och storstad tänker olika

I fokusgrupperna märks också en skillnad mellan bolånekontakter i landsorten och i större städer. De i **landsorten** har sina bolån på orter som Älmhult, Ystad,

Söderköping, Sundsvall, Norrköping och Norrtälje. Bolånetagarna med närmare kontakter i landsorter uppfattar att de har en större lojalitetskonflikt än de i de stora städerna. Fler säger att de har svårare att påverka sin boränta, eftersom ”rådgivaren är mer påläst och räntan ändå bestäms i Stockholm”. Samtidigt understryker dessa bolånetagare att de uppskattar långa relationer till bolåneaktörens personal och lokala kontor. Däremot medger de att deras kontaktperson byts ut i hög takt, ofta flera gånger per år, så någon ömsesidig relation kan de inte återge eller beskriva.

Gruppen bolånetagare med lån i landsorten signalerar att de har svag konsumenträtt. Bolånetagarna i landsorten ursäktar sig oftare med att de har mindre bolån, både i förhållande till bostadens värde och deras lön. De beskriver en beroendeställning gentemot bolånebranschen. Samtidigt jämför de i landsorten inte sina bolån lika ofta som de i större städer, trots att fakta och data finns att hämta på bolåneaktörernas webbplatser och applikationer. Att ringa lokala bolåneaktörens kontor lockar dem mer än nätets öppenhet och bredd. De hoppas att den personliga och lokala förhandlingen kan ge dem unika fördelar vid sidan av officiella villkor.

**Storstädernas** bolånetagare är påtagligt mer stressade över bolånen. De söker oftare och mer fakta på nätet, i media och i vänkretsen. De diskuterar bolån oftare hemma, på jobbet och med vänner. De söker fakta. Samtidigt har bolånetagare här sällan mött eller diskuterat bolån med en bankanställd. Omvänt finns här argument emot personliga möten: ”Jag väljer en aktör där jag slipper träffas eller prata.”

Utmaningen förorstädernas bolånetagare är att de uttrycker ett behov av långt mer fakta och överblick än branschens nättjänster förmår att ge dem. Webbplatserna erbjuder dem för mycket osorterad information och bolånetagarna beskriver bolånedata som oöverstiglig. Lägg till att subjektiv text och reklam på webbplatserna gör dem svåra att navigera och oanvändbara för den som söker handgripliga fakta och verktyg. Bolåneaktörernas applikationer får ofta mer beröm för att vara enkla. Men behovet är långt större.

## Bolånefakta – en generationsfråga

Bolånetagarnas skarpa kritik av branschen kretsar mycket kring bristen på logiska bolånefakta på nätet. De unga visar högre krav och större handgriplighet. De ser nätet som ett personligt verktyg. Bland de unga har flera aktivt valt en leverantör som har ett uttalat enklare eller förenklat utbud för det ger tydlighet och trygghet. En ung bolånetagare med yrkeserfarenhet av pedagogik i applikationer säger rakt på sak: ”Bolån borde vara perfekta för nättjänsten. Här finns mycket pengar, stora grupper användare, sällanköp och lågt intresse.”

40-åringarna prioriterar en aktör som kan göra det enkelt och överblickbart med bolån. De vill ha en överblick som stödjer hushållskalkylen, eftersom de är i småbarnsåren och medger att de har mindre tid för att diskutera bolån. I dag nöjer sig 40-åringarna ofta med att betala över snittet. De hinner inte bry sig, ursäktar de

sig. Å andra sidan är knuffning något som skulle gynna dem. Småbarnsföräldrarna menar att de har en stor tillit till myndigheter: ”Vi har bättre utvecklingssamtal med dagisfröken än med bankmannen. Det säger något om bristerna.”

Mest genomgripande och insatt kritik uppvisar de medelålders. De lutar sig mot sin gedigna erfarenhet av bolån och dyra boräntor. De förundras över att svenskarna har lånat alltmer och samtidigt inte ställt högre krav på fakta eller konsumentvägledning. De talar också om yngre generationers behov och det allvar de står inför. Att branschen borde formas utifrån de yngre bolånetagarnas behov. Både för att de unga har många år kvar som bolånetagare och för att de har en mer modern syn på rollen som stark konsument.

Äldre bolånetagare uppskattar ett stort utbud av mer osorterade fakta. De använder gärna nätet som ett flexibelt uppslagsverk. För dem är data mer upplysning än verktyg. Deras personliga reflektioner är mer tankar än handling. De har ingen direkt kritik vad gäller boräntor och bolåneaktörer. Gruppen äldre bolånetagare har så pass små lån i dag att frågan inte riktigt lockar. De litar på sin personliga bankkontakt, även om den byts ut allt oftare. Samtidigt medger bolånetagarna över 65 år att det finns äldre som har svårt att få bolån. Och i respekt för andra yngre bolånetagare kan de ifrågasätta dagens utbud, men de har litet intresse av att ändra sin egen relation till bolån och bolåneaktörer.



## Vägskäl och utmaningar

Svenska bolånetagare uppfattar att deras rättigheter som konsumenter inte uppmuntras, besvaras eller fungerar i praktiken. Bolånebranschens tjänster är inte anpassade efter konsumenter, utan bygger snarare på bolåneaktörernas interna processer. Fokusgrupperna pekar på att branschen kan och behöver anpassas till bolånekonsumenternas vardag. Den behöver göras tillgänglig, begriplig och överblickbar utifrån låntagarnas behov.

Med tanke på de stora organisationerna, den omfattande digitalisering och höga lönsamhet som bolåneaktörerna uppvisar samt det faktum att bolån är mycket långsiktiga köp borde här finnas gott om utrymme för förbättringar. Att denna anpassning till konsumenterna inte har skett tidigare beror sannolikt på en rad faktorer, som regelbörda, andra stora branschförändringar och ett påfallande litet konsumenttryck. Ja, uppenbarligen har bolånebranschen själva hittills haft ytterst liten förmåga eller vilja att förnya branschen.

Bolånebranschen är på många sätt kvar i en produktionsdriven affärsmodell. De utgår ifrån hur bolånen internt beräknas och konstrueras. Denna färdiga produkt får sedan bolånetagare ta del av. Hela arbetssättet har fungerat i en rad branscher under många årtionden, så länge de har levt under produktionsunderskott och efterfrågeöverskott. När väl branschen blivit mer efterfrågestyrd har konsumentens krav och behov slagit igenom och ändrat branschen.

Deltagarna i fokusgrupperna ger en rad förslag till förbättringar som skapar konsumentnytta. Det gäller bland annat enhetliga fakta, standarder, vägledning och mer aktivt myndighetsutövande. Det skulle, förväntar sig fokusgrupperna, ge riktig öppenhet, insyn och jämförbarhet. Något som kan engagera stora grupper av bolånetagare som i dag är passiva. Eftersom dessa konsumentförbättringar inte har införts på branschens eget initiativ, kan det var hög tid att svenska myndigheter lyhört utgår ifrån bolånetagarna och förändrar bolånebranschens sätt att möta konsumenterna.

### En standard för bolån

Majoriteten av bolånetagarna är passiva och kommer så förbli, om de inte får praktiska fakta och verktyg. Förändringen syns inom en rad konsumentprodukter. Ett avgörande steg är en enhetlig standard, som ger bolånetagare minsta möjliga tröskel för att läsa på, jämföra och välja.

Den bolånetagare som i dag inte väljer bolån, utan tar det som fås, kommer att få en 3-månaders boränta till listpris. Den är i dag cirka 1,5 procentenheter högre än snitträntan. För snittlånet på 3 miljoner kronor betalar bolånetagaren därmed 45

000 kronor extra per år, jämfört med den som har snitträntan. Det är nära två genomsnittliga månadslöner efter skatt. För att sänka trösklarna att förstå och välja bolån behöver bolånetagarna bemötas av en tydligare och mer enhetlig standard. Fokusgrupperna talar om samma fakta, urval, ordval och begrepp genom hela branschen. Bolånetagare jämför med mejerikvaliteterna: 3 procent standardmjölk och 40 procent för grädde. En standard är en förutsättning både för producenter och konsumenter. Det skulle öka bolånetagarnas möjligheter att både förstå sina bolån och välja bolån som är långsiktigt hushållsekonomiskt hållbara.

## Bolånetagare efterfrågar en färdväg

Fokusgrupperna efterfrågar omfattande förenklingar av bolånefakta och bolåneköp. Nyckeln för bolånetagarna är att branschen har en enhetlig färdväg för bolån där huvudvalet som gäller 8 av 10 bolånetagare är det som framför allt presenteras och erbjuds i alla kanaler och sammanhang. Då först kan breda lager av konsumenter förstå, välja bolån och bli långsiktigt trygga bolånetagare.

När bolånebranschen beskriver sina tjänster som sofistikerade och komplexa med behov av rådgivning gör den ett stort pedagogiskt misstag. Branschen blandar ihop riskmatematiken bakom bolånet med erbjudandet till kunden. Ingen konsument ska behöva förstå alla detaljer i konstruktionen de köper: vare sig det är ett bolån, en bil eller en mobiltelefon. Med tanke på den kraft, kostnad och det allvar som finns i bolånefrågan är det rent ut sagt märkligt att här inte finns en "Bolånetagarnas riksförbund". Att det inte någonsin har varit på tapeten säger något om bolånetagarnas status som ovanligt undanträngd konsumentgrupp.

# Slutsatser: elva hinder i information och relation

Erfarenheterna från fokusgrupperna med bolånetagare pekar på en rad hinder som gör att låntagarna inte visar den nyfikenhet eller det engagemang som vore förväntat givet bolånens betydelse för hushållsekonomin. De hinder som vi har identifierat kan sammanfattas i elva olika behov för att stärka bolånetagarna och deras ställning på bolånemarknaden. Även andra förslag och lösningar nämndes i diskussionerna med fokusgrupperna, men för att strukturera dem krävs fler samtal och vidare analys.

## 1. Konsumenter och tjänster möts inte

Bolånetagarna är privatpersoner när de möter bolånebranschen. Det har dessutom ofta gått flera år sedan bolånetagarna senast tittade närmare på sina bolån. Det gör att bolånevärlden med sitt i dag mycket professionella uttryck är lätt främmande för bolånetagarna. Därmed har konsumenterna inte sällan en betydande mental uppförsbacke för att förstå och förhandla om sina bolån.

Dessutom står bolånebranschen i ett motsatsförhållande till bolånetagarna. Ju mindre bolånetagarna prutar på sina boräntor, desto mer tjänar bolåneaktörerna. Det är en ovanligt krass situation. I andra branscher byter konsumenter leverantör när priser stiger och överlönsamheten blir märkbar. Men den rörligheten finns inte i bolån, eftersom konsumenten endast uppfattar en mycket svag konsumenträtt. Det försvårar bolånetagarens möjligheter att förstå, analysera och i slutänden välja ny leverantör för sitt bolån. En bolånetagare som är mer passiv eller en sämre förhandlare riskerar därmed att betala långt mer än snitträntan.

## 2. Faktamängden hindrar

Bolånetagarna reagerar starkt på den stora mängden data som möter dem i kontakten med bolåneaktörerna. Bolånetagarna efterfrågar här inte mer kunskap eller utbildning, utan aktivt stöd som ökar deras förmåga och som möter bolånetagarna på deras nuvarande kunskapsnivå.

Bolånebranschen själv säger att det stora faktaflödet inom bolån ska ”visa på transparens”. Men för konsumenten är det en nära övermäktig flod av data och fakta. Faktaflödet är snarare ett hinder som bromsar intresse, förmåga och aktivitet. I fokusgrupperna är det tydligt att den stora bredden av fakta hos bolåneaktörerna i sig gör det svårt att hitta en både personlig och gemensam agenda eller plattform att utgå ifrån. Det är svårt att diskutera boräntor när datamängden är spretig, faktarik och otymplig.

Mest iögonfallande är aktörer som under fliken ”snitträntor” visar över 400 snitträntor, över alla bindningstider och många år tillbaka i tiden. Till detta kan bolåneaktörerna presentera 28 listpriser som tar hänsyn till olika amorterings- och belåningsgrader. Förutom mängden fakta är det även olika och ibland motstridiga fakta som presenteras parallellt. Att en bolånekund känner sig vilse borde inte överraska.

Bolånebranschens jakt på transparens har lett till att bolånetjänsterna är svåra att förstå, överblicka och krångliga att navigera i. Om bolånebranschen menade allvar med sin transparens borde den vid det här laget ha lärt sig att transparens inte är värt någonting alls om konsumenten inte kan ta in, förstå och använda data. Fokusgrupperna föreslår att bolånebranschen enas kring färre konsumentfakta. Med utrymme för fördjupningar, för de aktiva bolånetagarna.

### 3. Avsaknad av struktur

Bolånedata presenteras utan tydlig logik och prioriteringar. Här vill bolånetagarna se enhetliga presentationer, så att fakta och tjänster blir mer jämförbara. En högertrafik för bolån.

Bolåneaktörerna utgår ifrån att bolånetagare har uppdaterade kunskaper och förklarar inte för bolånetagaren hur det är tänkt att avläsa och använda fakta i praktiken. Därför är exempelvis snitträntan som begrepp och verktyg mest okänd bland bolånetagarna, trots att den är en grundsten för att jämföra, välja och följa upp.

Bolåneaktörernas många olika ord för listräntan väcker också frågor. Den kallas ibland vår ränta, aktuell ränta, ränta och ordinarie ränta. En logisk följdfråga väckte särskilt mycket diskussion: ”Exakt hur ska listränta och snittränta avläsas jämte varandra?”. Här fann bolånetagarna inga råd. Ett liknande resonemang följer diskussionen om bindningstiderna, med följdfrågan: ”Vad säger bindningstiderna mig egentligen?”

Urvalet av synliga räntor är en central fråga för bolånetagarna. Fokusgrupperna väljer först den aktör som visar upp minst antal boräntor. Det säger något om efterfrågan. Att snitträntan över 10 år presenteras med exakt samma dignitet som 3-månadersräntan väcker förundran. De flesta bolånetagare vill inte välja, utan vill bli vägleda. Bolånetagarna efterfrågar koncis och enhetlig struktur för hur bolåneräntor presenteras och jämförs. I stället lyfter bolåneaktörerna gärna fram olika sidotjänster; såsom bolånekalkyl, lånelöfte, flytta hit bolån eller bolåneskydd.

### 4. Mer guidande begrepp och språk

Branschen möter bolånetagare med flera olika begrepp och ord som är svårtolkade och liknar varandra. Bolånetagarna önskar att både ordval och språk får en

stringens och kommer nära det vardagliga språket, eftersom bolånetagarna agerar som privata konsumenter.

Bolånebranschen använder gärna ett fackspråk som är mer banksvenska och väldigt långt ifrån svenskarnas vardagliga köksbordsprat. För bolånetagarna innebär detta ett väsentligt underläge i både kunskap, handgrepp och långsiktighet. Det ger dem ett stort psykologiskt underläge. Att tänka sig en förhandling mellan dessa två vitt skilda parter förstärker ytterligare bilden av mycket ojämlig marknadsrelation. Behov 2 (faktamängden) och behov 4 (begrepp och språk) ökar komplexiteten. Tillsammans kan de förstärka varandra och allvarligt försvåra bolånetagarens roll och självständiga val.

Bolånetagarna påpekar att bolåneaktörerna i dag presenterar det centrala begreppet snitträntor som ett procenttal. Aktörerna tar därmed inte hänsyn till att procent är något merparten av svenska folket har svårt att uttolka och använda. Mycket få branschaktörer kompletterar procenttalet med illustrationer, diagram eller andra enheter som kronor. Bolånetagarna vill se erbjudanden och jämförelser i både procent och kronor. Att visa uppgifterna över tid är väsentligt för att få bolånetagare att blicka framåt, och förstå hur deras val faktiskt påverkar deras hushållsekonomi lång tid framöver. Bolånetagarna menar att ingen branschaktör uppger ett lämpligt jämförelsetal för boräntan. Bolånetagarna saknar även att bolåneaktörerna kommenterar snitträntorna med en enkel analys eller förklaring av hur snitträntorna ska uttolkas.

## 5. Metodiken är bristfällig

Bolånetagare önskar vägledning om enskilda räntor, begrepp, val och genom hela bolåneprocessen. Lägg till en uppföljande överblick, löpande under hela kundrelationen. Här är bolånebranschens förmåga att stötta kunderna påfallande bristfällig, säger bolånetagarna.

Bolånetagare uppfattar ett intresse hos bolånebolagen att visa konsumenterna vägen. Hade alla bolånebanker samma tydliga metodik skulle fakta och erbjudanden bli mer trovärdiga samt enklare att jämföra och följa upp. Utan förkunskaper blir det en oöverstiglig uppgift för väldigt många bolånetagare.

Flera bolånebanker erbjuder sporadiska checklistor. De kan presentera tre punkter utifrån ”vad som påverkar ditt bolån”. Detta tjänar däremot inte som konkreta instruktioner. Andra aktörer presenterar en digital räknesnurra för bolån, en bolånekalkyl. Men hur bolåneaktören räknar på lån, lön och bostadsvärde framgår inte. Inte heller hur aktören tar hänsyn till en lång kundrelation, stort sparande med mera. Här hamnar bolånetagare lätt i ett vägvalsvakuum. Bolånetagaren vet inte vad hen ska utgå ifrån, jämföra, tänka på eller undvika. Bolånetagaren kan bokstavligen inte agera på egen hand. I stället tvingas eller rekommenderas

bolånetagaren att kontakta en bolånerådgivare. Retoriken blir därför passiviserande.

Problemet med otydliga instruktioner fortsätter även i direktkontakt med bankpersonalen. För handledningen uteblir i praktiken, säger bolånetagarna. I stället övergår ofta bankpersonalen till personliga rekommendationer. Det blir då svårt för bolånetagaren att dra gränsen för vem som bär ansvaret. När bolånerådgivaren rekommenderar val av ränta saknas ofta dokumentation som förklarar vad valet utgår ifrån eller innebär i form av oönskade konsekvenser. Vem som bär ansvaret och hur detta utvärderas kvarstår även det som en obesvarad fråga.

Även i tiden – historiskt och framåtblickande – saknar bolånetagarna saklig upplysning. De vill se en överblick som förklarar kostnader de senaste åren och även en prognos för kommande år, allt för att bolånetagaren ska förstå vidden av sina gamla och kommande val.

## 6. Förhandlingen är en dold nyckelfråga

Förhandlingen är nyckeln som bolåneaktörer ogärna belyser. Bolånetjänsterna styr kunden mot ”kontakta din bankman”. Vad som förväntas av bolånetagaren och hur en förhandling går till är däremot väl dolt, menar fokusgrupperna som efterfrågar instruktioner, tydlighet och ansvarsfördelning. Annars är bolånetagaren i direkt underläge under den viktiga förhandlingen.

Relationen mellan bolånetagaren och bolåneaktörens förhandlare uppfattar många bolånetagare som otydlig och närmast mystisk. Det gör att konsumenträtten blir svårtolkad och maktförhållandet i förhandlingen otydligt. Därför vill fokusgrupperna se en tydlig tågordning för och kvalitetskontroll av förhandlingen och uppföljningen framåt, utifrån bolånetagaren och bolåneaktören.

Unga bolånetagare uttrycker öppet att de prioriterar en bolåneaktör där relationen är tydlig och gärna digital med hänvisning till att den är mer väldokumenterad. På ytan påminner därmed unga ”nätbolånetagare” delvis om äldre ”kontorsbolånetagare” som också talar om vikten av en relation. Men unga talar om en digital relation, medan äldre om en direkt relation.

### En tydlig lojalitetskonflikt

Kontakten med bolåneaktören innehåller vanligtvis två moment: ett rådgivande och ett förhandlande moment. Att samma bankanställda intar bägge rollerna är till nackdel för bolånetagarna.

Att rådgivaren ger förslaget att binda på x år, amortera y procent och belåna till z procent, är något som kan bygga förtroende och beroende gentemot rådgivaren. Att samma person sedan övergår till att förhandla bolånets räntesats sätter lätt

bolånetagaren i en trängd situation. Här reagerar flera fokusgrupper och vill se en åtskillnad mellan de olika rollerna. Genomgående har fokusgruppernas förhandlingar skett med en och samma person i bägge momenten.

Fokusgrupperna påpekar att här finns en lojalitetskonflikt som myndigheterna borde ta på stort allvar. Fokusgrupperna vill att de olika rollerna ska hållas isär och ha olika namn. Den första rollen kan vara rådgivare, men den förhandlande rollen behöver förtydligas som en bolånesäljare för att sätta rätt förväntan hos bolånetagaren, anser fokusgrupperna.

## Bolånetagaren måste få möta förhandlaren

Det här är ett praktiskt problem som drabbar bolånetagarna som faktiskt vill förhandla. De hamnar ofta i en situation där bolånetagaren inte är nöjd och kräver bättre ränta, varvid bankkontakten ”tar frågan vidare” och då förlorar konsumenten lätt greppet om förhandlingen.

Plötsligt förhandlar bolånetagaren med en ny motpart som hen aldrig har träffat och än mindre vet hur den resonerar, väger orden och ställer krav. Här vill bolånetagarna att all förhandling ska ske direkt och att den motpart som bolånetagaren har måste ha fullt mandat att förhandla. Annars ska förhandlingen flyttas till den nya motparten. Mötet kan ske över telefon, poängen är att relationen ska vara ömsesidig.

En förhandling behöver också ha en tidsgräns, eftersom en förhållning av förhandlingen över flera veckor kan pressa bolånetagare både psykiskt och socialt på ett orimligt sätt.

## 7. Mer fokus på långa räntor

Erbjudandet om 3-månadersränta lyfts ofta fram på ett omotiverat sätt, menar bolånetagare. Är det en tillfällighet eller säljtaktik? Oavsett orsak är det uppenbarligen så att bolånetagarnas och bolånebranschens behov inte går i takt.

En stor andel av bolånetagarna i fokusgrupperna menar att 3-månadersräntan är enklast att välja eftersom den finns överst på listan över räntor, ungefär som att oftare ta den vara som är i ögonhöjd i mataffären. Andra väljer den för att ”en kort bindningstid gör dem mer fria”. En mindre grupp menar att ”3-månadersräntan antagligen är den bästa hushållsaffären”. Samtidigt ifrågasätter flera deltagare hur branschen framhäver 3-månadersräntor. I synnerhet då en bolånetagare antagligen ska äga bostaden i både 10 och 20 år.

Bolånetagarna framhäver att räntorna inte fungerar på ett sunt sätt. En bolånebank borde rimligtvis vilja ha en lång kundrelation för att slippa osäkerheten i att kunna förlora en kund. Då borde räntan vara lägre i förhållande till marknadspriserna.



Men så är det inte. Gapet mellan snittränta och listränta borde också vara minst i det vanligaste valet. Men så är det inte heller.

Flera fokusgrupper misstänker att säljstrategin påminner om den hos olika avtalade prenumerationstjänster. De säljer gärna den första tjänsten till lågt pris under de första månaderna för att locka in många nya kunder. När första provperioden sedan gått ut, kan säljaren dramatiskt höja priserna och kunden blir kvar till ett omedvetet högre pris. Flera bolånetagare i grupperna har själva upplevt hur priset på boräntan snabbt har stigit efter bara tre månader.

## 8. Flyttar hämmas mekaniskt

Bolånetagare i fokusgrupperna som har försökt att flytta sina bolån, talar om återkommande problem och fällor. Det gäller framför allt amorteringsunderlag och fullmakter.

Begreppet amorteringsunderlag har blivit ett flytt hinder. Först bygger begreppets namn på den praktiska administrativa roll som dokumentet har hos en bolåneaktör. Men för bolånetagaren är amorteringsunderlaget något helt annat: ett flytt dokument eller ett ”flytt pass” eftersom dokumentet är ett krav för att flytta sitt bolån. Om branschen ska anpassa sig till konsumenten så är ett första steg att använda ett begrepp som konsumenterna kan förstå och använda.

Nästa hinder är bolånebranschens hantering av amorteringsunderlaget. Branschen uppvisar en påtaglig ovilja att ta fram och distribuera amorteringsunderlagen. Motviljan märks på flera sätt: från telefonsamtal till långsam och helt utebliven service. Flera bolåneaktörer beskrivs inte göra bolånetagare till viljes när de har begärt ut underlaget. Eftersom amorteringsunderlag signalerar att bolånetagare är beredda att flytta har den gamla bolåneaktören i stället ringt upp bolånetagaren för att övertyga hen om att stanna hos banken. Då kan bolånetagaren direkt få 0,3 eller 0,5 procentenheter i bolånerabatt, utan förhandling.

Bolånetagare som står på sig och fortsätter begära ut amorteringsunderlaget får oftast dokumentet utskickat via papperspost, trots att den mottagande banken mestadels vill ha dokumentet digitalt. Här önskar bolånetagarna att dokumentet alltid finns färdigt på bolånetagarens bolånekonto för att när som helst kunna plockas ned och skickas till en ny aktör för att få ett lånelöfte. Ett fåtal banker gör detta i dag. Bolånetagare berättar att de inte har fått flytt dokumentet per post förrän flera veckor senare. Och då har bolånetagaren ibland tappat intresset och engagemanget för frågan. Bolånetagarna beskriver detta som en form av utmattningsteknik.

Fullmakter möter liknande problem. Det låter som ett kraftfullt konsumentverktyg och skulle kunna vara en avgörande nyckel för bolånetagare att enkelt, utan större administration, kunna flytta bolån. Tyvärr fungerar fullmakterna dåligt i praktiken,



uppper flera bolånetagare. Den aktör som har fått fullmakt att flytta ett bolån hindras ofta av den gamla bolåneaktören. Den gamla banken kan kräva direktkontakt med bolånetagaren och ifrågasätta flytten. Banken kan kräva fysisk underskrift, besök på bankkontor och sätta upp allehanda hinder. Med andra ord finns det flera bolåneaktörer som inte respekterar bolånetagarnas fullmakter, vilket hindrar fria val och kundnöjdhet.

## 9. Säljtexter stör

I stället för konkret vägledning finns det i bolånetjänsterna mycket text om andra fakta och frågor. Det är frustrerande för bolånetagarna, som söker enkla svar och raka val.

Bolåneaktörer radat gärna upp många olika aktiviteter och förslag som en ”bolånetagare bör tänka på”. De talar om amorteringsgrad, belåningsnivå och ränteavdrag, men ger sällan konkreta verktyg eller insyn i hur bolånetagarens räntesats beräknas, eller förklarar snitträntan. Där bolånetagare frågar efter husmanskost får de ofta förslag på smågodis. Bolåneaktörerna ger gärna ut ett fullständigt kartotek över ”alla frågor och svar”. Orsaken kan vara att bolåneaktörerna har svårt att sortera eller legalt ta på sig rollen som vägvisare för hur en bolånetagare faktiskt bör tänka och välja. I stället för en handlingsplan får bolånetagarna hela instruktionsboken med alla tänkbare svar, fel, åtgärder, signaler och val.

Lägg till att dialogen ofta innehåller subjektiva säljbudskap som inte svarar på någon fråga, utan breddar perspektiven utanför kärnfrågan om boräntan. Budskapen kan vara ”välj transparenta bolån” eller ”livförsäkring ingår” och ”vi sänker din ränta” eller ”vi hjälper dig”.

## 10. Personlig anpassning saknas

Dagens konsumenter är vana vid att nätet ger dem automatisk och personlig anpassning. Det underlättar beslut, minskar antalet misstag och ökar tryggheten för konsumenten. Det är något bolånebranschen saknar. Med tanke på tillgången till bank-id borde personlig anpassning vara självklart för en bransch som vill underlätta för kunden.

Vana nätkonsumenter accepterar cookies, loggar in och anger bank-id många gånger varje dag. Oron för ens integritet är mycket liten. I stället prioriterar framför allt unga konsumenter en smidig nätupplevelse. En rad aktörer har till och med gjort ”en smidig kundupplevelse” till sitt största kundlöfte. Trenden har pågått i över ett årtionde. Men bolånebranschen bemöter fortfarande stora grupper av sina kunder på exakt samma sätt. Detta förstärker bilden av en bransch som inte anpassar sig till individuella kunder, deras kunskaper eller behov.

Metoden att sälja samma till alla andas snarare 70-talets begynnande masskonsumtion än dagens marknad med massivt överutbud och betydligt lägre efterfrågetryck. Frågan borde vara särskilt het och central i en digital produkt som bolån. Här borde bolåneaktörerna med hjälp av bank-id kunna direktanpassa hela utbudet efter en enskild person. Flera fokusgrupper föreslår att alla bolåneaktörer ska erbjuda en bolånestart med direkt bank-id för att anpassa alla datapunkter från användarens ålder, bostad, lön med mera.

Den aktör som däremot startar med mer digitalt kundvänliga grepp, kan kortsiktigt förlora på det. Eftersom stora delar av branschen odlar en myt om att bolån är komplext och kräver en personlig relation, kan automatisk service uppfattas osäker och mindre tillförlitlig. Det gör att svenska myndigheter sannolikt behöver gå före och ställa krav på tydligare konsumenträtt på nättjänster.

## 11. Aktiva myndigheter

Fokusgrupperna beskriver att individen har en svag position i relationen till bolåneaktörerna. Det handlar om kunskap, insyn och fakta. Kan inte branschen på egen hand bli mer konsumentvänlig vill fokusgrupperna se mer aktiva och instruktiva myndigheter.

Märk väl att ingen av bolånetagarna i fokusgrupperna nämner Konsumenternas bank- och finansbyrå. Trots att deltagarna i fokusgrupperna är intresserade av bolånefrågorna är byrån helt okänd. Om vi utgår från bolånetagarnas förväntningar levererar byrån sannolikt en tjänst som inte når eller tillräckligt berör bolånekonsumenternas vardag.

Bolånetagarna har här tre önskemål:

1. Att myndigheterna kräver tydligare instruktioner från bolånegivarna, så att de har både gemensamma och samma fakta, urval och strukturer för sina bolånefakta på webbplatser och i applikationer.
2. Att svenska myndigheter samlar kvalitetsgranskade bolånefakta för att öka jämförbarheten för bolånetagare. Med inspiration från webbplatsen ”Min pension” kan man skapa en sida som ”Mitt bolån”, där konsumenten får löpande fakta och en granskning av sitt val. Här kan även myndigheterna presentera snitträntor, bolåneaktörernas vinstmarginaler med mera.
3. Än mer aktiva myndigheter som även erbjuder en garanterad flyttcentral för bolån, eftersom flyttarna i dagsläget har så påtagliga brister (önskemål från framför allt unga bolånetagare).

# Kvantitativ undersökning

Den kvantitativa undersökningen är en uppföljning av fokusgrupperna med bolånetagare. Den genomfördes i Demoskops viktade panel för statistiskt säkerställt urval den 1–6 juli 2023. Urvalet av frågor är utvecklat utifrån diskussionerna i fokusgrupperna. I den kvantitativa undersökningen svarade strax över 1 000 bolånetagare.

För att samla svar från 1 000 bolånetagare intervjuade Demoskop 1 638 personer. De svarande återfinns i hela landet, i alla åldrar och är jämnt fördelade mellan kvinnor och män. Eftersom alla unga (18–34 år) inte har hunnit flytta hemifrån är svarsfrekvensen något lägre bland dem. Syftet med den kvantitativa undersökningen är att komplettera fokusgruppernas mer specifika svar med en kvantitativ bild. Styrkan med den kvantitativa undersökningen är framför allt att jämföra svaren inbördes. Att tolka svaren är nödvändigt. Särskilt svar som ”neutrala” eller ”vet ej” kräver en diskuterande analys.

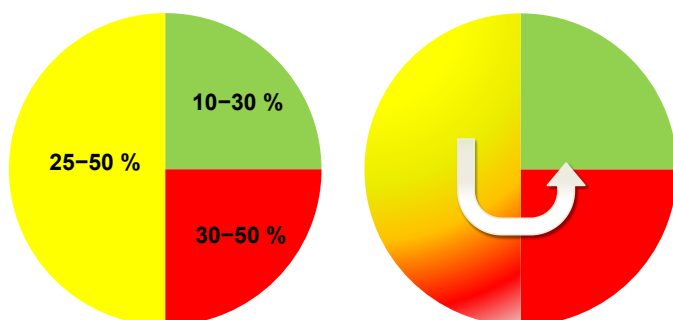
## Analysmetod

I analysen av den kvantitativa undersökningen utgår vi ifrån de mest tydliga svaren. Vi prioriterar de med åsikter som är tydligt positiva (gröna) eller negativa (röda) till frågornas olika påståenden. De som svarar ”vet ej” eller ”varken eller” har inledningsvis lägre prioritet. Gruppen som svarar ”vet ej” och ”varken eller” är samtidigt en påfallande stor grupp (30–50 procent). Deras osäkerhet beror sannolikt på både bristande kunskaper och mindre erfarenhet. I fokusgruppen beskrevs dessa som passivt passiva. De är ändå viktiga att ta hänsyn till, eftersom de har bolån.

Går det då att tydligare kategorisera svaren från de passivt passiva? Ja, för om denna grupp blir bara lite mer intresserade och aktiva skulle de antagligen möta samma hinder som de i dag passivt aktiva gör. Därför ligger det närmast till hands att de mer passiva, om de kunde artikulera sin åsikt tydligare, skulle uttrycka svar som mer påminner om de aktivt passiva (röda). Den kritiska röda gruppen har därmed en potential att i själva verket vara 50–70 procent av de svarande, vilket illustreras i figur 2. Vi kan därför försiktigt tolka svar som ”vet ej” eller ”neutral” som mer negativa.

Därmed finns det i den kvantitativa undersökningen både en tydlig kritik, och en tydlig latent kritik mot bolånebranschen. En stor majoritet av bolånetagarna vill se ett tydligt stöd för ökat konsumentstöd, och kan och vill överblicka, handgripligt agera och påverka sin bolåneekonomi i högre grad.

## 2. En latent bolånekritik kan bli synlig



Anm. Bolånetagarna kan i en enkel överblick kategoriseras i tre grupper, de nöjda (grön), de kritiska (röd) och de passiva (gul), som motsvarar cirka 25, 25 och 50 procent av bolånetagarna. Här finns sannolikt en bred latent kritik mot bolånebranschen – om den stora passiva gruppen (gul) får lite mer erfarenhet är sannolikheten stor att de möter hinder och snart ingår i gruppen skarpa kritiker.

## Sammanfattning

Den kvantitativa undersökningen bekräftar och stärker bilden från fokusgrupperna. Det finns ett glapp mellan bolånetagarnas kunskaper och förmåga. Få har bägge egenskaperna. Många uppvisar självtillit när det gäller kunskap om bolån, men en stor grupp visar på en svag självtillit när det gäller förmåga att agera i fråga om bolån.

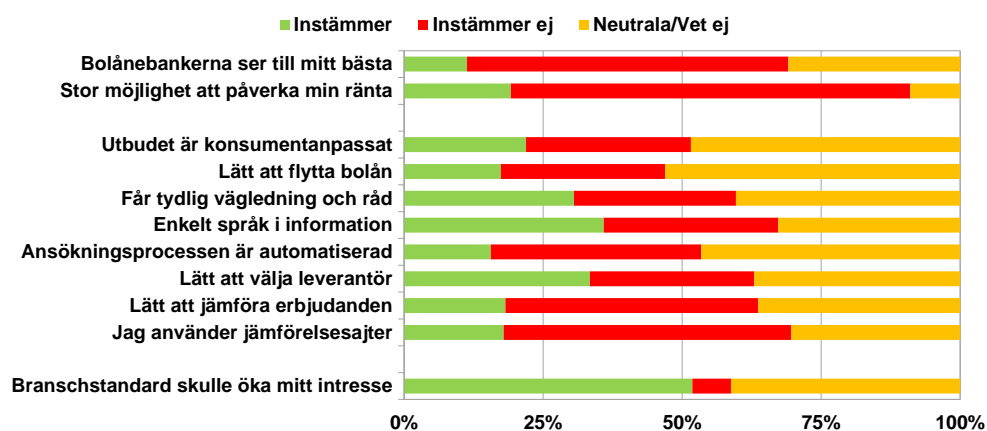
Att öka svenska bolånetagares kunskap om bolån tycks därmed inte vara den mest framkomliga vägen. Den stora gruppen bolånetagare efterfrågar i stället stöd för att utöka sin praktiska förmåga i frågan om bolån. Här kan olika verktyg och vägledning samt branschgemensamma standarder för begrepp, urval och pedagogik öka bolånetagarnas överblick och möjligheter att jämföra, sänka deras upplevda trösklar och hinder samt öka deras möjligheter att agera.

De svarande visar på tre olika perspektiv, som presenteras översiktligt i figur 3. På de inledande två breda frågorna märks en skarp kritik och få är osäkra i sin kritik mot bolånebranschen. På de följande mer konkreta frågorna märks en tydlig tvekan – med fler osäkra. Bolånetagarna är ofta praktiskt handfallna. På den avslutande mer framåtriktade frågan märks en markant optimism och förväntan.

Svaren andas inledningsvis en skarp kritik mot bolånebranschen. Få (10–15 procent) anser att ”bolånebranschen arbetar för mitt bästa”. Få anser att de ”kan påverka sin bolåneränta”. I praktisk handling märks kritiken ytterligare i att endast 18 procent svarar att de aktivt har jämfört boräntor. Med andra ord finns det ett stort utrymme för konsumentförbättrande åtgärder, om bolånetagarna ska få bättre grepp om sin långsiktiga boendekonomi.

### 3. Bolånetagarna om sina erfarenheter

Procent



Källa: Demoskop.

Anm. Avser svarande med bolån. Vissa frågor har inverterats.

### Bostaden stressar hushållsekonomin

Resultatet från den kvantitativa undersökningen visar på en bred passivitet bland svenska bolånetagare, där hela 6 av 10 bolånetagare uttrycker att de aldrig har bytt bolåneaktör trots att de har lånat i många decennier. Här finns det sannolikt många vars bostad tyvärr är en stress och ett hinder i hushållsekonomin snarare än en tillgång och trygghet.

När undersökningen sedan frågar om en rad mer konkreta handgrepp blir det påtagligt fler som svarar neutralt eller ”vet ej”. Detta bör vi tolka som att många bolånetagare saknar erfarenheter för att ens svara på frågorna. Här finns samtidigt en tydlig grupp kritiker som vill se förbättringar. Samtidigt märks en mindre grupp nöjda bolånetagare, som ser att dagens bolåneutbud matchar just deras behov.

När undersökningen avslutningsvis frågar om framåtblickande efterfrågan om behovet av branschstandarder blir bilden mycket tydligt positiv och bred. Här ser både aktiva och passiva bolånetagare ett behov och en möjlighet. En enhetlig standard för begrepp, pedagogik, urval, ordval med mera skulle gynna både de redan aktiva och även den idag stora gruppen passiva bolånetagare.

### Majoriteten är mottagliga för konsumentstöd

Bland svenska bolånetagare finns endast en mindre grupp som är nöjda med utbudet av tjänster och fakta. En större grupp är mer tvekande, kritiska och samtidigt mer passiva. De efterfrågar enklare jämförelser, vägledning och en branschstandard för begrepp och fakta. Särskilt om vi tar hänsyn till de många passiva som svarar ”varken eller” och ”vet ej”.

Sammanfattar vi gruppen aktivt kritiska bolånetagare samt passiva bolånetagare får vi en tydlig bild. Här märks ett brett behov av mer vägledande konsumentstöd. Här finns exempelvis merparten i de hela 72 procent av alla svarande som anser att de har liten eller ingen möjlighet att påverka sitt bolån. Den stora delen av dessa svarar konstruktivt och ser ut att vara mottagliga för just mer aktivt konsumentstöd. Men alla kommer inte att gå att nå, ens med aktivt konsumentstöd. I undersökningen märks återkommande 10–15 procent som är mer cementerat passiva och därmed yttersta svåra att nå, även med aktivt stöd. I stället kan konsumentriktade åtgärder framför allt nå och även stärka de 7 av 10 svenskar som redan inser allvaret i sina bolån, potentialen i att handha dem på ett mer privatekonomiskt fördelaktigt och långsiktigt sätt, med hjälp av aktivt konsumentstöd.

## Olika bolånetagare, olika behov

I den kvantitativa undersökningen märks hur bolånetagarnas svar formeras i tre olika grupper av bolånetagare. Det är grupper som har olika infallsvinklar, kunskaper och aktivitet. Grupper som ofta motsäger varandra. Det innebär att svaren blir tudelade, men också att behovet av stöd ser helt olika ut. De högljudda, insatta debattörerna kommer gärna med svar som kanske inte alls motsvarar det faktiska behovet hos den stora gruppen passiva bolånetagare.

### Aktiva ser få behov

En liten grupp har en tydlig bild av sin boränta. Denna grupp utgör de 10–25 procent av bolånetagarna som svarar att de har ett mer långsiktigt grepp om sina bolån och sin boendeekonomi. Gruppen består framför allt av män över 55 år som bor i storstad. Dessa bolånetagare är aktiva och dagens utbud matchar deras kompetens och engagemang. Här behövs inga förändringar, även om de ofta ger sitt stöd till konsumentvänliga förbättringar.

### Aktivt passiva uttrycker behov

Gruppen aktivt passiva är betydligt större än gruppen aktivt aktiva. De är aktivt intresserade men i handling mest passiva. De har indirekt valt att vara mer passiva. De kan aktiveras om stöd underlättar och ökar deras praktiska förmåga. Här finns kvinnor men också många män. Här finns bolånetagare i alla åldrar, i stad och landsort. Dessa har letat och jämfört. De har åsikter. Men de saknar motivation till att bli aktiva. De har i dag sannolikt högre boräntor och sämre planeringshorisont. De kan bli aktiva men de behöver mer utökat konsumentstöd som ökar deras praktiska förmåga. Den här gruppen varierar i dag mellan 20 och 40 procent av de svarande. Samtidigt finns här en svans med svarande inom den passiva gruppen, som med riktat stöd kan byta fot och bli mer aktiva.

## Passivt passiva kan bli väckta

25–50 procent av bolånetagarna, beroende på fråga i undersökningen, utgör i dag de passivt passiva. De är mest passiva, eftersom de saknar intresse, åsikter och erfarenheter. De kan väckas med hjälp av riktat konsumentstöd och en mer aktivt handlande grupp av aktivt passiva. Deras svar märks på olika sätt i olika frågor. De visar ibland åsikter men även utbredd osäkerhet. Och deras svar blir ofta ”varken eller” och ”vet ej”. De saknar ofta intresse eller förmåga att formulera svar.

Förutom i breda frågor som ”Har du kunskap...” eller ”Kan du påverka din boränta...”. Här träder även en stor del av de passivt passiva fram och svarar. Här är det endast 10–15 procent som svarar ”vet ej” eller ”varken eller”. Det ger ändå en bild av att antalet bolånetagare som är mer cementerat passiva är en mycket liten grupp på uppskattningsvis 10–15 procent av bolånetagarna. Den stora majoriteten av bolånetagarna går på något sätt att stärka, till bättre och mer långsiktiga bolåneval.

## 6 av 10 har aldrig bytt bolånebank

En talande siffra är den om antalet bankbytare, både de senaste åren och någonsin i livet. Här summeras på många sätt bolånetagarnas faktiska kunskap, engagemang och förmåga. Det är tydligt att medelålders står för flyttarna. De har gjort dubbelt så många flyttar de senaste fem åren som andra åldersgrupper.

Den passiva gruppen står ut mest: hela 82 procent har inte bytt bolånebank de senaste fem åren. Och en kanske än tydligare grupp är de 6 av 10 som aldrig någonsin har bytt bolånebank, trots att boräntor är deras största hushållsutgift. Trots att de ofta har haft bolån i många årtionden.

Tabell 1. Har du bytt bolånebank/-aktör?

Ja, under senaste året	Ja, för 1–3 år sedan	Ja, för 3–5 år sedan	Ja, för mer än 5 år sedan	Har aldrig bytt
3 %	8 %	7 %	25 %	57 %

Källa: Demoskop.

Anm. Avser svarande med bolån.

Orsaken till passiviteten är förmodligen delvis brist på tilltro till bolånebranschen. Något som de svarande beskriver i frågan om ”branschen agerar för bolånetagarnas bästa”. Där instämmer endast 11 procent av de svarande. Omvänt signalerar bolånetagarna att basbehovet att kunna jämföra bolåneräntor är ett praktiskt hinder, då endast 18 procent svarar att de mer aktivt har jämfört boräntor. Med andra ord finns det ett stort utrymme för konsumentförbättrande åtgärder.

## 84 procent i Norrland har aldrig bytt bolåneleverantör

Den stora gruppen bolånetagare har aldrig bytt bolåneleverantör, trots flera årtionden med bolån. I delar av landet utgör de hela 8 av 10 bolånetagare. I Västsverige är siffran 75 procent, och i Norrland hela 84 procent. Det är samtidigt två mycket olika bolånemarknader som uppvisar påtagligt lika syn på rörlighet.

Den lilla gruppen av de mest aktiva bolånetagarna, de som har bytt bolåneaktör de senaste tre åren, domineras av medelålders boende i Stockholm och Västsverige. Denna nischade grupp utgör 19 procent av de svarande. Att unga mer sällan har bytt bolåneaktör är inte konstigt, eftersom de är så pass nya bolånekunder. Siffran hos medelålders och äldre är mer talande: hela 61 procent respektive 56 procent har aldrig bytt bolåneaktör.

Att byta bolåneaktör är inte det enda måttet som påvisar en praktisk konsumentnytta. Men att bolånetagare efter flera årtionden som bolånekund, med bolåneräntor som sin största utgift i vardagen, ändå aldrig har bytt aktör är en fråga som borde väcka frågor hos myndigheter. Här finns branschaktörer som hävdar att ”många nöjda kunder stannar kvar och därför är byta aktör inget värdefullt kriterium”. Men det motsägs av att få bolånetagare kan och vet att jämföra boräntor. Tittar vi på svaren om ”att jämföra bolåneränta” så märks det att en stor grupp anser att det är ett alltför svårt handgrepp. Att de därefter ska vidta ytterligare praktiska handgrepp blir för många snart ett oöverstigligt hinder. Därmed kan de aldrig agera kritiska konsumenter inom bolån.

## Varannan bolånetagare har svårt att jämföra boräntor

I en konkret handling som att faktiskt jämföra boräntor, så hindras redan varannan bolånetagare. I undersökningen svarar hela 46 procent att de har svårt att jämföra boräntor. Detta är ett aktivt svar, där bolånetagarna faktiskt upplever ett direkt hinder.

Tabell 2. Svårt att jämföra boräntor?

	Instämmer helt	Instämmer delvis	Varken instämmer eller tar avstånd	Tar delvis avstånd	Tar helt avstånd	Vet ej
Alla	17 %	29 %	22 %	12 %	6 %	14 %
Män	14 %	29 %	23 %	14 %	9 %	11 %
Kvinnor	20 %	28 %	22 %	10 %	3 %	17 %

Källa: Demoskop.

Anm. Avser svarande med bolån.

Endast 18 procent har den motsatta erfarenheten och har därför mer aktivt jämfört boräntor. De aktiva är män i storstad. I storstad är män långt mer aktiva, med 23 procent, jämfört med kvinnornas 13 procent. Även äldre, norrlänningar och



västsvenskar är här mindre aktiva. Särskilt med tanke på hur många år de faktiskt haft bolån.

Dagens utbud av jämförelsesajter bär uppenbarligen inte på svaret. De får en tydlig kritik. Användarna där är de redan aktiva 17 procenten. De positiva är mest medelålders män i södra Sverige.

## Stark självbild, stor passivitet

Bolånetagarnas svar visar på påfallande motsägelser. Det är ett stort gap mellan bolånetagarnas självbild och deras verklighet att i praktiken ha ett hushållsekonomiskt grepp om sina bolån. Bolånetagare anser själva att de ”har goda kunskaper om sitt bolån”. Det svarar 77 procent. Men antalet som i praktiken agerar i sitt eget intresse är betydligt färre – ett närmast omvänt förhållande. Detta gör att en satsning på ökad kunskap sannolikt är ett föga framgångsrikt vägval, eftersom gruppen redan ser sig som pålästa.

Samtidigt är gruppen fortsatt påtagligt missnöjd med konsumentnyttan. Det finns därmed ett glapp mellan deras kunskap och deras förmåga. Eller att de övertolkar sin egen kunskap. Oavsett pekar behovet mot ökad enkelhet och lägre trösklar för mer konsumentriktiga val.

## 1 av 5 kan påverka sin boränta

Få, endast 11 procent, anser att bolånebranschen verkar för bolånetagarnas bästa. Det andas en kritik mot bolånebranschen, men också en kritik mot samhällets förmåga att skydda medborgarnas rättigheter i rollen som bolånetagare.

Andelen som anser att de kan påverka sin bolåneränta stannar vid 19 procent. Här svarar i stället hela 72 procent negativt. Vi noterar att svarsfrekvensen är mycket hög, 89–91 procent. Här är åsikterna tydligt folkligt förankrade i breda lager. Endast ett fåtal svarar ”vet ej”.

Tabell 3. Ser bolånebranschen till ditt bästa?

	Instämmer helt	Instämmer delvis	Varken instämmer eller tar avstånd	Tar delvis avstånd	Tar helt avstånd	Vet ej
Alla	3 %	8 %	22 %	28 %	30 %	9 %
Män	4 %	9 %	20 %	28 %	32 %	7 %
Kvinnor	3 %	7 %	23 %	28 %	28 %	12 %

Källa: Demoskop.

Anm. Avser svarande med bolån.

Tabell 4. Har du möjlighet att påverka din boränta?

	Mycket stor möjlighet	Ganska stor möjlighet	Ganska liten möjlighet	Ingen möjlighet	Vet ej
Alla	3 %	16 %	60 %	12 %	9 %
Män	4 %	20 %	60 %	10 %	6 %
Kvinnor	1 %	12 %	59 %	15 %	13 %

Källa: Demoskop.

Anm. Avser svarande med bolån.

Det goda i svaret är att här finns en stor potential att vägleda bolånetagare till aktiva val. Det problematiska är svenska bolånetagares skeva självbild. De anser sig kunniga, men vet inte hur de ska använda sin kunskap. Sanningen är nog att de har svårt att koppla ihop sin kunskap, oavsett nivå, med den verklighet de möter. Att bilden de möter inte är tillräckligt konsekvent, lättfattligt och verklighetsnära.

## Handgrepp avgörande

När frågorna i undersökningen rör praktiska handgrepp är balansen mellan positiva och negativa mer lika. Frågorna rör bolånetagarnas åsikter om vägledning, begrepp och utbud. Men framför allt är det gruppen osäkra som växer. Denna grupp är dominant i frågor som om utbudet är anpassat till konsumenten, om bolåneaktörerna erbjuder tydlig vägledning, om det är lätt att flytta sitt bolån, och om ansökningsprocessen är till största del automatiserad (se figur 3).

Att en stor grupp på ofta 50 procent aldrig har erfarit handgreppen är en signal i sig. De har för liten erfarenhet eller för litet intresse i det praktiska handlaget. Vi kan beskriva det som den passiva majoriteten, som har bolån, men inte betraktar det som angeläget. En grupp som sannolikt skulle uppleva problem och ge negativ kritik om de blev aktiva.

När bolånetagarna däremot ska göra mer basala handgrepp, som att jämföra olika aktörer, blir svaren mer talande. Kritiken blir betydligt tuffare och de positiva reaktionerna små. Hela 46 procent anser att det är svårt att jämföra erbjudanden från olika bolåneaktörer. Även jämförelsesajter får liknande underbetyg även om frågan då är ställd på omvänt sätt.

## Framåtblickande krav och kritik

När den kvantitativa undersökningen riktar blicken framåt blir svaren markant annorlunda. Frågan rör efterfrågan på branschstandarder. Antalet positiva är starka 51 procent. Antalet som är negativa blir väldigt få.

Ett svar som har framkommit i fokusgrupperna är behovet av en modell, en standard eller en metod att presentera fakta, räntor, flyttar, med mera. Här har de flesta bolånetagarna i den kvantitativa undersökningen i stort sett samma synsätt.

De vill se större enhetlighet. Att någon kan vara kritisk till standarder, kan vi tycka är märkligt. Men i fokusgrupperna fanns det en liten grupp deltagare som uttryckte en personlig fördel i förhandlingen då det saknades enhetliga riktlinjer. De ville inte se standarder som blottade fördelen av personliga relationer och underhandsinformation. Men den stora majoriteten av bolånetagare är positiva till en sådan förändring.