

Unges forbrugslån og opsparing

oktober 2008

Publikationen kan hentes på
www.pengeogpensionspanelet.dk

ISBN elektronisk udgave: 87-7985-061-8

Design: Advice Digital

Alle rettigheder forbeholdes. Mekanisk, fotografisk eller anden gengivelse eller mangfoldiggørelse af denne rapport eller dele heraf er uden Penge- og Pensionspanelets samtykke ikke tilladt ifølge gældende dansk lov om ophavsret.

Penge- og Pensionspanelet
c/o Finanstilsynet
Gl. Kongevej 74A
1850 Frederiksberg C

Indholdsfortegnelse

1	Sammenfatning og anbefalinger	4
1.1	Indledning	4
2	Forbrugslån og opsparing hos unge	14
2.1	Omfanget af lån og opsparing	16
2.2	Typer af forbrugslån	17
2.3	Typer af opsparing	19
2.4	Lån og opsparing	21
3	Gruppering af de unge ud fra deres finansielle adfærd	23
3.1	De finansielt svageste, middelstærke og stærkeste unge	23
3.2	Forbrugerprofil for de finansielt svageste unge	26
4	Opfattelser af vilkår for lån og opsparing	32
4.1	Forbrugslån – opfattelse af vilkår	32
4.2	Opsparing – opfattelse af vilkår	36
5	Forbrugeradfærd ved valg af udbyder	40
5.1	Omfanget af valg af kendt udbyder	40
5.2	Anbefalinger af lånetyper og opsparing	42
5.3	Søgning af information og andre lånetilbud	44
5.4	Søgte efter andre lånetilbud	47
6	Unge generelle opfattelse af lån og opsparing	51
6.1	Finansiel adfærd, økonomisk indstilling og social norm	51
6.2	Gennemskuelighed, involvering og tilfredshed	52
6.3	Faktorer der har betydning for tilfredshed med lån/opsparing	58
7	Bilag	60
7.1	Bilag 1 - Metode	60
7.2	Bilag 2 – Oversigt over indeksskonstruktion	61

1 Sammenfatning og anbefalinger

1.1 Indledning

Penge- og Pensionspanelet har via TNS Gallups internetpanel gennemført en spørgeskemaundersøgelse blandt 1274 unge 18-25 årige, som inden for de sidste to år har oprettet et forbrugslån i et pengeinstitut, udlåns-selskab eller i detailhandlen eller opsparring foretaget på en bankkonto, i værdipapirer og/eller pensionsordninger.¹

Resultaterne fra Penge- og Pensionspanelets analyser af undersøgelsen er sammenfattet i denne rapport.

Resultaterne fra Penge- og Pensionspanelets spørgeskemaundersøgelse viser, at unge 18-25 årige generelt er gode til at spare op. Men ikke alle unge handler på den økonomisk mest fordelagtige måde, og hvis målet er at få unge til at handle mere økonomisk rationelt, end de gør i øjeblikket, er der plads til forbedringer.

De unges finansielle adfærd

De unges finansielle adfærd er i undersøgelsen målt ved seks spørgsmål. De drejer sig om, hvorvidt de unge som regel ikke har haft penge nok, om de har købt på kredit, om de har måttet nedsætte leveomkostninger, om de unge har brugt flere penge end de havde, om de ofte har nået maksimum på deres kassekredit og/eller om de har sparet en del af deres penge op.

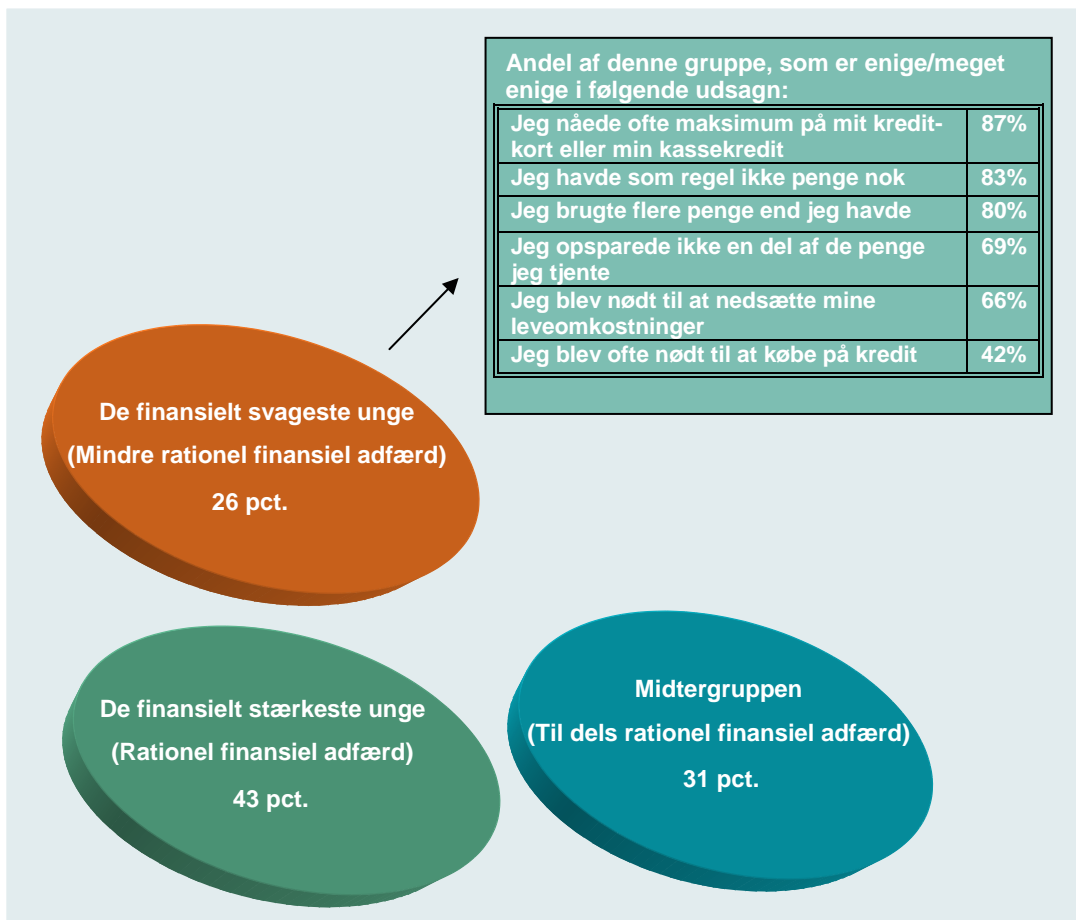
Disse seks spørgsmål giver tilsammen en indikator på de unges finansielle adfærd. De unge, som bl.a. mener, at de som regel ikke har penge nok og ofte køber på kredit kan betegnes som de finansielt svageste unge. De unge, som bl.a. mener at have penge nok og stort set aldrig køber på kredit, kan derimod betragtes som relativt stærke unge.

På baggrund af spørgsmålene kan de unge 18-25 årige – jf. Figur 1.1 - inddeles i tre grupper (jf. afsnit 3.1) fordelt efter, hvilken finansielle adfærd de udviser.²

¹ Se afsnit 7.1, bilag 1 for yderligere information om undersøgelsen. Se endvidere afsnit 2.1 for yderligere information om, hvilke låne- og opsparingstyper, som er indeholdt i undersøgelsen.

² Inddelingen er foretaget ved hjælp af klyngeanalyse.

Figur 1.1 Tre grupper unge - fordelt efter deres finansielle adfærd



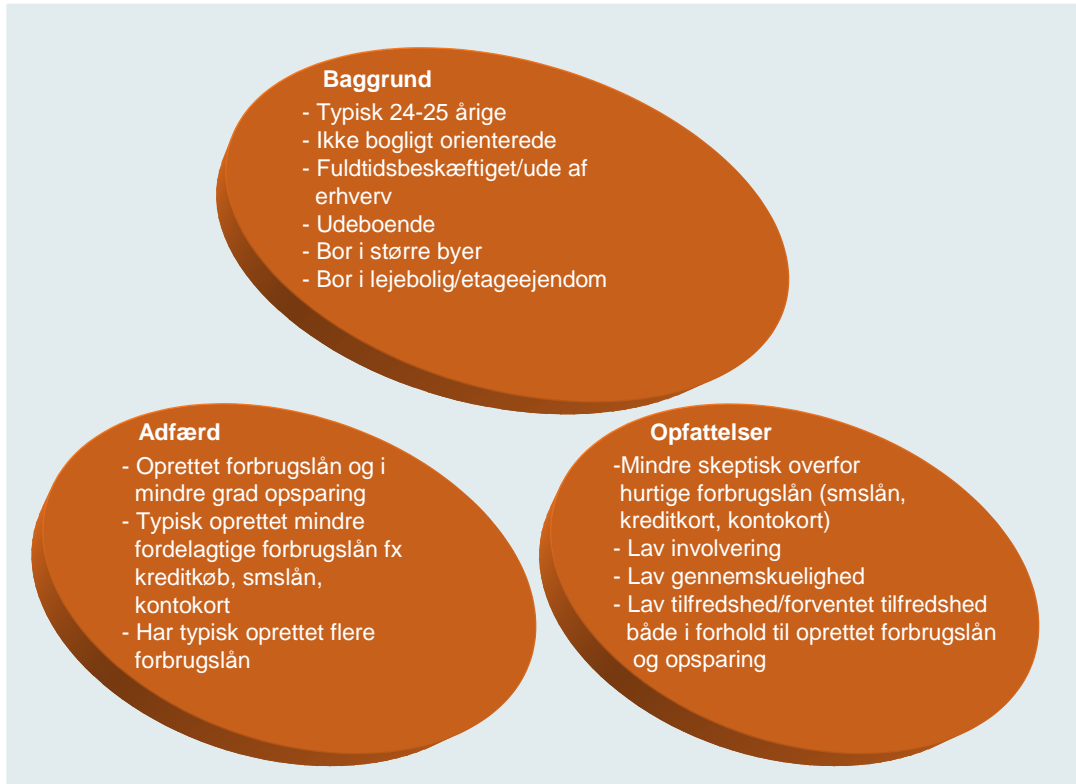
Som Figur 1.1 viser, tilhører 43 pct. af de unge de finansielt stærke unge, mens 31 pct. falder i mellemgruppen. Hovedparten af de unge (74 pct.), udviser således en form for rationel finansiell adfærd.

Imidlertid tilhører 26 pct. af de unge 18-25 årige gruppen af de finansielt svageste unge, som udviser en mindre rationel finansiell adfærd. Blandt denne gruppe svarer hovedparten (over 80 pct.) i spørgeskemaundersøgelsen, at de er enige eller meget enige i, at de brugte flere penge end de havde, at de som regel ikke havde penge nok, og at de ofte nåede maksimum på kreditkort eller kassekredit. Dette peger på, at der kan være behov for tiltag, som gør det nemmere for de unge at få styr på deres økonomi – f.eks. i form af redskaber, som kan hjælpe dem til at blive bedre til at lægge budget.

Men hvem er de finansielt svageste unge, hvilken låne- og opsparingsadfærd har de, og hvordan er deres opfattelser af markedet for forbrugslån og opsparing? Kendetegnene ved de svageste unge er opsummeret i ne-

denstående Figur 1.2. Forbrugerprofilerne for de finansielt svageste er i øvrigt uddybet i afsnit 3.2.

Figur 1.2 Baggrund, adfærd og opfattelser: Finansielt svageste unge



Anm.: Bemærk at de forskellige låneformer, som fremgår af figuren, er nærmere defineret i Boks 1.1

De unge, som tilhører de finansielt svageste, er således typisk udeboende storby-unge i midten af tyverne, som ikke er bogligt orienterede og enten har fuldtidsbeskæftigelse eller er ude af erhverv.

Denne gruppe er mindre involverede i låntagning og opsparing. Den mindre involvering viser sig bl.a. ved, at gruppen udviser mindre interesse for lån og opsparing - og synes det er mindre relevant. Samtidig har gruppen sværere ved at gennemskue finansielle spørgsmål end andre grupper af unge. Desuden sparer gruppen mindre op og en større andel opretter økonomisk mindre fordelagtige forbrugslån³, ligesom gruppen er

³ Kassekredit og kontantlån regnes i denne rapport som låneformer, der relativt set er blandt de økonomisk mest fordelagtige forbrugslåneformer. Det skyldes, at kontantlån og kassekredit typisk har lavere låneomkostninger målt ved årlige omkostninger i procent (ÅOP) end f.eks. kreditkøb, kontokort og sms-lån. For en nærmere definition af, hvad de enkelte lånetyper dækker over, se Boks 1.1.

mere positiv overfor hurtige forbrugslån end de to øvrige grupper unge. De forskellige låneformer - herunder de låneformer, som især kendetegner de svageste unge - er nærmere defineret i Boks 1.1.

Resultaterne viser således, at det blandt de svageste unge er relativt typisk at have op til flere forbrugslån i f.eks. stormagasiner. Og det er relativt typisk, at købe varer på kredit. Det peger på, at der er behov for en særlig indsats for at sikre, at især denne gruppe unge får større viden om, at der er forskel på priserne på lån, før der indgås aftale.

De finansielt svageste unge kan således med fordel være målgruppe for tiltag, som øger unges interesse og motivation for at handle på en måde, som giver dem større økonomisk frihed. Det kan f.eks. være indsatser, som i øjnehøjde med de unge kommer med konkrete eksempler på, hvordan valget af bestemte låneformer frem for andre kan få konsekvenser for de unges forbrugsmuligheder. Og det kan være redskabsorienterede indsatser, som f.eks. at give de unge bedre adgang til internetbaserede redskaber, som gør det lettere for de unge at lægge et realistisk budget.

ANBEFALING 1: Indsatser, der skal sikre større interesse for og viden om finansiell rationel adfærd blandt de finansielt svage unge.

Penge- og Pensionspanelet anbefaler, at

- *der iværksættes en målrettet kampagne, som - via rollemodeller for de finansielt svageste og stærkeste - skal motivere de unge til at handle på den måde, som giver den størst mulige økonomiske frihed. Kampagnen skal gøre det "in" at være finansielt fornuftig ved at sætte fokus på, hvor meget mere de unge kan få råd til, hvis de handler mere økonomisk fordelagtigt.*

Boks 1.1 Beskrivelse af låne- og opsparingstyper	
Forbrugslån	
<i>Kontantlån</i>	- Kontantlån er lån, der ydes af et pengeinstitut eller finansierings-selskab og udbetales kontant. Det omfatter både lån, som kan bruges til alle former for forbrug, samt lån ydet med henblik på køb af et bestemt produkt, f.eks. en bil.
<i>Kreditkøb</i>	- Kreditkøb er køb af en bestemt vare på afbetaling/kredit. Kreditkøb formidles typisk i forretninger/detailhandel. F.eks. kan man købe en PC på kredit med månedlige afbetalinger.
<i>Kassekredit</i>	- Kassekredit er en lånemulighed tilknyttet en bankkonto, for at hæve op til et bestemt beløb.
<i>Kontokort</i>	- Kontokort er kort, som giver mulighed for køb på kredit i bestemte forretninger fx Magasin kort, H&M konto, Jysk konto eller lign.
<i>Kreditkort</i>	- Kreditkort er kort, hvor varekøb via kortet typisk først bliver trukket på kortkontoen fx en måned efter købet. Det kan f.eks. være Diners Club Kort, MasterCard, American Express, Eurocard m.fl.
<i>Sms-lån</i>	- Sms-lån er lån, hvor man sender en sms med en låneansøgning, og modtager pengene på sin bankkonto kort efter.
Opsparing	
<i>Bankkonto</i>	- En bankkonto kan f.eks. være lønkonto eller budgetkonto i et pengeinstitut.
<i>Pensionsopsparing</i>	- Pensionsopsparing kan f.eks. være en pensionsordning, som er formidlet via en arbejdsgiver eller en opsparing til pension via en kapitalpension eller ratepension.
<i>Aktier</i>	- En aktie er et værdipapir, hvor man får en ejerandel i en virksomhed og dermed bliver medejer af den pågældende virksomhed. Normalt udbetales der udbytte en gang årligt.
<i>Obligationer</i>	- En obligation er et værdipapir, som forpligter udstederen til at betale en fast rente til obligationsejeren én eller flere gange om året. Obligationer kan f.eks. være statsobligationer.
<i>Investeringsbeviser.</i>	- Investeringsbeviser udstedes af investeringsforeninger. Typisk har investeringsforeninger afdelinger, som især investerer i bestemte typer værdipapirer – f.eks. danske obligationer eller europæiske aktier. Køb af investeringsbeviser formidles typisk via pengeinstitutter. Investeringsforeninger kan f.eks. være Danske Invest, Nordea Invest, SparInvest m.fl.

Mindre økonomisk fordelagtig adfærd generelt

Imidlertid er det ikke alene gruppen på de 26 pct. finansielt svageste, som handler på en måde, der kan give mindre økonomisk frihed. Også blandt unge generelt er der en række udfordringer, som peger på, at de ved at handle økonomisk anderledes kan få flere penge til sig selv. Dette viser sig blandt andet ved, at der er⁴

- 33 pct. af alle låntagerne, der har optaget et finansielt mindre fordelagtigt lån som f.eks. kreditkøb, kontokort eller sms-lån⁵ (jf. afsnit 2.2).
- 32 pct. af de, der har købt på kredit - dvs. købt en vare på afbetaling - som gerne køber via en afbetalingsordning igen. Blandt gruppen som udviser mindre rationel finansiell adfærd er det 40 pct. (jf. afsnit 4.1 og 3.2).
- 17 pct. af de, som har investeret penge i værdipapirer, som samtidig har oprettet et finansielt mindre fordelagtigt forbrugslån (jf. afsnit 2.4).
- 27 pct. af alle unge, der ikke søger information, inden de optager et forbrugslån (jf. afsnit 5.3).
- 86 pct. af alle unge, der ikke søger efter andre lånetilbud, før de optager forbrugslån (jf. afsnit 5.4).

Det er således blandt unge ikke ualmindeligt at låne penge til højere årlige omkostninger, end hvad de unge kunne have fået på anden vis. Og det er heller ikke ualmindeligt, at optage økonomisk mindre fordelagtige lån, selvom de unge har værdipapirer eller har optaget mindre fordelagtige lån før.

Dette peger på, at der kan være behov for en indsats, der skal sikre større finansiell viden ikke alene blandt unge, som tidligt bliver udeboende og får job, men også blandt unge generelt. Penge- og Pensionspanelet finder det derfor hensigtsmæssigt at komme med en række gode råd målrettet de unge. De gode råd kan ses i Boks 1.2.

⁴ For en beskrivelse af, hvordan de enkelte forbrugslåne- og opsparingsformer, som omtales i det følgende, defineres, se Boks 1.1 - eller læs mere i afsnit 2.1.

⁵ Kassekredit og kontantlån regnes i denne rapport som låneformer, der relativt set er blandt de mest økonomisk mest fordelagtige forbrugslåneformer. Det skyldes, at kontantlån og kassekredit typisk har de lavere låneomkostninger målt ved årlige omkostninger i procent (ÅOP) end f.eks. kreditkort, kontokort, kreditkøb og sms-lån.

Boks 1.2 Ti gode råd til de unge

- Lav et budget, så du ikke bliver overrasket over dine udgifter.
- Sørg for at spare lidt penge op – så du har til uforudsete udgifter.
- Se efter Årlige Omkostninger i Procent (ÅOP) – det er kiloprisen på penge.
- Husk, at det typisk er dyrere at købe på afbetaling end at låne pengene i en bank.
- Undersøg altid om du kan låne billigere, inden du tager lån.
- Husk, at prisen på et lån kan være meget forskellig i forskellige banker.
- Klik ind på www.pengepriser.dk – og sammenlign priser på lån.
- Husk, at du typisk kan spare penge ved at samle alle lån ét sted.
- Del dine gode erfaringer med låntagning med dine venner og bekendte.
- Opsparing kan give dig større finansiell frihed.

Internettet som formidlingskanal

Undersøgelsen peger endvidere på, at den finansielle information - som undersøgelsen har vist, at der er behov for at målrette til unge - med fordel kan formidles via internettet. Dette viser sig (jf. afsnit 5.3) bl.a. ved, at

- unge, når man ser bort fra personlig kontakt, hyppigst anvender internettet til at opnå information om låntagning.
- unge, som søger information om låntagning via internettet, typisk optager økonomisk mindre fordelagtige lån.

Dette peger på, at det pt. kan være vanskeligt for de unge at finde internetbaseret objektiv information, som gør det muligt for dem at opnå forståelse for, at andre låneformer kan være mere økonomisk fordelagtige.

ANBEFALING 2: Indsatser, der skal sikre større interesse for og viden om finansiell rationel adfærd blandt unge generelt og som kan formidles bl.a. via internettet.

Penge- og Pensionspanelet vil

- offentliggøre "10 gode råd" til de unge om finansiell rationel adfærd.
- indgå i samarbejde med Undervisningsministeriet og Velfærdsministeriet mhp. at udbrede kendskabet til de "10 gode råd".
- offentliggøre en internetbaseret budgetberegner, så de unge får bedre mulighed for at lægge budget.
- offentliggøre en lettilgængelig internetbaseret linksamling, som kan give de unge overblik over, hvor de kan finde objektiv information om låntagning og opsparing.

Behov for større viden om og overblik over omkostninger ved lån

Behovet for at sikre større finansiel viden blandt unge understøttes af, at undersøgelsen viser, at det halter med de unges viden om rationel finansiel adfærd (jf. afsnit 4.1) og deres evne til at gennemskue finansielle spørgsmål (jf. afsnit 6.2). Det viser sig f.eks. ved, at

- hhv. 64 pct. og 71 pct. af de unge, som har købt en vare på afbetaling (kreditkøb) f.eks. i et stormagasin, mener at kreditkøb har hhv. lav rente og lave Årlige Omkostninger i Procent (ÅOP) (jf. afsnit 4.1).
- de unge generelt mener, det er billigere at købe en vare på afbetaling (kreditkøb) end at låne pengene til varen via et kontantlån i et pengeinstitut eller i et finansieringsselskab. F.eks. mener 46 pct. at kontantlån har lav ÅOP, mens 71 pct. mener kreditkøb har lav ÅOP (jf. afsnit 4.1).
- 50 pct. af de unge opfatter låntagning som uigennemskueligt eller meget uigennemskueligt. Og de unge angiver, at de især har svært ved at gennemskue kontantlån, mens de mener lettere at kunne gennemskue kreditkøb i form af de afbetalingsordninger, som butikkerne tilbyder, hvis man f.eks. ønsker at købe et fladskærms-tv (jf. afsnit 6.2).
- 73 pct. af de unge har intet eller ringe kendskab til ÅOP og 81 pct. opgiver helt at give et bud på, hvilken ÅOP, deres eget lån har. (jf. afsnit 4.1).
- fire ud af fem unge svarer forkert på ét eller flere vidensspørgsmål om ÅOP (jf. afsnit 4.1).

Ovenstående peger på, at hovedparten af de unge ser finansielle emner som meget komplekse og reelt enten slet ikke har viden om eller har en fejlagtig forståelse af de økonomiske vilkår for forskellige lånetyper. Således ser de unge f.eks. køb af varer på afbetaling (kreditkøb) som én af de billigste låneformer på trods af, at dette generelt ikke er tilfældet. De unge ser imidlertid ikke blot kreditkøb som en relativ billig låneform – de synes også, at varekøb på afbetaling er en af de mest tilgængelige låneformer (jf. afsnit 4.1). Det viser sig bl.a. ved, at

- 55 pct. er helt enige i at køb af varer på afbetaling (kreditkøb) er let og hurtigt, mens 30 pct. er helt enige i, at kontantlån er let og hurtigt.
- 47 pct. er helt enige i, at køb af varer på afbetaling (kreditkøb) var det mindst besværlige, mens 19 pct. er helt enige i, at kontantlån var det mindst besværlige.

De unge står dermed i en situation, hvor de synes, at de økonomisk *mindst* fordelagtige låneformer både er de billigste og de mest let tilgængelige. Det peger på, at der er behov for at styrke de unges adgang til sober og objektiv information, der hvor de unge handler. Dette kan ske ved, at låneudbyderne påtager sig et særligt ansvar for at sikre en sober markedsføring, hvor låntagerne sikres kendskab til pris og vilkår for deres lån, før de indgår aftale. Og det kan ske ved, at der udarbejdes særlige retningslinjer for markedsføring af især kortfristede lån.

Tiltag som disse kan gøre det nemmere for unge at lægge mærke til og få overblik over omkostningerne ved især de lettilgængelige lån. Samtidig kan tiltagene kombineres med tiltag, som gør det lettere for de unge at få overblik over forskellene på omkostninger ved forskellige lånetyper. Det kan være ved at sætte fokus på, at ÅOP er den bedste måde at sammenligne priserne på.

Behovet for at skabe mere overblik hos de unge understreges bl.a. af, at undersøgelsen viser, at unge, som har lettest ved at gennemskue forbrugslån, har en mere rationel finansiel adfærd. Og unges fordele ved at opnå en mere rationel finansiel adfærd understreges af, at unge, som synes de har lån med lave omkostninger, i størst omfang er tilfredse med deres forbrugslån.

ANBEFALING 3: Indsatser, der skal gøre det nemmere for de unge at lægge mærke til og få overblik over, at der kan være store forskelle på omkostningerne på forskellige lånetyper.

Penge- og Pensionspanelet anbefaler, at

- *Penge- og Pensionspanelet i samarbejde med brancheorganisationer og myndigheder fortsætter arbejdet med at udbrede kendskabet til ÅOP.*
- *Långivere, herunder finansieringsselskaber, gør en særlig indsats for at sikre, at låntagerne får forståelse for omkostningerne ved at optage et lån, før de indgår aftale.*
- *Forbrugerombudsmanden foranlediger, at der udarbejdes særlige retningslinjer for markedsføring af især kortfristede lån.*

Lav mobilitet på især pengeinstitutområdet

Undersøgelsen viser endvidere, at der kan være behov for, at unge bliver mere opmærksomme på, at der kan være prisforskelle på de økonomisk mest fordelagtige lånetyper hos forskellige udbydere. Det understreges af, at undersøgelsen (jf. afsnit 5.1) viser, at de unge i udpræget grad op-

tager lån (især kontantlån og kassekredit) hos den udbyder, de er kunde hos i forvejen. Således er der

- 96 pct. af de unge, som opretter kassekredit, som vælger en udbyder, de er kunde hos i forvejen.
- 82 pct. af de, som opretter kontantlån, som vælger en udbyder, de er kunde hos i forvejen.
- hver anden af de unge, som køber på kredit/afbetaling og/eller opretter kontokort, som vælger en udbyder, de er kunde hos i forvejen.

Dette tyder på, at især hovedparten af de unge pengeinstitutkunder sætter sig i en situation, hvor de risikerer at få mindre fordelagtige forbrugslån i pengeinstitutterne, end de kunne have fået, hvis de havde undersøgt alternativerne hos andre pengeinstitutter. Der kan således være et behov for tiltag, som fremmer mobiliteten især på pengeinstitutområdet men også blandt andre finansielle udbydere – og som fremmer adgangen til sammenlignelig information om, hvilke muligheder de unge har for at få en gunstigere aftale, hvis de ser sig for.

ANBEFALING 4: Tiltag, som fremmer mobiliteten på især pengeinstitutområdet.

Penge- og Pensionspanelet anbefaler, at

- *alle relevante organisationer bidrager til udbredelsen af kendskabet til de fælles europæiske regler om bankskifte, når de er færdiggjort. Reglerne fastsætter nationale standarder for bankers oplysningsforpligtelser og bistand til kunderne i forbindelse med bankskift.*

2 Forbrugslån og opsparing hos unge

Denne rapport indeholder resultaterne fra en spørgeskemaundersøgelse, som TNS Gallup har foretaget for Penge- og Pensionspanelet. Undersøgelsen er gennemført via internetpanelet Gallup@Forum blandt 1274 unge 18-25 årige. De unge, som har deltaget i undersøgelsen, er unge, som indenfor de seneste 2 år enten har oprettet et forbrugslån og/eller har oprettet en opsparing. Forbrugslån dækker over lån eller kredit, som er oprettet i et pengeinstitut, udlånsselskab eller i detailhandlen mhp. forbrug til køb af varer og/eller rejser. SU-lån og boliglån er således i denne undersøgelse ikke defineret som forbrugslån.

I undersøgelsen indgår forbrugslånetyper som kassekredit, kontantlån, kreditkort, kontokort, kreditkøb og sms-lån. De opsparingsformer, som indgår i undersøgelsen er bankkonto, værdipapirer og frivillig eller obligatorisk pensionsordning.⁶

De enkelte låne- og opsparingsformer er nærmere beskrevet i boks 2.1.

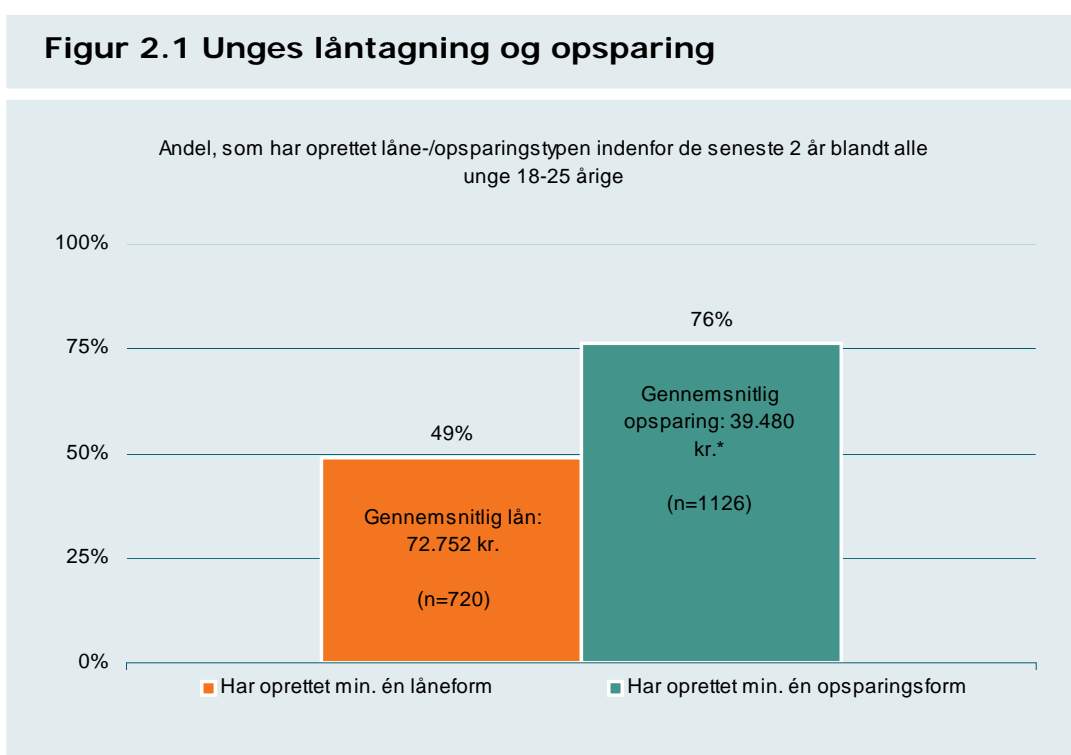
⁶ Se afsnit 7.1, bilag 1 for yderligere information om undersøgelsen.

Boks 2.1 Beskrivelse af låne- og opsparingstyper
Forbrugslån
<p><i>Kontantlån</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kontantlån er lån, der ydes af et pengeinstitut eller finansierings-selskab og udbetales kontant. Det omfatter både lån, som kan bruges til alle former for forbrug, samt lån ydet med henblik på køb af et bestemt produkt, f.eks. en bil.
<p><i>Kreditkøb</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kreditkøb er køb af en bestemt vare på afbetaling/kredit. Kreditkøb formidles typisk i forretninger/detailhandel. F.eks. kan man købe en PC på kredit med månedlige afbetalinger.
<p><i>Kassekredit</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kassekredit er en lånemulighed tilknyttet en bankkonto, for at hæve op til et bestemt beløb.
<p><i>Kontokort</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kontokort er kort, som giver mulighed for køb på kredit i bestemte forretninger fx Magasin kort, H&M konto, Jysk konto eller lign.
<p><i>Kreditkort</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kreditkort er kort, hvor varekøb via kortet typisk først bliver trukket på kortkontoen fx en måned efter købet. Det kan f.eks. være Diners Club Kort, MasterCard, American Express, Eurocard m.fl.
<p><i>Sms-lån</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sms-lån er lån, hvor man sender en sms med en låneansøgning, og modtager pengene på sin bankkonto kort efter.
Opsparing
<p><i>Bankkonto</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - En bankkonto kan f.eks. være lønkonto eller budgetkonto i et pengeinstitut.
<p><i>Pensionsopsparing</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pensionsopsparing kan f.eks. være en pensionsordning, som er formidlet via en arbejdsgiver eller en opsparing til pension via en kapitalpension eller ratepension.
<p><i>Aktier</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - En aktie er et værdipapir, hvor man får en ejerandel i en virksomhed og dermed bliver medejer af den pågældende virksomhed. Normalt udbetales der udbytte en gang årligt.
<p><i>Obligationer</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - En obligation er et værdipapir, som forpligter udstederen til at betale en fast rente til obligationsejeren én eller flere gange om året. Obligationer kan f.eks. være statsobligationer.
<p><i>Investeringsbeviser.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Investeringsbeviser udstedes af investeringsforeninger. Typisk har investeringsforeninger afdelinger, som især investerer i bestemte typer værdipapirer – f.eks. danske obligationer eller europæiske aktier. Køb af investeringsbeviser formidles typisk via pengeinstitutter. Investeringsforeninger kan f.eks. være Danske Invest, Nordea Invest, SparInvest m.fl.

2.1 Omfanget af lån og opsparing

Undersøgelsen viser, at 49 pct. af gruppen af 18-25 årige inden for de seneste 2 år har optaget et eller flere forbrugslån møntet på køb af rejser eller varer (jf. Figur 2.1). Det kan være kassekredit, kontantlån, kreditkort, kontokort, kreditkøb og/eller sms-lån. Denne gruppe udgøres især af unge mænd, som har vist sig at være mere tilbøjelige end unge kvinder til at optage forbrugslån.

Samtidig har 76 pct. af de 18-25 årige inden for de seneste 2 år oprettet en eller flere opsparingsformer. Det kan være opsparingskonti, investeringer i værdipapirer og/eller frivillige eller obligatoriske pensionsordninger⁷.



Anm.: N = 1472 (Hvoraf 198 ikke er gået videre i undersøgelsen, fordi de hverken har lån eller opsparing)

Anm.: *Når der ses bort fra pensionsopsparinger, har opsparerne gennemsnitligt indenfor de seneste 2 år oprettet opsparing på 33.496 kr. (N=475)

⁷ Langt hovedparten af den gruppe unge, som har pensionsordninger, må antages at have obligatoriske arbejdsmarkedspensionsordninger. Denne antagelse følger af, at andelen af unge 18-25 årige, som - ifølge registeroplysninger fra Danmarks Statistik - i 2005 havde en positiv indbetaling til arbejdsmarkedspension udgør 36,1 pct.; andelen med positiv indbetaling til ikke job-tilknyttet pension udgør 5,9 pct., mens andelen med positiv indbetaling til begge dele udgør 3,7 pct.

Som figur 2.1 viser, er der således flere unge der sparer op, end unge der har forbrugslån. Endvidere viser undersøgelsen, at de unge, som har oprettet forbrugslån indenfor de seneste to år (dvs. de 49 pct., som er låntagere), i gennemsnit har oprettet lån for 72.752 kr. og i gennemsnit skylder 57.659 kr. væk på de lån, de har oprettet. De unge låntagere skylder således gennemsnitligt et beløb, som er mindre end det beløb, de indenfor de seneste 2 år har oprettet lån for. Det peger på, at unge generelt sørger for at afdrage på deres lån, hvad enten de har en fast tilbagebetalingsordning eller ej.

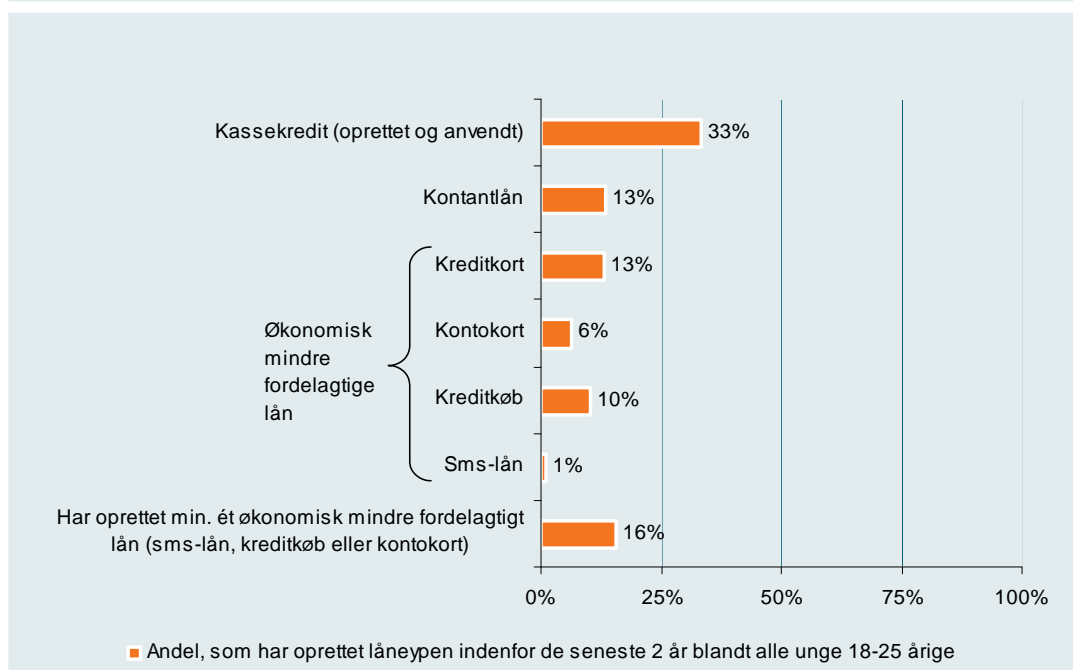
Undersøgelsen viser endvidere, at mænd typisk skylder mere væk på deres forbrugslån end kvinder. En forklaring på dette kan måske være, at mænd i større omfang er tilbøjelige til at låne penge til større forbrugsgoder som f.eks. en bil.

2.2 Typer af forbrugslån

Kassekredit og kontantlån er blandt de mest populære låneformer hos de unge, jf. Figur 2.2. Hovedparten af de unge låntagere har således relativt økonomisk fordelagtige låneformer. Kassekredit og kontantlån regnes i denne rapport som låneformer, der relativt set er blandt de mest økonomisk fordelagtige låneformer. Det skyldes, at kontantlån og kassekredit typisk har lavere låneomkostninger målt ved årlige omkostninger i procent (ÅOP) end f.eks. kreditkort, kontokort, kreditkøb og sms-lån.

Kreditkort, kontokort, kreditkøb og sms-lån betragtes således omvendt i denne rapport som låneformer, der relativt set hører til blandt de økonomisk set mindst fordelagtige låneformer. Denne definition bygger igen på, at de årlige omkostninger i procent (ÅOP) ved disse låneformer typisk ligger på et højere niveau end omkostningerne ved f.eks. kassekredit og kontantlån.

Figur 2.2 Forbrugslånetyper blandt unge 18-25 årige



Anm.: N = 1472 (Hvoraf 198 ikke er gået videre i undersøgelsen, fordi de hverken har lån eller opsparing)

Som Figur 2.2 viser, har 33 pct. af alle unge 18-25 årige indenfor de seneste 2 år oprettet kassekredit, 13 pct. har oprettet kontantlån, 13 pct. har oprettet kreditkort, 10 pct. har oprettet kreditkøb, 6 pct. har oprettet kontokort og 1 pct. har oprettet sms-lån.

Blandt de unge 18-25 årige forbrugere er det således mest udbredt at optage kassekredit. Dette peger som nævnt på, at hovedparten af de unge låntagere vælger en låneform, som er relativt økonomisk fordelagtig.

Den gruppe, som har oprettet et eller flere lån, som relativt set er økonomisk mindre fordelagtige udgør - jf. Figur 2.2 - 16 pct. af *alle unge*.

Når 16 pct. af *alle unge* har mindre fordelagtige lån, svarer det til, at gruppen med mindre økonomisk fordelagtige lån udgør 33 pct. af *låntagerne*.⁸ Det er således hver tredje af de unge låntagere, som opretter et økonomisk mindre fordelagtigt forbrugslån. Disse unge låner typisk pengene til højere omkostninger, end de kunne have fået på anden vis.

⁸ De 16 pct. udgør 236 personer ud af i alt 1472 unge. Disse 236 personer udgør derimod 33 pct. af de 720 unge personer, som har oprettet lån indenfor de seneste 2 år.

Ovenstående peger på, at der kan være et behov for en indsats, så de unge bliver mere opmærksomme på forskellene på omkostninger ved forskellige låneformer. En eventuel indsats kan med fordel rette fokus på mulighederne for at afdrage mere, hvis de unge optager lån til mere fordelagtige omkostninger i stedet for at optage lån med relativt høje årlige omkostninger. Det kan medvirke til at sikre, at de unge får større viden om finansiell rationel adfærd.

Undersøgelsen viser endvidere, at der er forskelle på, hvilke lånetyper unge opretter, alt efter om der er tale om unge mænd eller kvinder. Især kreditkort, kontantlån og kreditkøb er mest udbredt hos mænd, mens kontokort, som typisk er tilknyttet bestemte butikskæder, er mest udbredt hos kvinder.

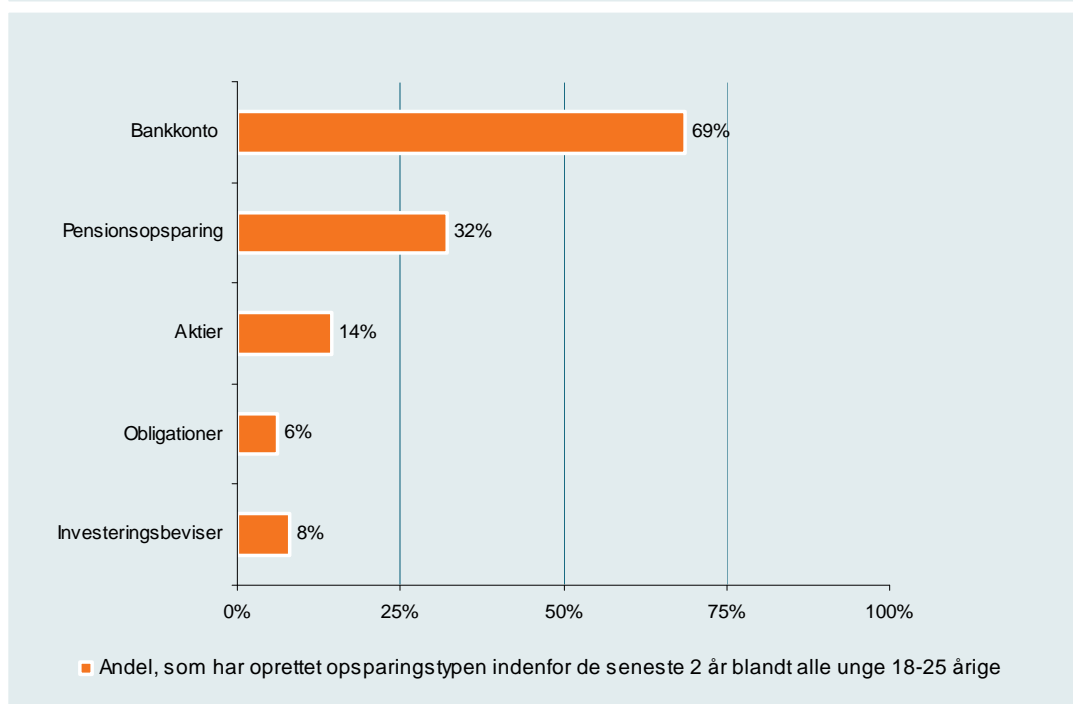
2.3 Typer af opsparing

Generelt viser undersøgelsen, at det er mest udbredt blandt unge at vælge en opsparingsform som bankkonto. Pensionsopsparing (obligatorisk og/eller frivillig) er næstmest udbredt, mens værdipapirer som aktier, obligationer og investeringsbeviser er mindst udbredte. De unge vælger således generelt bankkontoen som opsparingsform. Det kan skyldes, at pengene på denne måde er mest tilgængelige og/eller at en bankkonto ikke nødvendigvis forudsætter, at de unge har frie opsparede midler.

Resultaterne peger samtidig på, at de opsparingsformer som de unge hyppigst vælger, typisk har relativ lav risiko. De opsparingsformer, som i denne rapport betragtes som opsparingsformer med lav risiko, er bankkonto og obligationer. En bankkonto og obligationer er kendetegnet ved, at renteniveauet for afkastet ligger på en bestemt rentesats. Derved er der relativt lille økonomisk risiko ved at have pengene stående i obligationer eller på en bankkonto. Værdipapirer som aktier og investeringsbeviser med aktier er derimod forbundet med større økonomisk risiko, idet afkastet kan ende med at blive alt lige fra stærkt negativt til stærkt positivt.

Som det fremgår af Figur 2.3 fordeler opsparingsformerne sig således, at der inden for de seneste 2 år er 69 pct. af alle 18-25 årige, der har oprettet bankkonto, 32 pct. har oprettet en obligatorisk og/eller frivillig pensionsopsparing⁹, 14 pct. har købt aktier, 8 pct. har købt investeringsbeviser og 6 pct. har købt obligationer.

⁹ Hovedparten af denne gruppe må antages at have arbejdsgivertegnet pensionsordning jf. fodnote 7.

Figur 2.3 Opsparingstyper blandt unge 18-25 årige

Anm.: N = 1472 (Hvoraf 198 ikke er gået videre i undersøgelsen, fordi de hverken har lån eller opsparing)

Som nævnt tidligere (jf. Figur 2.1) viser undersøgelsen, at de unge opsparere i gennemsnit har oprettet opsparinger for 39.480 kr. indenfor de seneste 2 år. Når der ses bort fra pensionsopsparinger¹⁰ - har de unge i gennemsnit oprettet opsparinger for 33.496 kr. indenfor de seneste to år. Dermed sparer de unge opsparere gennemsnitligt mindre op, end det beløb de unge låntagere gennemsnitligt opretter forbrugslån for.

Undersøgelsen viser desuden, at det er forskellige grupper unge, som opretter forskellige opsparingsformer. Bankkonto er mest populært blandt unge kvinder, mens unge mænd hyppigere har værdipapirer og pensionsopsparing.

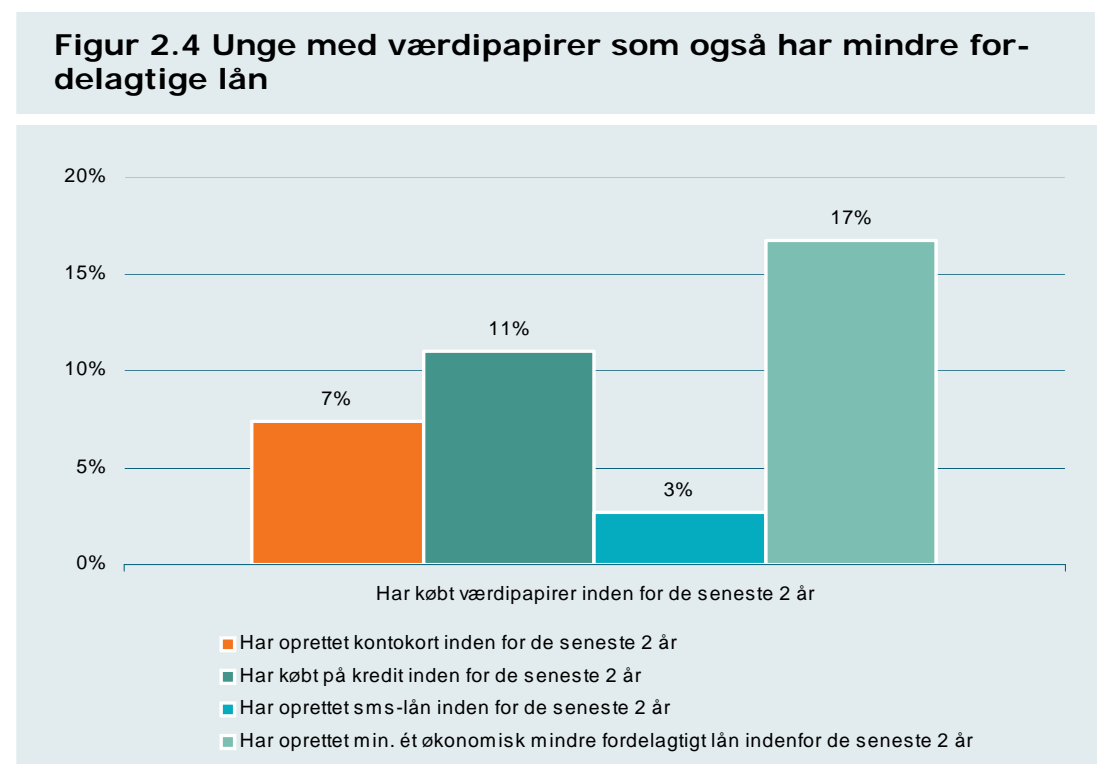
Aktier er endvidere mest udbredt blandt 18-20 årige hjemmeboende, mens pensionsopsparinger er mest udbredt blandt 24-25 årige mænd. Det kan skyldes, at hjemmeboende ikke ligesom udeboende er afhængige af, at have penge til uforudsete udgifter og faste udgifter. Og det kan

¹⁰ Beregningen er foretaget på baggrund af opsparingens størrelse hos den gruppe opsparere, som ikke har pensionsopsparinger. Tallet bygger på 475 respondenter.

skyldes, at unge 24-25 årige når en alder, hvor de får job, og derved kommer ind under en arbejdsmarkedspensionsordning.

2.4 Lån og opsparing

Undersøgelsen viser, at en del unge, som har sparet op i værdipapirer også opretter forbrugslån. Hovedparten af denne gruppe, opretter de låneformer, som traditionelt anses for mest økonomisk fordelagtige – som f.eks. kassekredit eller kontantlån. Imidlertid er der 17 pct. af de unge, som har købt værdipapirer, som samtidig har optaget økonomisk mindre fordelagtige lån som kontokort, kreditkøb og/eller sms-lån - jf. Figur 2.4 nedenfor.



Anm.: N=299 (den gruppe, som har investeret i værdipapirer)

Det er således 17 pct. af de unge værdipapirindehavere, som også har lånt penge til relativt høje årlige omkostninger, selvom de har opsavede midler. Dermed sætter hver femte ung sig i en situation, hvor de har en betydelig risiko for økonomisk tab, hvis afkastet for værdipapirerne viser sig at være mindre end omkostningerne ved at betale renter og gebyrer på de oprettede forbrugslån.

Unge generelle vanskeligheder ved at gennemskue finansielle spørgsmål (jf. afsnit 6.2) kunne tyde på, at ikke alle unge ejere af værdipapirer er

klar over denne risiko. Det peger på, at nogle unge kunne have behov for at blive mere opmærksomme på, at der er økonomiske risici forbundet med at have både værdipapirer og forbrugslån. Der kan således være behov for en indsats, som kan medvirke til at sikre, at unge med værdipapirer, som har brug for penge til forbrug, overvejer en ekstra gang, om de vil betale omkostningerne ved et forbrugslån eller i stedet sælge deres værdipapirer.

3 Gruppering af de unge ud fra deres finansielle adfærd

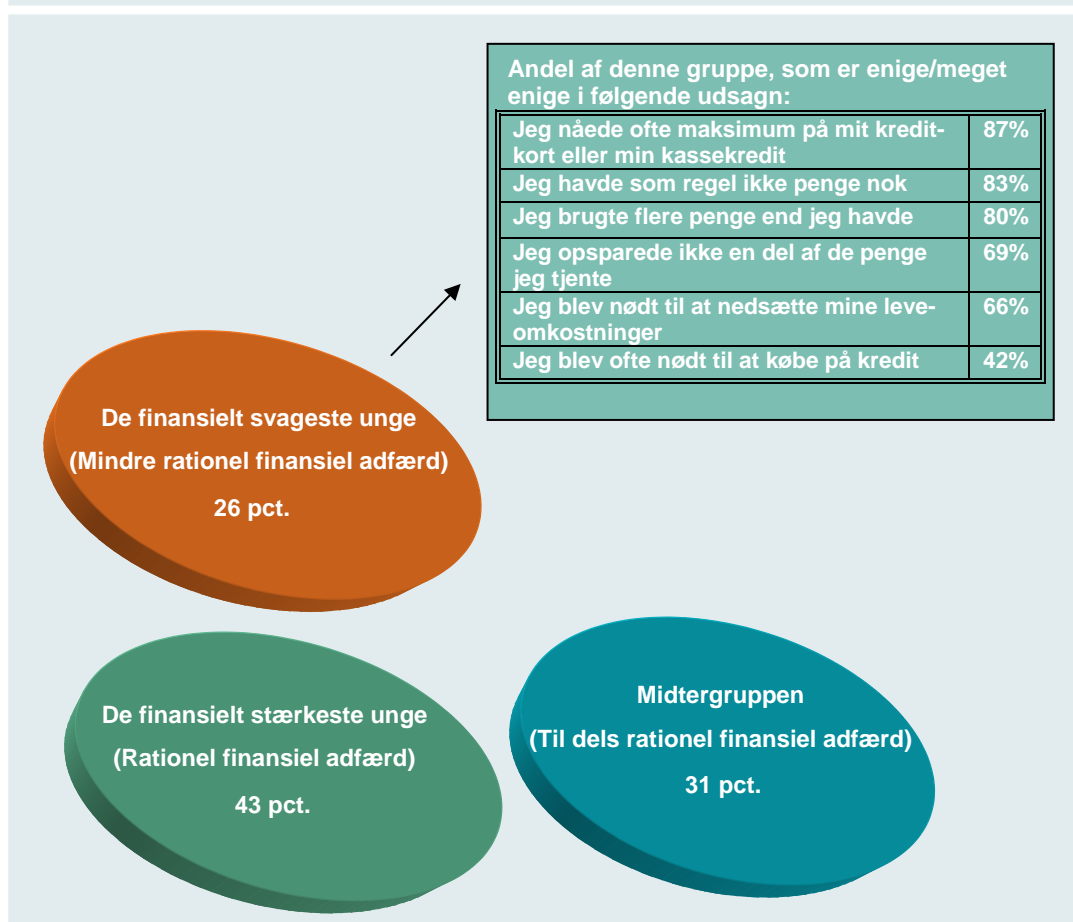
3.1 De finansielt svageste, middelstærke og stærkeste unge

I undersøgelsen indgår seks spørgsmål til de unge om deres finansielle adfærd. Disse spørgsmål drejer sig om, hvorvidt de unge som regel ikke har haft penge nok, om de har købt på kredit, om de har måttet nedsætte leveomkostninger, om de unge har brugt flere penge end de havde, om de ofte har nået maksimum på deres kassekredit og/eller om de har sparet en del af deres penge op.

Disse seks spørgsmål kan tilsammen give en indikator på de unges finansielle adfærd. De unge, som bl.a. mener, at de som regel ikke har penge nok og ofte køber på kredit kan betegnes som de finansielt svageste unge. De unge, som bl.a. mener at have penge nok og stort set aldrig køber på kredit kan derimod betragtes som de relativt stærkeste unge.

På baggrund af de seks spørgsmål er det således muligt at opdele¹¹ de unge i tre grupper - fordelt efter hvilken finansiell adfærd de udviser. En gruppe på 43 pct. udviser rationel finansiell adfærd (de stærkeste unge); en gruppe på 31 pct. udviser til dels rationel adfærd (de middelstærkeste unge) og en gruppe på 26 pct. udviser en mindre rationel adfærd (de svageste unge) – jf. Figur 3.1. Gruppen af de finansielt svageste unge, udgør i undersøgelsen i alt 315 personer.

¹¹ Opdelingen er sket via en klyngeanalyse ved brug af de seks spørgsmål som fremgår af Figur 3.1.

Figur 3.1 Tre grupper unge – og kendetegn ved de finansielt svageste


Som det fremgår af Figur 3.1 er det (jf. den grønne boks) især gruppen af de finansielt svageste unge, som har behov for større viden om, hvordan de kan handle mere finansielt fornuftigt. Det ses bl.a. af, at over 80 pct. af de svageste unge svarer, at de er enige eller meget enige i, at de brugte flere penge end de havde, at de som regel ikke havde penge nok samt, at de ofte nåede maksimum på kreditkort eller kassekredit.

De finansielt svageste unge kan således med fordel være målgruppe for tiltag, som øger unges interesse og motivation for mere rationel økonomisk adfærd og som gør det nemmere for de unge at få styr på økonomien. Det kan f.eks. være indsatser, som i øjenhøjde med de unge kommer med konkrete eksempler på, hvordan manglende styr på økonomien kan få konsekvenser for de unges forbrugsmuligheder. Og det kan være redskabsorienterede indsatser, som f.eks. at give de unge bedre adgang til internetbaserede redskaber, som gør det lettere for de unge at lægge et realistisk budget.

Kendetegn ved de tre grupper unge

Hvis de svageste unge med fordel kan være målgruppe for målrettede tiltag kan det være relevant at vide mere om, hvad der adskiller denne gruppe fra de øvrige grupper af unge. Tabel 3.1 sammenfatter forskellene på de tre grupper unge for så vidt angår deres baggrund, deres finansielle adfærd og deres opfattelser.

Tabel 3.1 Oversigt over kendetegn ved de tre grupper unge

		Alle unge (100 pct.)	De finansielt stærkeste (43 pct.)	Midtergruppen (31 pct.)	De finansielt svageste (26 pct.)
Baggrund			<i>Unge i denne gruppe er hyppigere end unge generelt</i>		
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ 18-20 år ▪ Har/i gang med gymnasial udd. ▪ Fuldtids-/fritidsjob ▪ Hjemmeboende ▪ (ejerbolig/hus) i mindre landsby 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 21-23 år ▪ Har/i gang med gymnasial udd. ▪ Fritidsjob ▪ Udeboende (leje) i mid-delstor by 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 24-25 år ▪ ikke boglig udd./erhvervsudd. ▪ Fuldtid/ arbejdsløs ▪ Udeboende – (leje/lejl) i større by
Adfærd* (skala 1-7)	Grad af rationel finansiell adfærd	5,1	6,5	4,9	2,8
Opfattelser* (skala 1-7)	Grad af social norm imod hurtige forbrugslån	5,2	5,4	5,2	4,8
	Grad af negativ indstilling til hurtige forbrugslån	5,9	6,2	6,0	5,5
	Grad af tilfredshed	5,6	5,9	5,6	5,4
	Grad af forventninger til tilfredshed	5,8	6,1	5,7	5,6
	Grad af involvering	4,5	4,8	4,5	4,2
	Grad af gennemskuelighed	4,0	4,3	4,0	3,6

Anm.: *Adfærdsdimensionen og de seks opfattelsesdimensioner er hver især målt via indeks, som er konstrueret på baggrund af en række spørgsmål, som kan antages at være et mål for dimensionen. Hvert indeks har en skala fra 1-7, hvor høje værdier angiver at dimensionen i stort omfang er til stede hos gruppen af unge, mens lave værdier angiver at dimensionen i mindre omfang er til stede hos gruppen af unge. For så vidt angår "gennemskuelighed", "involvering", "forventet tilfredshed", "tilfredshed" er der for hvert indeks angivet én samlet gennemsnitsværdi for den enkelte dimensions indeksværdi for lån og opsparing samlet set.

De unges baggrund viser sig – jf. Tabel 3.1 – at være forskellig i de forskellige grupper. Således er de unge stærke og middelstærke finansielle forbrugere f.eks. i højere grad bogligt orienterede end de unge svageste forbrugere.

Ligeledes er der betragtelige forskelle på de unges adfærd og opfattelser, alt efter hvilken gruppe de unge tilhører. De tal, som fremgår af adfærd- og opfattelsesdimensionerne i Tabel 3.1, er gennemsnitstal på en skala fra 1-7, hvor 4 er midterværdi. Høje værdier indikerer, at dimensionen i stort omfang er til stede hos gruppen af unge, mens lave værdier angiver at dimensionen i mindre omfang er til stede hos gruppen af unge. Som det kan ses af tabellen er der en generel tendens til, at de svageste forbrugere opnår laveste værdier på alle dimensioner.

Resultaterne i Tabel 3.1 indikerer altså, at de unge finansielt svageste adskiller sig markant fra de øvrige unge på en hel række punkter. I det følgende afsnit 3.2 vil der blive set nærmere på, hvad der i særlig grad kendetegner denne gruppe. Det kan være hensigtsmæssig baggrundsviden, hvis målet er at iværksætte tiltag målrettet den finansielt svageste gruppe.

3.2 Forbrugerprofil for de finansielt svageste unge

I det følgende vil der mere uddybende blive set på, hvilken baggrund de finansielt svageste unge har, hvilken låne- og opsparingsadfærd de udviser, og hvordan de generelt opfatter finansielle spørgsmål og forhold.

Baggrund

Gruppen på 26 pct., som udgør de finansielt svageste unge, adskiller sig fra de øvrige unge, når der ses på deres alder, uddannelse, beskæftigelse, boligform og bopæl - jf. Boks 3.1.

Boks 3.1 Den typiske baggrundsprofil for de svageste finansielle unge

Baggrund	Alder:	24-25 år
	Uddannelse:	ikke bogligt orienteret – typisk erhvervsuddannelse
	Beskæftigelse:	fuldtidsbeskæftiget el. arbejdsløs
	Boligform:	udeboende - i lejebolig/etageejendom
	Bopæl:	større byer

De svageste unge er typisk unge i midten af tyverne, som bor i lejet lejlighed i en større by. Der er således flere i denne gruppe end blandt de øvrige grupper, som er udeboende og har alderen 24-25 år.

Samtidig er erhvervsuddannelser mere udbredt blandt de svageste unge end blandt de middelstærke og stærke finansielle unge. De finansielt svageste er således typisk ikke helt så bogligt orienterede som unge generelt. Endvidere har de finansielt svageste unge oftere end de finansielt stærkere unge fuldtidsarbejde eller er arbejdsløse.

Eventuelle informationstiltag, som målrettes gruppen af finansielt svageste unge, kan naturligvis med fordel finde sted, på de steder hvor denne gruppe unge i særlig grad befinder sig. En mulighed er her at iværksætte en indsats målrettet unge på erhvervsuddannelsescentrene.

Låne- og opsparingsadfærd

Gruppen på 26 pct., som udgør de finansielt svageste unge, adskiller sig samtidig fra de øvrige unge, når der ses på deres adfærd – jf. Boks 3.2. De finansielt svageste unge er langt mere tilbøjelige til at tage forbrugslån og langt mindre tilbøjelige til at oprette opsparing end de øvrige to grupper af unge. De svageste unge har således ikke blot mindre styr på deres økonomi end unge generelt – de låner også mere end unge generelt.

Boks 3.2 Adfærd hos de finansielt svageste unge

Sammenlignet med unge generelt er det blandt de svageste unge mere udbredt, at

Låneadfærd

- oprette forbrugslån generelt.
- oprette økonomisk mindre fordelagtige forbrugslån.
- oprette mere end ét forbrugslån.
- undlade at søge information før forbrugslån oprettes.
- optage forbrugslån, fordi det var nødvendigt for at kunne købe.
- de som har købt på kredit, er positive overfor at købe på kredit igen.

Sammenlignet med unge generelt er det blandt de svageste unge mindre udbredt, at

Opsparingsadfærd

- oprette opsparing generelt.
- oprette investeringsbeviser og aktier.

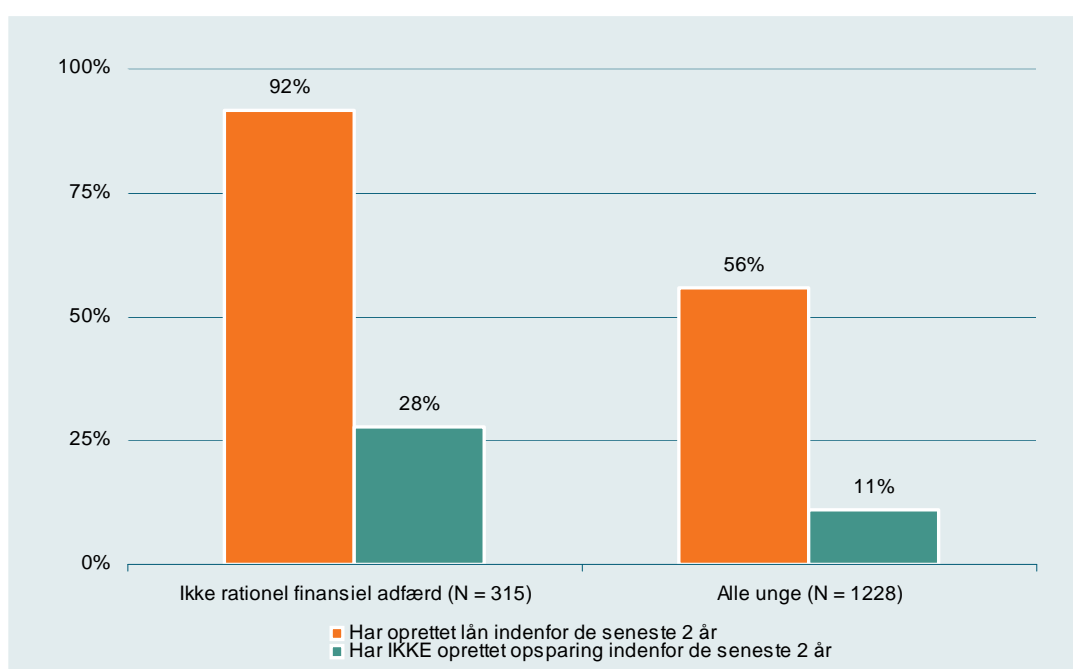
Forbrugslån er generelt *mere* udbredt blandt de svageste unge end blandt unge generelt. Det viser sig f.eks. ved, at mens det er 18 pct. af alle låneoptagere, som har et økonomisk mindre fordelagtigt forbrugslån, er det 32 pct. af de svageste unge, der har oprettet et sådant lån.

Samtidig viser det sig – jf. Boks 3.2 –, at de svageste unge gennemsnitligt opretter flere låneformer end unge generelt. Og de søger i mindre grad information end unge generelt, inden de opretter deres forbrugslån. Endvidere er der flere blandt de svageste unge, der angiver at de har optaget lånet, fordi det var nødvendigt for at kunne købe. Endelig er der 40 pct. af de svageste unge, som har købt på kredit, der svarer, at de gerne køber på kredit igen. Blandt alle unge er det 32 pct.

Omvendt er opsparinger som investeringsbeviser og aktier *mindre* udbredt blandt de svageste unge end blandt unge generelt. De finansielt svageste unge har også færre opsparingsformer og opsparing for et langt lavere beløb end de unge finansielt stærkere forbrugere.

De unges overordnede opsparings- og låneadfærd er opsummeret i Figur 3.2. Jf. Figur 3.2 er der 92 pct. af den svageste gruppe unge, der har oprettet forbrugslån, mens det samlet set er 56 pct. af alle unge, der har oprettet forbrugslån. Samtidig opretter de svageste unge sjældnere opsparing end unge generelt. 28 pct. af de svageste unge har ikke oprettet opsparing. Til sammenligning er det blandt alle unge 11 pct., der ikke har oprettet opsparing.

Figur 3.2 Låne- og opsparingsadfærd hos de finansielt svageste unge



Disse resultater, herunder især resultaterne om låneadfærden hos de finansielt svageste unge som ses af Boks 3.2, understøtter, at der med fordel kan iværksættes indsatser, som dels kan motivere især de svageste unge til en mere rationel økonomisk adfærd, dels kan gøre det nemmere for de svageste unge, at få overblik over deres økonomi.

Indsatser som øger unges interesse og motivation for mere rationel økonomisk adfærd kan være flersidige. Det kan f.eks. være indsatser, som fokuserer på at gøre det "in" at have de mest fordelagtige lån frem for de mindst fordelagtige.¹² I denne sammenhæng kan der etableres ét eller flere tiltag, som sætter fokus på, hvilke konsekvenser det kan have for de unges hverdag, hvis de tager mindre fordelagtige lån. Sådanne indsatser kunne f.eks. tilrettelægges som en kampagne/informationsindsats med rollemodeller for hhv. de finansielt svageste og de finansielt stærkeste forbrugere. Disse rollemodeller kunne være et middel til at nå de unge med klare jordnære og konkrete eksempler på, hvor meget mere man kan få råd til, hvis man har mere styr på økonomien.

De motivations-rettede tiltag kan med fordel suppleres med en eller flere indsatser, som gør det nemmere for de unge at få styr på deres daglige økonomi. Det kan f.eks. være tiltag, som giver de unge adgang til en letforståelig budgetberegner, således at især de svageste unge får mulighed for at få et bedre overblik over balancen mellem indtægter og udgifter.

Viden og opfattelser

Gruppen af de finansielt svageste har overordnet set ringere viden om finansielle spørgsmål og en mere negativ opfattelse af en række finansielle forhold end de stærkeste unge – jf. Boks 3.3.

¹² Se også afsnittet 'Viden og opfattelser' nedenfor (s. 29) hvoraf det fremgår, at gruppen af svage unge har en social norm, hvor hurtige forbrugslån i højere grad er accepteret end tilfældet er for de to øvrige grupper.

Boks 3.3 Viden og opfattelser hos de finansielt svageste unge

	<i>Sammenlignet med unge generelt har de svageste unge</i>
Viden	<ul style="list-style-type: none"> • et ringere kendskab til ÅOP. • en ringere generel viden om deres låne-/opsparingsprodukt.
Opfattelser	<ul style="list-style-type: none"> • en lavere tillid til låne- og opsparingsudbyderne. • en dårligere opfattelse af den udbudte service, rådgivning og aftalevilkår. • sværere ved at gennemskue finansielle spørgsmål. • en mindre involverende adfærd ved låntagning/opsparing. • lavere forventninger til deres tilfredshed med lånet/opsparingen. • en lavere efterfølgende tilfredshed med lånet/opsparingen. • en mindre skeptisk indstilling til hurtige forbrugslån. • en social norm, hvor hurtige forbrugslån i højere grad er accepteret.

De svageste unges lavere *viden* ses af, at de har et ringere kendskab til ÅOP end de mere finansielt stærke unge. Samtidig indikeres det af, at de svageste unge angiver at have ringere viden om produktet/opsparingen før aftaleindgåelsen end de stærkere unge.

Den mere negative *opfattelse* af en række finansielle forhold hos gruppen af finansielt svageste kan – jf. Boks 3.3 – bl.a. spores ved hjælp af de unges svar på en række udsagn, som måler deres tillid og deres opfattelse af service, rådgivning og aftalevilkår. Således har de svageste finansielle unge i mindre grad end de stærke unge tillid til deres udbyder og de synes i mindre grad at de fik god service, god rådgivning og gode aftalevilkår.

Samtidig illustreres den mere negative opfattelse af, at de finansielt svageste unge generelt har sværere ved at gennemskue finansielle spørgsmål, er mindre involverede, har en lavere tilfredshed og en lavere forventet tilfredshed end unge generelt set. Desuden har de finansielt svageste unge en mindre skeptisk indstilling til det at optage hurtige forbrugslån, og en social norm, hvor det i højere grad er acceptabelt at optage hurtige forbrugslån

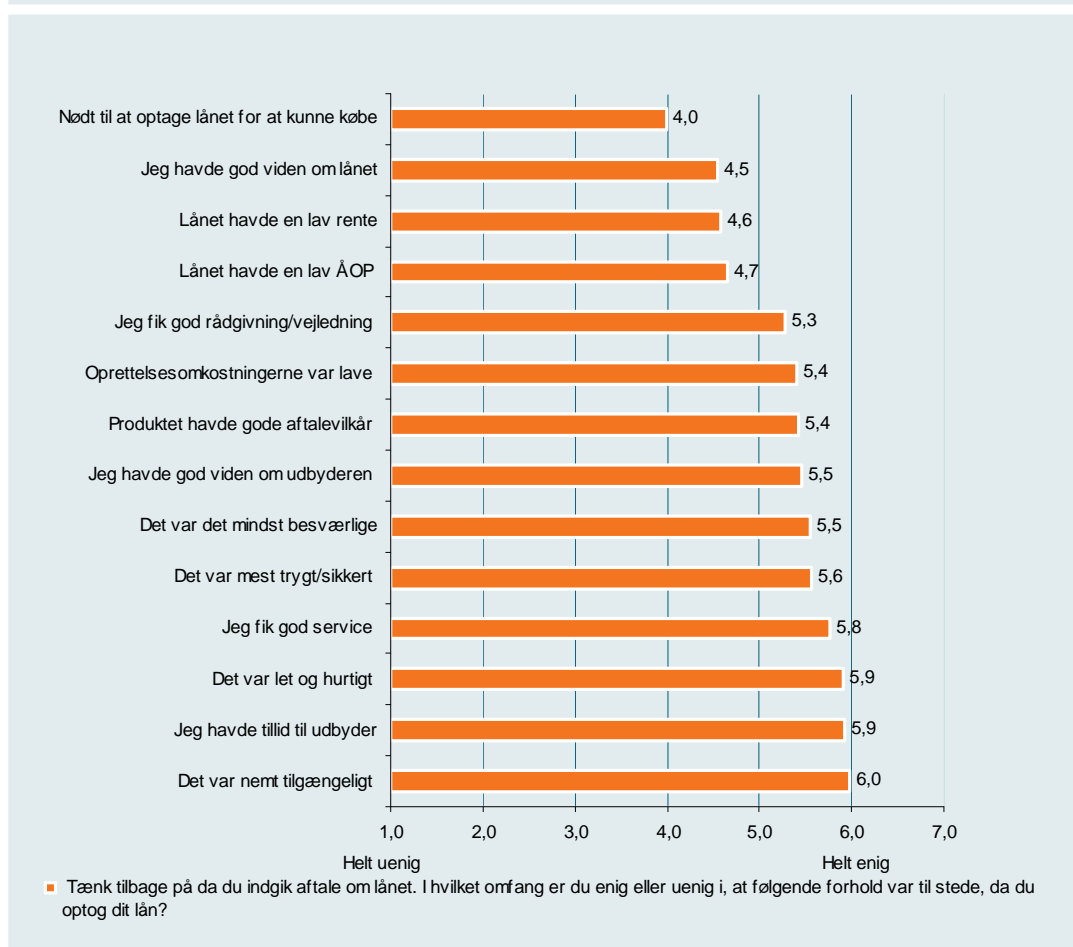
Ovenstående resultater peger på, at de unge svageste forbrugere ser finansielle emner som meget komplekse - de involverer sig mindre end andre og deres finansielle viden halter. Samtidig halter det med deres tilfredshed og deres opfattelse af service, rådgivning og aftalevilkår, mens de er mere end almindeligt positivt indstillede overfor hurtige forbrugslån. Disse overordnede resultater understøtter, at der kan være behov for tiltag, som fremmer gennemsigtigheden på det finansielle område og gør det nemmere for de unge at få overblik over forskellene på omkostninger ved de forskellige låneformer.

4 Opfattelser af vilkår for lån og opsparing

4.1 Forbrugslån – opfattelse af vilkår

De unge 18-25 årige låntagere er blevet bedt om at vurdere, i hvor høj grad en række forhold var til stede, da de optog deres forbrugslån. Det drejer sig om forhold som bl.a. tillid, service, tryghed, lav rente, lav ÅOP og at det var nemt og hurtigt (Figur 4.1).

Figur 4.1 Forhold der var til stede ved de unges oprettelse af forbrugslån



Anm.: N=720 (låntagere)

Blandt de unge som har oprettet forbrugslån var flest enige i, at forhold som at det var "nemt tilgængeligt", at de havde "tillid til udbyder" samt, at det var "let og hurtigt" var til stede, da de optog deres forbrugslån. Det peger umiddelbart på, at tilliden og adgangsmulighederne (let/tilgængeligt) samlet set er relativt tilfredsstillende på låneområdet. Som analyseresultaterne senere skal vise, dækker den relativt gode vur-

dering af adgangsmulighederne imidlertid over store forskelle imellem de forskellige lånetyper.

Blandt de udsagn, som de unge gennemsnitligt er mindst enige i, er udsagnet om, at "jeg havde god viden om lånet". Det peger på, at det relativt set især halter med de unges viden. Dette understøttes af, at undersøgelsen - foruden resultaterne i Figur 4.1 - i øvrigt viser, at 73 pct. af unge 18-25 årige har intet eller ringe kendskab til begrebet Årlige Omkostninger i Procent (ÅOP). Blandt kvinder er det 85 pct. der har intet eller ringe kendskab, mens det blandt mænd er 64 pct. Samtidig viser øvrige resultater, at 81 pct. helt opgiver at give et bud på, hvilken ÅOP deres eget lån har. Og 4 ud af 5 unge (især kvinderne) svarer forkert på ét eller flere af de spørgsmål, som tester deres viden om ÅOP. Samtidig viser undersøgelsen, at et ringe kendskab til ÅOP går hånd i hånd med en ringe viden om ÅOP.

Ovenstående resultater peger på, at der med fordel kunne målrettes en særlig informationsindsats for at højne unges viden om forbrugslån, herunder især deres kendskab til ÅOP - for derigennem at få øget deres viden om ÅOP.¹³

De øvrige udsagn, som færrest af de unge - jf. Figur 4.1 - er enige i, er udsagn som, at "lånet havde en lav rente" og "lånet havde en lav ÅOP". Det indikerer, at de unge generelt synes, at deres renter ikke er så lave, som de kunne have ønsket. Samtidig indikerer det også, at de unge - i fald de forstår begrebet ÅOP - ikke mener at ÅOP er så lav, som de kunne have ønsket. Disse resultater viser, at de unge tilsyneladende har en interesse i, at opnå den økonomisk mest fordelagtige låneaftale. Det understøtter, at det givetvis vil appellere til de unge, hvis der iværksættes indsats, som fokuserer på omkostninger ved forskellige låneformer.

Samlet set indikerer resultaterne om de unges opfattelse af vilkår for forbrugslån, at det kan være hensigtsmæssigt med en eller flere indsats, som forøger de unges viden om forbrugslån og derigennem øger deres forståelse for, at de har muligheder for at få lavere låneomkostninger, hvis de undersøger markedet.

¹³ Under sloganet "ÅOP – prisen du kan regne med" relancerede Penge- og Pensionspanelet i samarbejde med Forbrugerstyrelsen i juni 2008 en kampagne mhp. at lære unge om prisen på forbrugslån. Kampagnebudskabet var, at unge bør se efter Årlige Omkostninger i Procent (ÅOP), når de låner penge til ferien. Siden www.aaop.dk har fungeret som en kampagneside, hvor forbrugerne kan se små sjove film om ÅOP, og hvor der er mulighed for at læse mere om ÅOP og beregne den samlede pris på et lån ud fra ÅOP. Se mere om kampagnen på www.aaop.dk

Forbrugslån – vilkår fordelt på lånetyper

Unge vurderer generelt, at nogle forhold i markant højere grad er til stede for nogle lånetyper end for andre. Boks 4.1 nedenfor viser for hvilke låneprodukter de unge vurderer, at de forskellige forhold er til stede hhv. i større omfang og i mindre omfang.

Boks 4.1 Unges syn på forhold ved deres låntagning

	Tilstede i større omfang	Til stede i mindre omfang
Lav ÅOP	Kreditkøb - kreditkort	Kontantlån - kassekredit
Lav rente	Kreditkøb	Kontantlån
Let/hurtigt	-	Kontantlån
Nødvendigt for at kunne købe	Kreditkøb	Kreditkort - kontokort

Resultaterne i Boks 4.1 giver især anledning til tre konklusioner. Den ene er, at de unge tilsyneladende ser kreditkøb og kreditkort som de billigste finansieringsformer. Den anden er, at de unge ser kontantlån, som den mest besværlige låneform. Den tredje er, at kreditkort og kontokort oprettes af lyst snarere end af nød. De tre konklusioner uddybes i det følgende.

Kreditkøb anses som billigst

Typisk ser de unge kreditkøb, som et af de låneprodukter, der er billigst. Det viser sig f.eks. ved, at 64 pct. af de som har oprettet kreditkøb, udtrykker at de er enige eller meget enige i at kreditkøbet havde "lav rente", 71 pct. udtrykker, at de er enige i, at kreditkøbet havde "lav ÅOP" og 66 pct. udtrykker at de er enige eller meget enige i, at kreditkøbet havde "lave oprettelsesomkostninger". Og ikke mindst ser unge gennemgående kreditkøb som markant billigere end kontantlån. Dette understøttes af, at der til sammenligning er 45 pct., der er enige eller meget enige i at kontantlån har lav rente og 46 pct., der er enige i, at kontantlån har lav ÅOP.

De unge ser således tilsyneladende kreditkøb som en af de billigste låneformer. Dette stemmer fint overens med, hvad de unge svarer andetsteds i undersøgelsen. Her er de unge dels blevet spurgt om, hvor sandsynligt det er, at de vil oprette samme lånetype igen, og dels hvor sandsynligt det er, at de vil tage lån igen. Her viser det sig, at de unge, som har oprettet kreditkøb er mere tilbøjelige til at oprette samme lånetype igen og tage lån igen end de unge, som har oprettet øvrige låneformer (bortset fra sms-lån). Således er det 32 pct. af de, der har købt på kredit,

der gerne køber på kredit igen. Unge, som tager kreditkøb, er altså den gruppe, som i højest grad anser det for mest sandsynligt, at de vil oprette kreditkøb igen og/eller, at de vil låne penge igen.

Ovenstående er et interessant billede set i lyset af, at kreditkøb typisk har højere årlige omkostninger i procent (ÅOP) end f.eks. et kontantlån i et pengeinstitut. De unge har med andre ord en opfattelse af, at kreditkøb er en af de billigste finansieringsformer på trods af, at dette generelt ikke er tilfældet. Dette peger på, at de unge enten ikke anvender eller ikke har en forståelse for, hvordan de kan anvende de lovpligtige oplysninger om ÅOP som en oplysning om "prisen på penge". Således kan der tilsyneladende være et særligt behov for at styrke unges forståelse af, at kreditkøb typisk kan være en mindre økonomisk fordelagtig finansieringsform.

Kontantlån anses som mest besværligt

En anden konklusion, der kan drages på baggrund af Boks 4.1 er, at de unge i mindre omfang opfatter kontantlån som et forbrugslån, der er let og hurtigt at optage – set i forhold til kreditkøb. Således er 55 pct. er helt enige i at kreditkøb er let og hurtigt, mens 30 pct. er helt enige i at kontantlån er let og hurtigt. Samtidig er 47 pct. helt enige i, at kreditkøb var det mindst besværlige, mens 19 pct. er helt enige i, at kontantlån var det mindst besværlige.

De unge finder det således hurtigere og nemmere at oprette kreditkøb end kontantlån. Denne konklusion kan give stof til eftertanke set i lyset af, at de unge også ser kreditkøb som en af de billigste låneformer. Det peger det på, at der kan være behov for at styrke de unges adgang til sober og objektiv information, der hvor de unge handler. Dette kan ske ved, at låneudbyderne påtager sig et særligt ansvar for at sikre en sober markedsføring, hvor låntagerne på en lettilgængelig måde sikres kendskab til pris og vilkår for deres lån, før de indgår aftale. Og det kan ske ved, at der udarbejdes særlige retningslinjer for markedsføring af især kortfristede lån.

Kreditkort og kontokort oprettes af lyst snarere end af nød

Resultaterne i Boks 4.1 viser også, at unge typisk kun i mindre omfang opretter kreditkort og kontokort, fordi de har økonomisk behov for det. Det indikerer, at kreditkort og kontokort er mere lystdrevet end egentlig drevet af et reelt økonomisk behov.

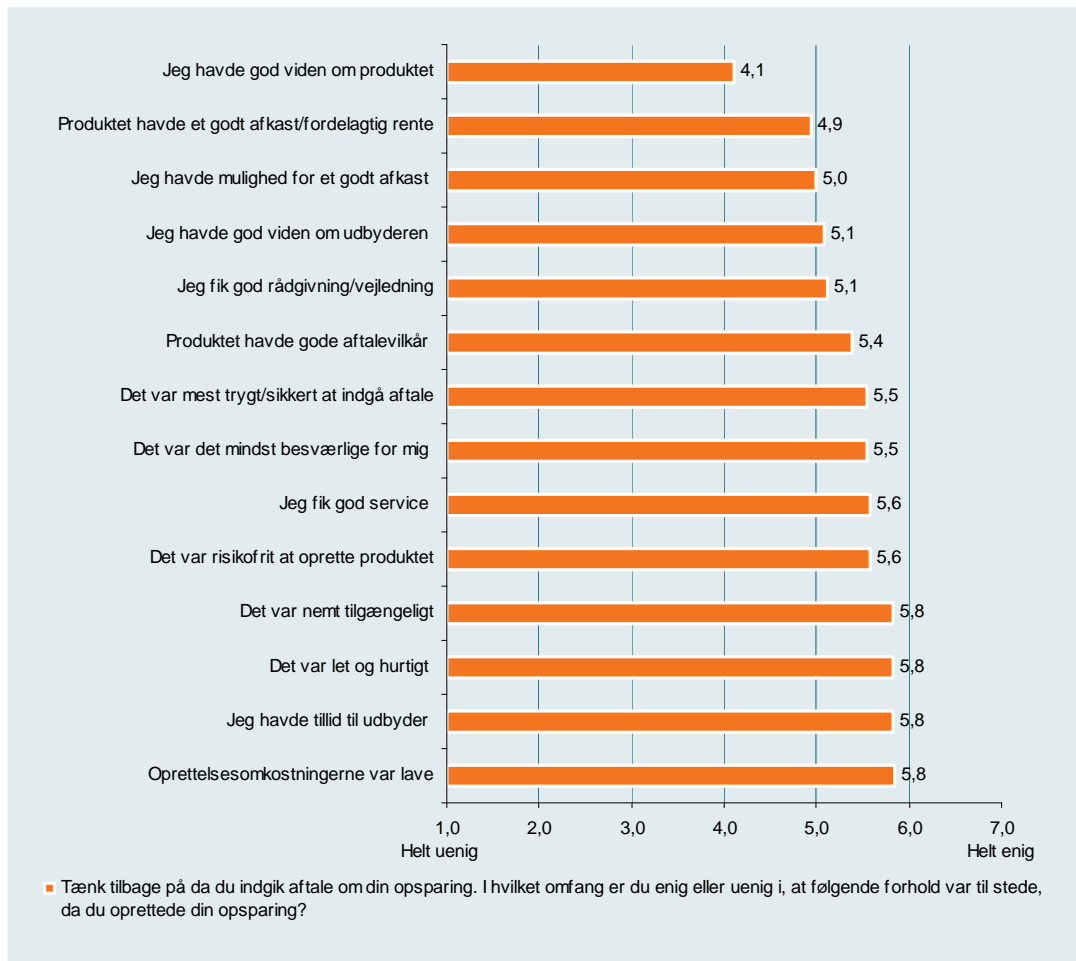
Set i lyset af denne konklusion kan det således være vanskeligt at komme igennem med budskaber, som sætter fokus på at gøre de unge kre-

dit- og kontokortindehavere opmærksomme på økonomiske vilkår ved disse låneformer. Udfordringen er, at et sådant budskab tilsyneladende kun har lille appel til målgruppen, idet det formentlig er lysten snarere end økonomien, der driver de unge til at få kreditkort og kontokort.

4.2 Opsparing – opfattelse af vilkår

De unge 18-25 årige opsparere er tillige blevet bedt om at vurdere, i hvor høj grad en række forhold var til stede, da de oprettede deres opsparing. Det drejer sig om forhold som bl.a. tillid, service, tryghed, godt afkast og at det var nemt og hurtigt (Figur 4.2).

Figur 4.2 Forhold der var til stede ved de unges oprettelse af opsparing



Anm.: N=1126 (opsparere)

Som det fremgår af Figur 4.2 er opsparerne gennemsnitligt mere enige end uenige i, at de enkelte forhold var til stede, da de oprettede deres opsparing. Særligt angiver de unge, at forhold som lave oprettelsesom-

kostninger, nem tilgængelighed, tillid til udbyder samt at det var let og hurtigt, var til stede, da de oprettede deres opsparing. Ligesom på låneområdet indikerer resultaterne således, at især tilliden og adgangsmulighederne (let/tilgængeligt) er relativt tilfredsstillende, når det drejer sig om opsparingsprodukter samlet set.

Figur 4.2 viser imidlertid også, at de unge gennemsnitligt er mindst enige i, at de havde god viden om opsparingsproduktet og i, at de fik en økonomisk fordelagtig opsparingsordning.

Ovenstående peger på, at det også på opsparingsområdet – ligesom på låneområdet - især halter med de unges viden. For opsparing er det således også især på vidensområdet, at der kan være behov for en indsats. Samtidig viser resultaterne, at de unge generelt synes, at deres opsparingsrenter og afkast ikke er så høje, som de kunne have ønsket. Det viser, at de unge tilsyneladende ikke ligeglade med, hvorvidt de får gode afkast/gode renter. Dette understøtter, at indsatser, som fokuserer på omkostninger ved forskellige låne- og opsparingsformer, kan forventes at appellere til de unge.

Resultaterne om de unges opfattelse af vilkår for opsparing indikerer således, at der kan være behov for indsatser, som forøger de unges viden om opsparinger og derigennem øger deres forståelse for, at de har muligheder for at få bedre afkast og rente, hvis de undersøger markedet.

Opsparing – vilkår fordelt på opsparingstyper

De unge vurderer generelt, at nogle forhold i markant højere grad er til stede for nogle produkttyper end for andre. Boks 4.2 nedenfor viser for hvilke opsparingsprodukter de unge vurderer, at de forskellige forhold er til stede hhv. i stort omfang og i mindre omfang.

Boks 4.2 Unges syn på forhold ved deres opsparing

	Tilstede i større omfang	Til stede i mindre omfang
Let/hurtigt/mindst besværligt	Pensionsopsparing, bankkonto	Aktier
Nemt tilgængeligt	Bankkonto	Aktier
Lave oprettelsesomkostninger Godt afkast/fordelagtig rente	Bankkonto Investeringsbeviser	Aktier -
Trygt/sikkert Det var risikofrit	Investeringsbeviser -	Aktier Investeringsbeviser - aktier
Tillid God service God rådgivning/vejledning	Investeringsbeviser - Investeringsbeviser, obligationer	Pensionsopsparing Pensionsopsparing Pensionsopsparing
God viden om udbyderen God viden om produktet	Investeringsbeviser -	Pensionsopsparing Pensionsopsparing

Boks 4.2 viser, at de unge – når de forskellige opsparingsformer efterfølgende sammenlignes relativt - generelt mener, at deres pensionsopsparing og bankkonto var de letteste, hurtigste og mindst besværlige at oprette¹⁴ set i forhold til aktier, som vurderes at være mest besværlige. Samtidig viser Boks 4.2, at unge med investeringsbeviser vurderer "tryghed" og "tillid" i den bedre ende, mens unge pensionsopsparende derimod vurderer pensionsopsparing til at komme dårligere ud på disse aspekter.

Resultaterne i Boks 4.2 kan overordnet set samles i to hovedkonklusioner, som kan give anledning til eventuelle indsatser. Den ene – og mest udtalte - er, at vilkårene på pensionsområdet ifølge de unge halter. Den anden, mindre konklusion er, at de unge tilsyneladende synes, at aktier relativt set er besværlige at købe.

Pensionsområdet halter

De unge angiver i vidt omfang, at deres viden om både pensionsproduktet og -udbyderen halter i forhold til deres viden om øvrige opsparingsprodukter. Samtidig angiver unge i størst omfang, at tillid, service og rådgivning halter for netop pensionsprodukter i sammenligning med an-

¹⁴ Dette kan hænge sammen med, at de unge som har en pensionsopsparing typisk har en arbejdsmarkeds-pensionsopsparing, hvor ordningen er defineret på forhånd.

dre opsparingsprodukter. I den sammenhæng kan det have betydning, at pensionsprodukter er produkter, som især for den yngre del af befolkningen har en særlig lang tidshorisont. Og det kan have betydning, at langt hovedparten af unge pensionsopsparere har obligatoriske arbejdsmarkedspensionsordninger, hvor valgfriheden er begrænset. Imidlertid kan det også indikere, at der på pensionsområdet kan være et særligt behov for at styrke service, rådgivning og vejledning overfor unge og samtidig øge de unges viden om pensionsudbydere og produkter (se også afsnit 6).

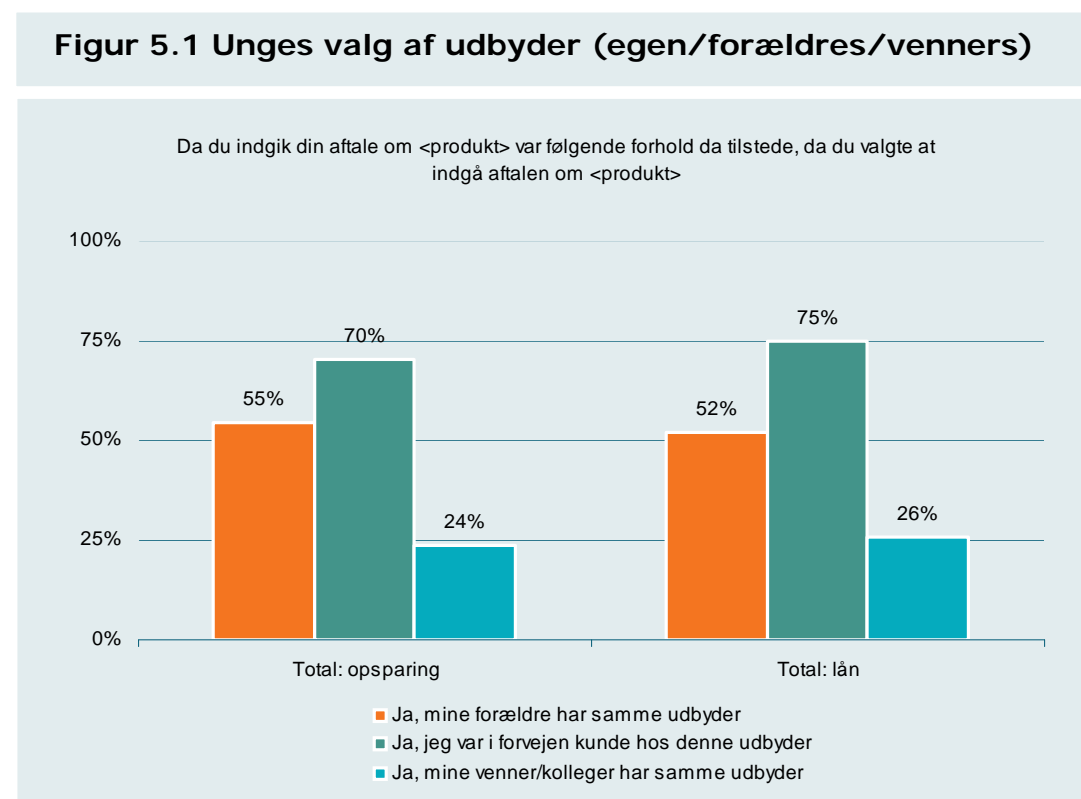
Aktier er relativt set besværlige at købe

Unge aktiekøbere angiver i størst omfang, at aktier ikke er så lette, hurtige og tilgængelige at oprette som f.eks. at oprette en bankkonto. Samtidig anser de unge aktiekøbere det for mere besværligt at købe aktier end at oprette bankkonto. Dette skal naturligvis ses med baggrund i, at man ved aktiekøb og ved oprettelse af bankkonto skal igennem to ganske forskelligartede processer. Men det kan også være en indikator på, at de unge enten ikke kender til de elektroniske muligheder for aktiekøb eller ikke vurderer brugervenligheden af de elektroniske muligheder for aktiekøb særligt højt.

5 Forbrugeradfærd ved valg af udbyder

5.1 Omfanget af valg af kendt udbyder

Unge forbrugeradfærd, når det drejer sig om forbrugslån og opsparing, er i et vist omfang præget af, at unge vælger en udbyder, som de på en eller anden måde kender eller har hørt om i deres sociale omgangskredse (jf. Figur 5.1).



Anm.: N=1126 (opsparere), N= 720 (låntagere)

Det er således de færreste unge, som går nye veje, og vælger en ny udbyder, som hverken de, forældrene eller vennerne kender. 70 pct. af opsparerne og 75 pct. af låntagerne vælger at oprette deres opsparing/lån hos en udbyder, som de er kunde hos i forvejen. Ca. halvdelen af de unge vælger samme udbyder som deres forældre, mens hver fjerde af de unge angiver, at de har valgt samme udbyder, som venner/kolleger.

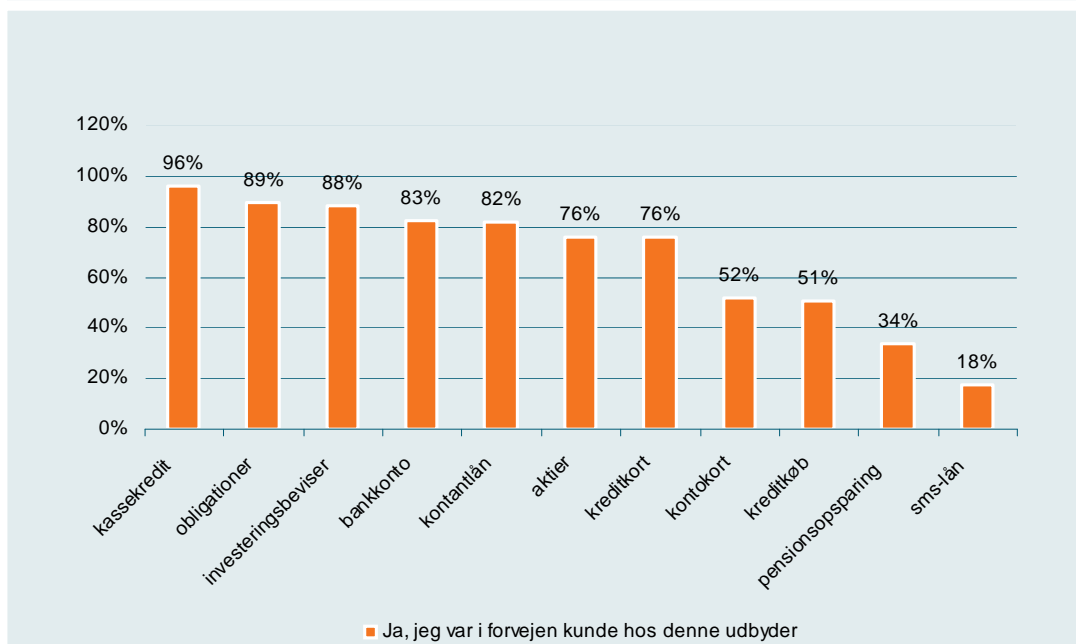
Endvidere viser det sig, at det for nogle låne- og opsparingsformer er mere typisk at vælge en kendt udbyder eller lytte til vennernes anbefaling end for andre låne- og opsparingsformer.

F.eks. viser undersøgelsen, at unge som opretter kreditkøb og kontokort, er mere tilbøjelige til at vælge ligesom venner og kolleger end unge, som

opretter andre produkter. Det tyder på, at venner/kolleger har større indflydelse på valget af låneudbyder, når der er tale om finansieringsselskaber, end når der er tale om pengeinstitutter. Det peger på, at f.eks. gode råd om omkostninger ved kreditkøb og kontokort med fordel kan formidles til de unge som gruppe og ikke kun til de unge som individer. Indsætter vil således kunne formidles via en metode som f.eks. viral markedsføring. Viral markedsføring dækker over en metode til informationsformidling, hvor der udarbejdes f.eks. en sjov og informativ film om låneomkostninger, som er så sjov og/eller interessant, at de unge selv får lyst til at sende linket til filmen videre til vennerne.

Samtidig viser undersøgelsen, at unge som opretter produkter i et pengeinstitut er mere tilbøjelige til at vælge en udbyder, som de i forvejen er kunde hos, end unge som opretter f.eks. kreditkøb og kontokort. Det fremgår bl.a. af Figur 5.2. Figur 5.2 viser tilbøjeligheden til at vælge en udbyder, de unge i forvejen anvender – fordelt alt efter, hvilken låne- og/eller opsparingstype, de unge har oprettet.

Figur 5.2 Andel unge, som har valgt en udbyder, de i forvejen var kunde hos



Anm.: N=1126 (opsparere), N= 720 (låntagere)

Som det fremgår af Figur 5.2 er det særligt unge, som har oprettet en kassekredit, der har valgt en udbyder, de i forvejen var kunde hos. Således har 96 pct. af de unge med kassekredit valgt en kendt udbyder. Obligationer, investeringsbeviser, bankkonto og kontantlån er de produktty-

per, hvor unge har næststørst tilbøjelighed til at vælge en udbyder, de bruger i forvejen. Her har ca. 8 ud af 10 af de unge valgt en udbyder, de i forvejen er kunde hos.

De produkter, hvor de unge i særlig grad vælger en kendt udbyder, er således især de låne- og opsparingsprodukter, som udbydes af pengeinstitutter. Således har de unge i særlig grad en begrænset mobilitet, når det drejer sig om låne- eller opsparingsprodukter, som kan oprettes i pengeinstitutter. Her skifter unge kun i mindre grad til en ny udbyder, når de skal købe et nyt produkt, men vælger typisk egen - eller alternativt familiens udbyder.

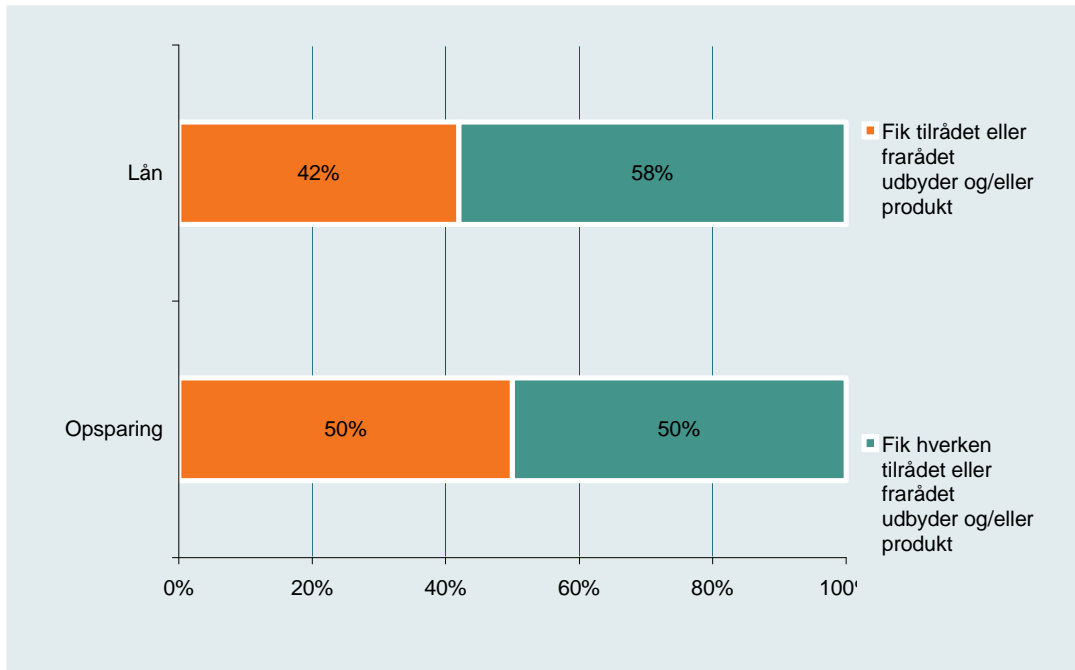
De unge har lidt større tilbøjelighed til at vælge en udbyder, de ikke kender, når de f.eks. køber på kredit eller opretter aftaler om kontokort. Her er det – jf. Figur 5.2 - ca. hver anden ung, der vælger en udbyder, de har i forvejen. Det peger på, at mobiliteten, når det drejer sig om produkter, der udbydes af finansieringsselskaber, er større end på pengeinstitutområdet, men at mobiliteten stadig ikke er i top, idet op mod halvdelen holder sig til samme udbyder.

Disse resultater tyder på, at især de unge pengeinstitutkunder sætter sig i en situation, hvor de risikerer at få mindre fordelagtige låne- og opsparingsvilkår, end de kunne have fået, hvis de havde undersøgt alternativerne hos andre pengeinstitutter. Og det peger på, at hver anden ung kunde hos finansieringsselskaber risikerer at indgå en aftale, som de kunne have fået mere fordelagtig andetsteds. Der kan således være et behov for tiltag, som fremmer mobiliteten internt mellem pengeinstitutter og som fremmer mobiliteten internt mellem finansieringsselskaber. Det kan f.eks. ske via tiltag, som fremmer adgangen til sammenlignelig information om, hvilke muligheder, de unge har for at få en gunstigere aftale, hvis de ser sig for.

5.2 Anbefalinger af lånetyper og opsparing

Undersøgelsen viser, at 42 pct. af de unge har modtaget råd fra venner, kolleger og/eller familie om valg af udbyder og/eller lånetype, mens 50 pct. har modtaget råd fra venner, kolleger og/eller familie om valg af udbyder og/eller opsparingstype i forbindelse med deres valg af opsparing eller lån (jf. Figur 5.3).

Figur 5.3 Til- eller frarådning af udbyder/produkt



Anm.: N=1126 (opsparere), N= 720 (låntagere)

Dermed har hovedparten af de unge låntagere (58 pct.) og halvdelen af opsparere (50 pct.), ikke rådført sig før de oprettede deres forbrugslån eller deres opsparing. Således er det hver anden af de unge, som ikke søger rådgivning før de optager lån.

Dette er tankevækkende set i lyset af undersøgelsens andre resultater, som viser, at det halter med de unges viden om finansielle spørgsmål, ligesom de unge selv angiver, at de synes finansielle spørgsmål er relativt svære at gennemskue. Årsagen til, at halvdelen af de unge ikke søger rådgivning skyldes derfor formodentlig ikke, at de unge fravælger rådgivningen, fordi de allerede har god viden. Årsagen kan nok snarere søges i, at de unge synes, at rådgivningsmulighederne er for uoverskuelige eller i, at de ikke ved, hvor de kan få klar og tydelig objektiv rådgivning.

Dermed understreger undersøgelsesresultaterne, at der kan være behov for tiltag, som giver de unge bedre adgang til objektiv rådgivning om låntagning og dermed muliggør et bedre overblik over forskellene imellem de forskellige lånemuligheder.

Undersøgelsen viser endvidere, at - hvis der alene ses på den gruppe unge, som har modtaget rådgivning – så følger størstedelen de anbefalinger, som de modtager fra deres forældre. 2 ud af 3 af opsparerne i denne

gruppe har fået opsparingen anbefalet af forældrene. Og knap halvdelen af låntagerne i gruppen har fået det valgte forbrugslån anbefalet af deres forældre. Vennerne er den gruppe som i næsthøjst grad – lige efter forældrene - står for anbefalingerne til de unge.

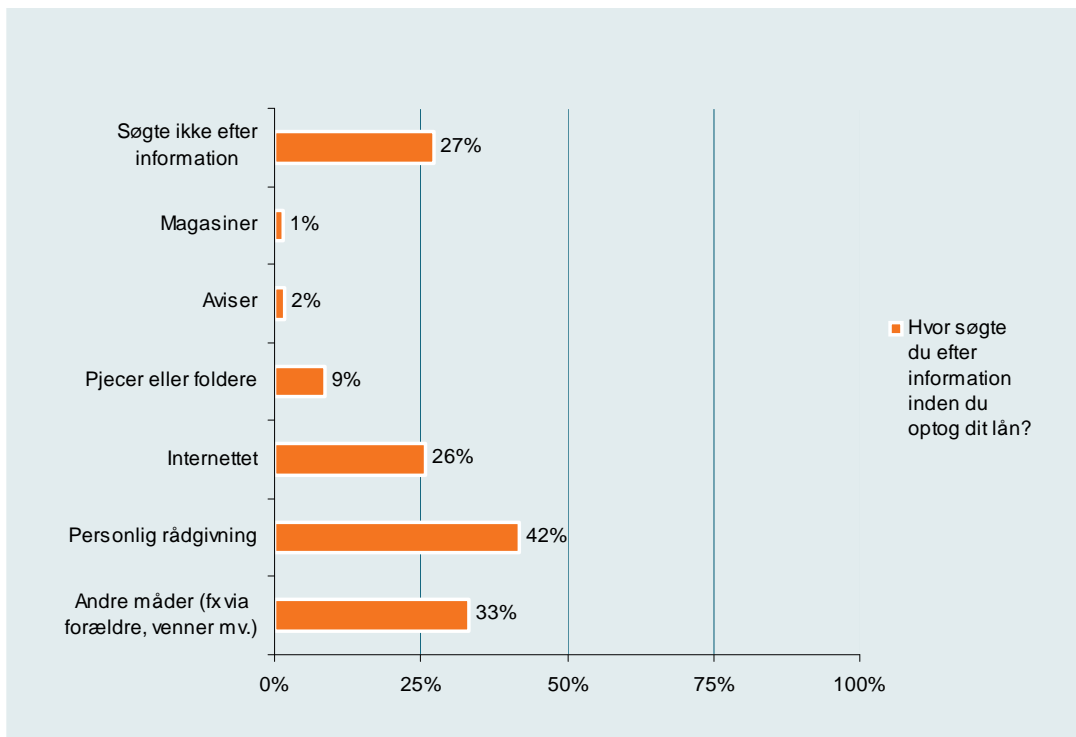
Som forbrugslån vælger vennerne oftere at anbefale kassekredit end nogen af de øvrige forbrugslånetyper. Og hvad angår opsparing anbefaler forældrene typisk opsparing i form af obligationer eller pensionsopsparing frem for de øvrige opsparingstyper. Således har især unge med aktier markant sjældnere fået anbefalet opsparingsformen af forældrene, end de, der har øvrige opsparingsformer. Det peger på, at unge typisk, men ikke nødvendigvis, vælger at følge de anbefalinger, som de har fået fra deres forældre.

Ovenstående tyder på, at en del unge træffer selvstændige valg, selvom de bliver mødt med anbefalinger. Dette understreger vigtigheden af, at de unge også har den nødvendige viden om risici og omkostninger, når der skal foretages investeringer, spares op og lånes penge. Mere information og øget viden vil kunne give de unge bedre betingelser for i højere grad at træffe velovervejede selvstændige valg omkring deres økonomi.

5.3 Søgning af information og andre lånetilbud

Omfanget af informationssøgning før låntagning

Undersøgelsen har også rettet fokus på de unges informationssøgning før låntagning. Figur 5.4 viser omfanget af informationssøgning blandt de unge, før de optager lån.

Figur 5.4 Unges informationssøgning før de opretter forbrugslån

Anm.: N= 720 (låntagere)

73 pct. svarer bekræftende på, at de søgte information, inden de optog deres forbrugslån. Omvendt er der 27 pct., der ikke søgte nogen information, inden de optog deres lån.

Når hver tredje ung ikke søger information før der optages lån, tyder det på, at de unge enten ikke føler behov for rådgivning (fordi de anser at have tilstrækkelig viden selv); ikke interesserer sig for at søge rådgivning eller ikke kan overskue at søge information, fordi de føler, at det alligevel vil være alt for uigennemskueligt at forsøge at få større indblik i forskellene på de økonomiske omkostninger ved forskellige lånetyper.

Undersøgelsens andre resultater peger på, at årsagen til at hver tredje ikke søger information næppe er, at de unge føler, at de har tilstrækkelig viden om lån. Således viste undersøgelsens resultater i afsnit 4.1, at de unge kun i begrænset omfang er enige i, at de havde god viden om lånet.

Derimod taler undersøgelsens andre resultater for, at det i vidt omfang kan være en følelse af uigennemskuelighed, som afholder unge fra at søge information. Det illustreres af, at undersøgelsen viser, at 50 pct. af de unge opfatter låntagning som uigennemskueligt eller meget uigennem-

skueligt. Dette taler for, at fokus for eventuelle oplysningsindsatser med fordel kan være på at sikre en nem adgang til mere gennemskuelig og objektiv information, som gør det muligt for de unge på en let tilgængelig måde at sammenligne priser og vilkår for forskellige lånetyper.

Som det endvidere fremgår af Figur 5.4 er "personlig rådgivning"¹⁵ den informationskanal, som unge angiver, at de typisk anvender, hvis de søger information før de optager lån. Således har 42 pct. af alle låntagere angivet, at det har fået information via "personlig rådgivning", mens 33 pct. har angivet, at de har fået information via "andre måder – f.eks. via forældre eller venner".

Ser man bort fra de informationskanaler, som er forbundet med personlig kontakt, er internettet den mest hyppigt anvendte informationskanal. 26 pct. har søgt information på internettet. Internettet er dermed en langt mere anvendt informationskanal end f.eks. pjecer, foldere, aviser og magasiner.

De unge, som søgte information via internettet eller gennem personlig rådgivning, har typisk optaget lån via kreditkort, kreditkøb eller kontokort. Unge, som søger information om låntagning via internettet, optager således typisk økonomisk mindre fordelagtige lån. Dette peger på, at det pt. kan være vanskeligt for de unge at finde internetbaseret objektiv information, som gør det muligt for dem at opnå forståelse for, at andre låneformer kan være mere økonomisk fordelagtige.

Dette informationssøgningsmønster hos de unge peger på, at informationsindsatser med fordel kan tilrettelægges som internetbaseret information og/eller via brug af personlig kontakt, hvis de unge skal have bedre viden om og mere lettilgængelig adgang til information, som gør det muligt for dem at gennemskue de forskellige låneformer. Således kunne lettilgængelig internetbaseret oplysning om forskellene på forskellige lånetyper f.eks. kombineres med personlig kontakt til de unge f.eks. via uddannelsesinstitutionerne.

¹⁵ Svarkategorien "personlig rådgivning" er i dette spørgsmål i undersøgelsen anvendt som et bredt begreb. Svarkategorien kan således både dække over personlig rådgivning fra en kommerciel rådgiver (f.eks. en låneudbyder) og/eller personlig rådgivning fra en ikke kommerciel rådgiver.

5.4 Søgte efter andre lånetilbud

De unge er blevet spurgt, om de søgte efter andre lånetilbud inden de optog deres forbrugslån.

86 pct. af de unge, som har oprettet et forbrugslån, søgte ikke efter andre lånetilbud inden de optog deres lån. Det svarer til, at 86 pct. ikke udviser interesse for at finde et lån med de laveste omkostninger, men i højere grad vælger 'det første og det bedste' forbrugslån. Der er således alene 14 pct., som undersøger andre lånetilbud inden de optager lån. Dette kan ses i lyset af (jf. det tidligere afsnit 5.1 om mobilitet), at ca. 8 ud af 10 unge, som optager lån i et pengeinstitut, vælger den udbyder, som de anvender i forvejen.

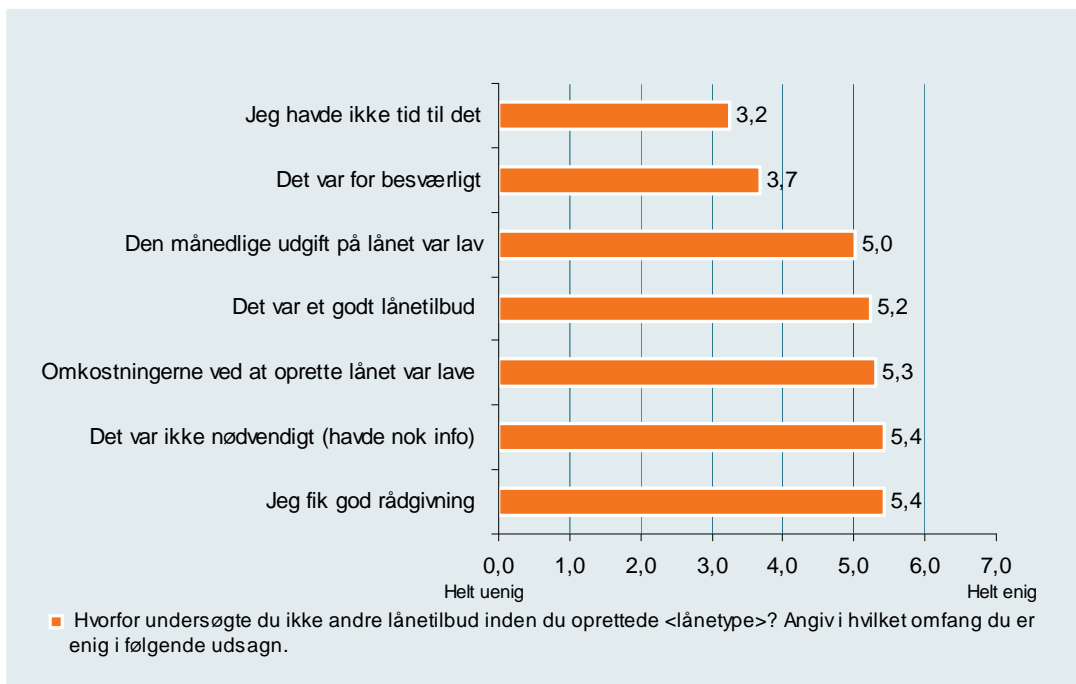
Disse tal indikerer, at årsagen til den relativt lave mobilitet kun i yderst begrænset omfang kan være, at de unge har valgt det vante pengeinstitut, fordi instituttet giver det økonomisk mest fordelagtige tilbud. Snarere kan årsagen til den relativt lave mobilitet i vidt omfang søges i, at de unge typisk slet ikke undersøger andre muligheder end deres vante udbyder, inden de optager lån. Dette kan have betydning for konkurrencen på området, som kan være negativt påvirket af, at de unge udviser en adfærd, hvor de i vidt omfang ikke bruger kræfter på at undersøge, hvilke tilbud de kunne få hos andre udbydere.

Ovenstående understreger, at der kan være behov for tiltag, således at de unge i større omfang bliver opmærksomme på, at der kan være økonomiske fordele ved at se sig for, inden man optager lån. Dette kunne f.eks. ske ved i højere grad at gøre de unge opmærksomme på, at de kan sammenligne priser på lån i pengeinstitutter på portalen www.pengepriser.dk.

Samtidig peger resultaterne på, at der er behov for tiltag, som kan fremme mobiliteten generelt set. Sidstnævnte kan f.eks. ske ved, at udbyderne forbedrer mulighederne for, at de unge, som ikke er kunder i instituttet, på en fleksibel og nem måde kan komme i kontakt med og indgå låneaftaler– f.eks. via øget brug af elektroniske kommunikationskanaler.

Årsager til ikke at søge andre lånetilbud

De unge, som ikke har undersøgt andre lånetilbud, er i undersøgelsen blevet spurgt om, hvorfor de ikke søgte andre lånetilbud. Figur 5.5 viser de unges grad af enighed i forskellige udsagn, som vedrører grunde til ikke at undersøge andre lånetilbud.

Figur 5.5 Unges begrundelser for ikke at undersøge andre lånetilbud

Anm.: N= 616 (Unge låntagere, som ikke undersøgte andre lånetilbud).

Anm.: De låntagere, som har svaret "Ved ikke" er frasorteret for hvert udsagn.

Figur 5.5 viser, at unge især ikke søger andre lånetilbud, fordi de synes de fik god rådgivning, og/eller at det var et godt lånetilbud med lave omkostninger. Tid og besvær er derimod mindre hyppige argumenter. Det kan vække stof til eftertanke, at låntagerne i vidt omfang er enige i, at de fik et godt lånetilbud med lave omkostninger og lavt oprettelsesgebyr, når det reelt er 33 pct. af de unge låntagere, som har oprettet et mindre økonomisk fordelagtigt lån. Det peger på, at en del unge mangler forståelse af de økonomiske vilkår for deres lån.

Boks 5.1 viser, hvilke forbrugerprofiler som typisk angiver de forskellige typer af begrundelser for ikke at søge andre lånetilbud.

Boks 5.1 Argumenter for ikke at søge efter andre lånetilbud – fordelt på produkt

<i>Argument for ikke at søge andre lånetilbud</i>	Typisk for denne lånetype
Jeg havde ikke tid til det	Kassekredit
Det var for besværligt	-
Det var ikke nødvendigt	-
Det var et godt lånetilbud	-
Jeg fik god rådgivning	Kreditkøb, kontantlån,
Den månedlige udgift på lånet var lav	Kreditkøb, kontokort,
Omkostningerne ved at oprette lånet var lave	Kreditkøb, kontokort

Boks 5.1 viser, at der er forskelle på, hvordan de unge begrundede, at de ikke undersøgte andre lånetilbud inden de optog deres forbrugslån. Således er der især forskelle alt efter lånetype.

For kreditkøb er begrundelsen på den manglende informationssøgning især, at de unge fik god rådgivning og at månedlige udgifter og oprettelsesomkostninger var lave. Begrundelsen om lave udgifter og oprettelsesomkostninger ses også typisk for kontokortindehavere.

Det er tankevækkende, at de unge langt hyppigere for kreditkøb og kontokort end for andre produkter angiver, at årsagen til at de ikke har søgt information er, at udgifter og oprettelsesomkostninger ved kreditkøbet og/eller kontokortet var lave. Dette er tankevækkende set i lyset af at omkostningerne (målt ved ÅOP) ved netop kreditkøb og kontokort relativt set typisk er højere end omkostningerne ved f.eks. kontantlån eller kassekredit.

Ovenstående peger på, at en del unge reelt enten slet ikke har viden om eller har en fejlagtig forståelse af de økonomiske vilkår for især kreditkøb og kontokort. Således kan undersøgelsens resultater give anledning til en anbefaling om, at der med fordel kan iværksættes tiltag, som sikrer bedre information til unge, og som gør det nemmere for de unge at få over-

blik over omkostningerne ved hhv. kreditkøb og kontokort – f.eks. sammenlignet med omkostningerne ved andre låneformer.

Derudover er der forskelle på, hvilke grunde mænd og kvinder giver, når det drejer sig om, hvorfor de ikke undersøgte andre lånetilbud inden de optog deres forbrugslån.

Kvinder angiver i højere grad end mænd manglende tid samt det besværlige i at undersøge andre lånetilbud som årsag til ikke at indhente andre tilbud. Kvinder lader sig tilsyneladende lettere end mænd overtale til at optage det første det bedste forbrugslån, når blot det er nemt og tidsbesparende at optage.

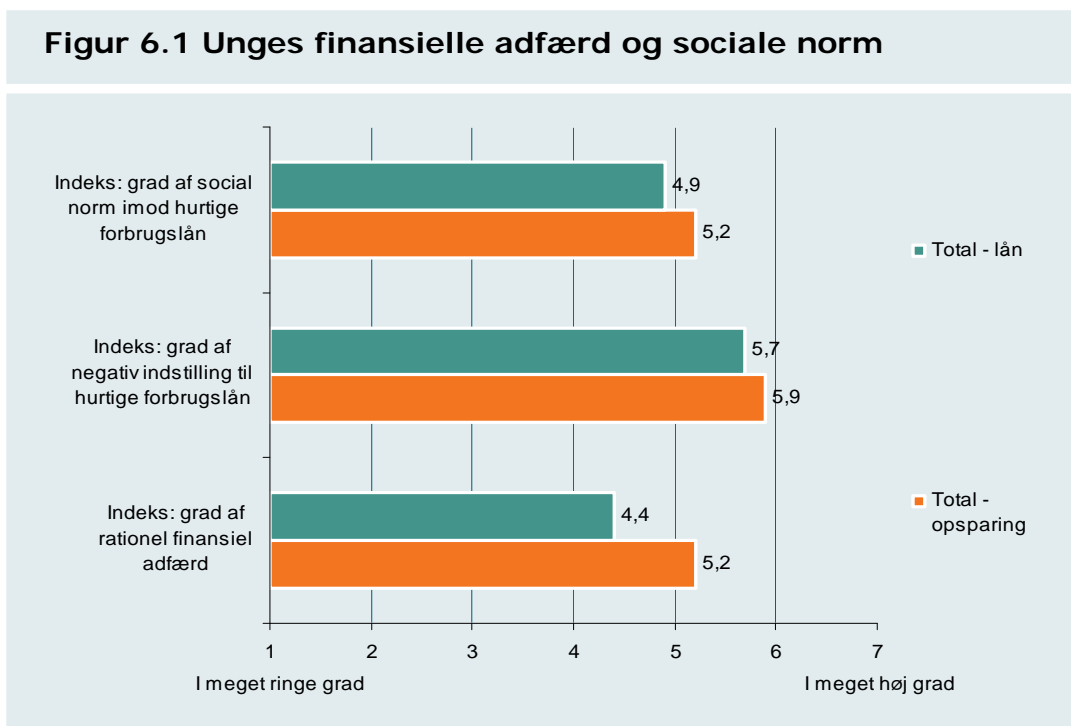
De unge mænd angiver derimod typisk, at de ikke har søgt andre lånetilbud, fordi det ikke var nødvendigt (de havde nok information i forvejen). Det peger på, at unge mænd enten har større viden end unge kvinder, har større selvtillid eller er mere tilbageholdende med at afsløre deres begrænsede viden.

Samtidig angiver de unge mænd i størst omfang, at de ikke søgte andre lånetilbud, fordi det var et godt lånetilbud, eller fordi udgiften/oprettelsesomkostningerne på lånet var lave. Således optager mænd tilsyneladende i størst omfang "det første det bedste forbrugslån", fordi lånet enten er - eller fordi de unge mænd tror, at lånet er - økonomisk fordelagtigt. Kvinder optager derimod i højere grad "det første det bedste forbrugslån", fordi det er lettest. Disse resultater kunne tyde på, at det i høj grad er mændene, der kan drage fordel af en indsats, som fokuserer på at gøre det klarere, hvilke lånetyper, der er økonomisk mest fordelagtige.

6 Unges generelle opfattelse af lån og opsparing

6.1 Finansiell adfærd, økonomisk indstilling og social norm

På baggrund af undersøgelsen er der konstrueret tre indeks for hhv. finansiell adfærd, indstilling til hurtige forbrugslån og social norm. Resultaterne fra disse indeks ses af 6.1¹⁶, mens der er en beskrivelse af, hvordan disse indeks er konstrueret i det efterfølgende¹⁷.



Anm.: N= 686 (lån) og N=1092 (opsparing).

Anm.: "Ved-ikke" svar er generelt omkodet til gennemsnitsværdi. Dog er låntagere og opsparere med markant mange "ved ikke"-svar frasorteret.

¹⁶ De tre indeks er målt ved en række spørgsmål om de unges adfærd.

- *Indeks for finansiell adfærd* er målt ved i alt 6 spørgsmål som f.eks. går på, om de unge har haft penge nok, om de har købt på kredit og/eller om de har måttet nedsætte leveomkostninger.
- *Indeks for grad af negativ indstilling til hurtige forbrugslån* bygger på spørgsmål, hvor de unge har skullet svare på, i hvilket omfang de er enig i udsagn som "jeg kunne godt forestille mig at optage et hurtigt forbrugslån" og "det er ikke afskrækkende for mig at optage hurtige forbrugslån i fremtiden".
- *Indeks for grad af social norm imod hurtige forbrugslån* bygger på spørgsmål, hvor de unge har skullet svare på, i hvilket omfang de er enig i udsagn som "de fleste af mine venner og bekendte har prøvet at optage hurtige forbrugslån" og "at optage hurtige forbrugslån er bredt accepteret i min omgangskreds".

¹⁷ Se endvidere en mere uddybende oversigt over, hvordan disse indeks er konstrueret i afsnit 7.2, bilag 2.

Finansiell adfærd

Indekset for finansiell adfærd bygger på seks spørgsmål som f.eks. går på, om de unge har haft penge nok, om de har købt på kredit og/eller om de har måttet nedsætte leveomkostninger. De unge er blevet bedt om at vurdere, i hvilket omfang de er enige i udsagn som disse på en skala fra 1-7. Samlet set er resultaterne af de unges vurderinger blevet samlet i et indeks for finansiell adfærd.

Som det fremgår af Figur 6.1 udviser de unge samlet set en mere end middel rationel finansiell adfærd. Således får de på en indeksskala fra 1-7, hvor 7 indikerer en rationel finansiell adfærd, mens 1 indikerer en mindre rationel finansiell adfærd, gennemsnitsværdier, der overstiger middelværdien 4.

Indstilling til hurtige forbrugslån og social norm

Der er endvidere blevet konstrueret indeks, der på baggrund af en række spørgsmål om de unges holdning til hurtige forbrugslån, kan give en samlet indikator for, i hvilket omfang de unge har en indstilling, der går imod såkaldt hurtige forbrugslån.

Samtidig er der konstrueret et indeks, der viser, i hvilket omfang de unge færdes i et miljø kendetegnet ved en social norm, hvor det at tegne et hurtigt forbrugslån ikke udløser høj status. Dette er målt via spørgsmål, som går på, hvorvidt de unge synes, at det er socialt acceptabelt at optage hurtige forbrugslån.

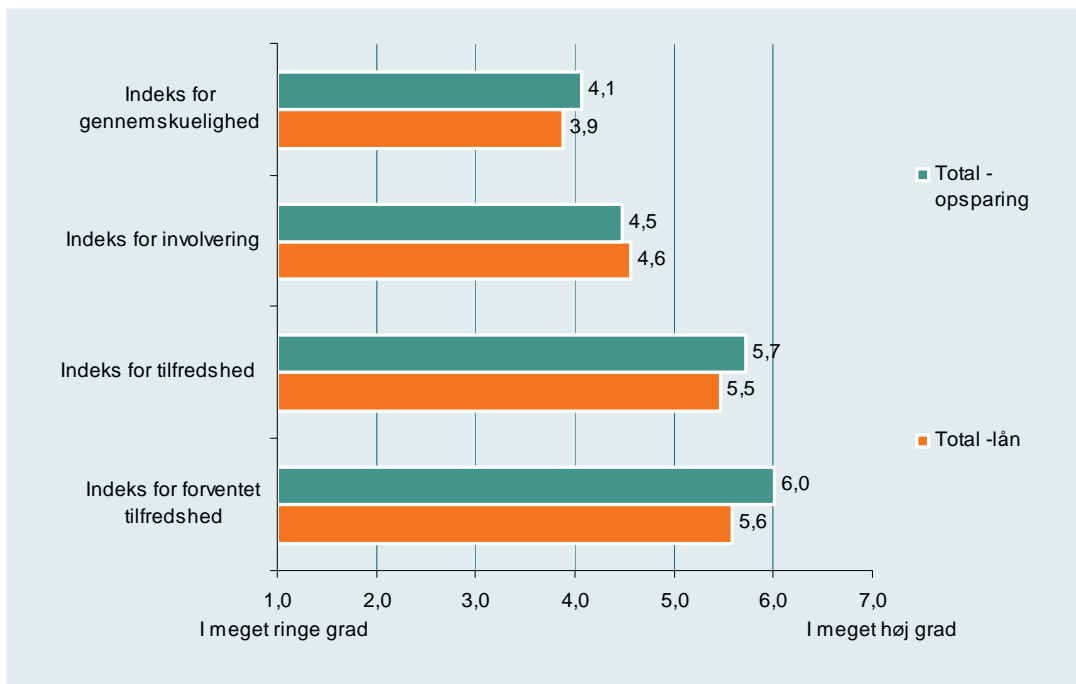
Figur 6.1 illustrerer, at de unge samlet set har en mere end middel fornuftig indstilling til hurtige forbrugslån og en social norm, der i overvejende grad går imod hurtige forbrugslån.

6.2 Gennemskuelighed, involvering og tilfredshed

På baggrund af en række spørgsmål om de unges syn på deres låne- og opsparingsprodukter er der i undersøgelsen konstrueret yderligere fire indekser. Det ene indeks måler i hvilket omfang de unge er i stand til at gennemskue forbrugslån og opsparing. Det andet måler, i hvilket omfang de unge involverer sig. De sidste to indekser måler de unges tilfredshed hhv. før og efter de indgik aftale.

Resultaterne af disse indeks for gennemskuelighed, involvering, forventet tilfredshed og tilfredshed er vist i Figur 6.2.¹⁸ En værdi på 7 i Figur 6.2 signalerer, at de unge i meget høj grad hhv. synes det er gennemskueligt, involverer sig og/eller er tilfreds, en værdi på 4 er neutral, mens en værdi på 1 indikerer, at de unge i meget ringe grad synes det er gennemskueligt, involverer sig og/eller er tilfreds.

Figur 6.2 Indeks for unges opfattelse af forbrugslån og opsparing



Anm.: N= 686 (lån) og N=1092 (opsparing).

Anm.: "Ved-ikke" svar er generelt omkodet til gennemsnitsværdi. Dog er låntagere og opsparere med markant mange "ved ikke"-svar frasorteret.

Gennemskuelighed

Gennemskuelighed er i undersøgelsen målt ved et indeks, som bl.a. består af spørgsmål som, hvorvidt de unge finder det kompliceret at vælge

¹⁸ Gennemskuelighed, involvering, tilfredshed og forventet tilfredshed er i undersøgelsen målt ved en række spørgsmål om de unges syn på deres låne- og opsparingsprodukter.

- *Gennemskuelighed* er bl.a. målt ved spørgsmål som, hvorvidt de unge finder det kompliceret at vælge et lån/opsparing, om de er usikre på hvad de skal se på for at vurdere om et lån/opsparing er god eller dårlig,
- *Involvering* er bl.a. målt ved spørgsmål om den information som de unge modtager fra deres udbyder interesserer dem og om den information de unge modtager fra deres udbyder er vigtig for dem.
- *Tilfredshed* er bl.a. målt ved spørgsmål om de unge generelt er glad for deres lån/opsparing,
- *Forventet tilfredshed* er bl.a. målt ved spørgsmål om de unge før de indgik aftalen om lånet/opsparingen forventede at blive tilfreds med aftalen.

For yderligere information, om hvordan disse indeks er konstrueret – se afsnit 7.2, bilag 2.

et lån/opsparing og om de er usikre på, hvad de skal se på for at vurdere om et lån/opsparing er god eller dårlig.

Resultaterne af dette indeks viser, at de unge generelt synes (jf. Figur 6.2), at forbrugslåntagning er lidt mere kompleks end det er gennemskueligt. Gennemskuelighed får her en vurdering på 3,9 på en skala fra 1 til 7, hvor 7 er meget gennemskueligt, og 1 er meget uigennemskueligt. Omregnes disse indekxsværdier til procenttal er det i alt 50 pct. af de unge, som opfatter låntagning som uigennemskueligt eller meget uigennemskueligt.

Figur 6.2 viser endvidere, at det til dels også halter med gennemskueligheden på opsparingsområdet. De unge giver deres opsparingsprodukt en vurdering lidt over middel (4,1) for så vidt angår gennemskuelighed.

Det peger på, at der kan være behov for at gøre en indsats for at styrke især gennemskueligheden, så opsparing og låntagning kan blive opfattet som mindre komplekst end det er tilfældet pt.

Involvering

Involvering er i undersøgelsen målt ved spørgsmål som bl.a. drejer sig om, om de unge udviser interesse for lån og opsparing og om de synes det er relevant. De unges svar på spørgsmål som disse viser, at de unges involvering ligger en lille smule over middel (jf. Figur 6.2).

Det illustrerer, at det hos de unge ikke er høj prioritet at involvere sig aktivt i finansielle spørgsmål. Og det illustrerer, at der kan være behov for at øge de unges involvering, hvis de unge i højere grad skal blive i stand til at gennemskue finansielle spørgsmål.

Tilfredshed og forventet tilfredshed

Indekset for tilfredshed viser, at de unge generelt (jf. Figur 6.2) er mere tilfredse end utilfredse med forbrugslåne- og opsparingsprodukter, og de oplevelser de har haft hermed.

Samtidig viser indekset for forventet tilfredshed at de unge gennemgående har positive forventninger til deres tilfredshed med forbrugslånet eller opsparingen. Imidlertid er de unges forventede tilfredshed lidt højere end den erfarede tilfredshed både i forhold til deres forbrugslån og opsparing, hvilket tyder på, at de unges forventninger ikke helt indfries til fulde.

En del unge må således antages at have bristede forventninger, hvilket indikerer, at de unge ikke helt har den positive oplevelse med kontakten

til og kundeforholdet til de finansielle virksomheder, som de unge havde regnet med. Der kan således være plads til forbedringer her, så de finansielle virksomheder i højere grad yder en betjening, en service og giver nogle vilkår, som matcher de unges forventninger til virksomhederne.

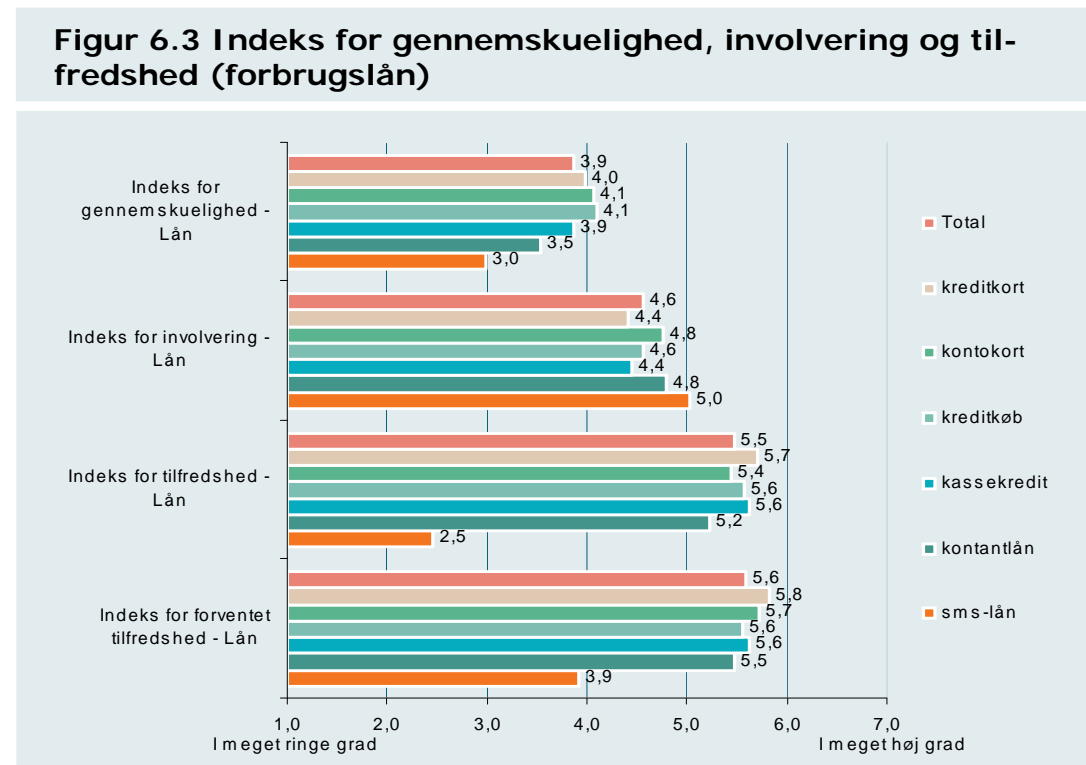
Opfattelserne - fordelt på baggrundsvariable

Unge mænd synes i højere grad end kvinder, at låntagning er gennemskueligt. Dette kan enten dække over, at mænd bruger større kræfter på at sætte sig i forhold vedr. låntagning, eller at mænd er mindre tilbøjelige end kvinder til at indrømme, at der er noget, de har svært ved at gennemskue.

Kvinder er imidlertid både mest tilfredse med deres låneprodukt og oplevelserne hermed og har forud for låntagningen den største forventning om at blive tilfredse.

Opfattelser af lån - fordelt på produkter

Der er visse forskelle på de unges involvering, tilfredshed og opfattelse af gennemskuelighed alt efter, hvilket låneprodukt de unge har indgået aftale om. Dette illustreres af Figur 6.3.



Anm.: N= 686 (lån) og N=1092 (opsparing).

Anm.: "Ved-ikke" svar er generelt omkodet til gennemsnitsværdi. Dog er låntagere og opsparere med markant mange "ved ikke"-svar frasorteret.

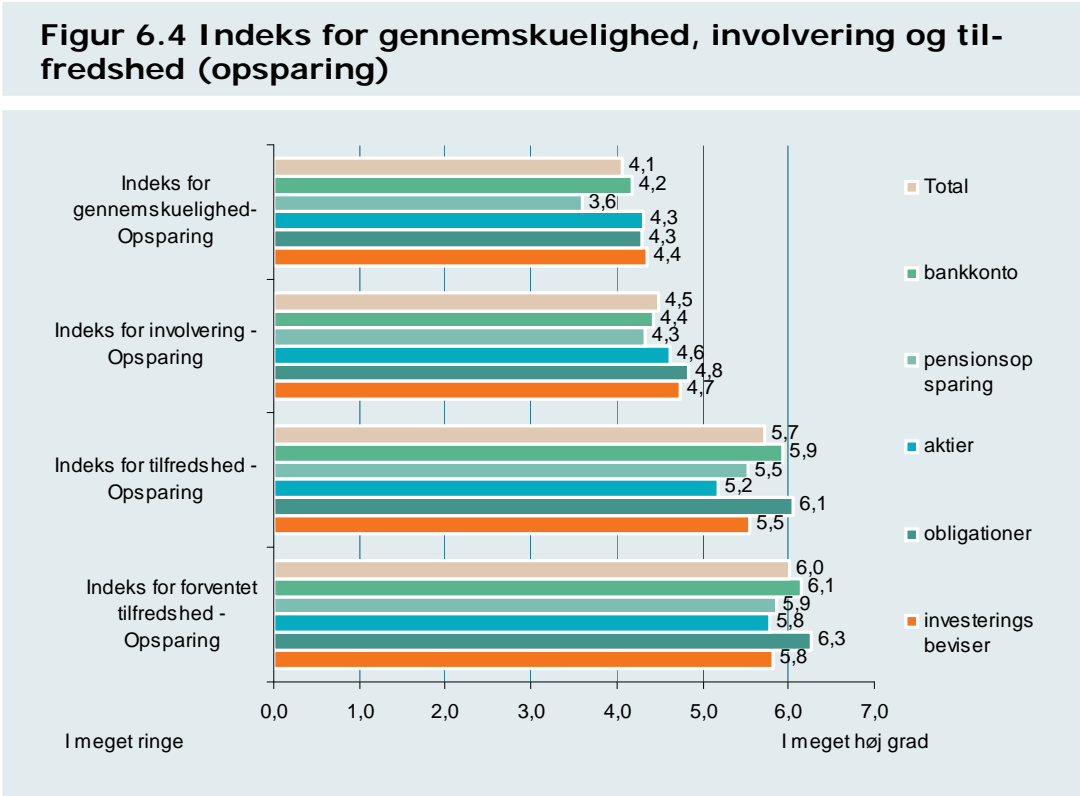
Unge 18-25 årige opfatter generelt kredittkøb som betydeligt mere gennemskueligt end kontantlån. Således bliver kredittkøb på en skala fra 1 til 7 vurderet til 4,1, mens kontantlån vurderes til 3,5. Dette kunne tyde på, at de unge relativt set har lettere ved at forholde sig til månedlige udgifter ved et kredittkøb end til renteudgifter og gebyrer for et kontantlån. Dette peger på, at der kan være behov for indsatser, som kan gøre det lettere for de unge at gennemskue forskellene på omkostningerne for hhv. kontantlån og kredittkøb.

Størst tilfredshed med lokale pengeinstitutter

Undersøgelsen viser endvidere, at tilfredsheden og den forventede tilfredshed er større hos de unge, som har optaget kontantlån indenfor de seneste 2 år, hvis de har indgået aftalen om kontantlånet hos et lokalt pengeinstitut, end hvis de har indgået aftalen om kontantlånet hos et landsdækkende pengeinstitut.

Opfattelser af opsparing – fordelt på produkter

Hvad angår de forskellige opsparingsprodukter er der, jf. Figur 6.4, generelt ikke store forskelle på, hvor gennemskuelige de forskellige produkter opfattes. Dog opfattes pensionsopsparing som det mindst gennemskuelige. Når pensionsopsparing opfattes som det mindst gennemskuelige kan det til dels skyldes, at pensionsprodukter i videre omfang end andre opsparingsprodukter er kendetegnet ved en relativt lang tidshorisont samt at pensionsprodukter typisk oprettes som led i en obligatorisk arbejdsmarkedspension, hvor de unge typisk ikke er aktivt involveret i valget af ordning. Imidlertid indikerer de unges relativt store besvær med at gennemskue pensionsprodukter, at der kan være behov for at gøre det nemmere at gennemskue pensionsområdet.



Anm.: N= 1092 (opsparing).

Anm.: "Ved-ikke" svar er generelt omkodet til gennemsnitsværdi. Dog er låntagere og opsparere med markant mange "ved ikke"-svar frasorteret.

Unge, som køber obligationer eller opretter en bankkonto, har før købet en større forventning om at de bliver tilfredse sammenlignet med andre unge, og efterfølgende er de tillige mere tilfredse end unge med øvrige opsparingsformer som f.eks. investeringsbeviser, aktier og pensionsopsparing. Unge er således mest tilfredse med produkter, som giver sikker rentegevinst, og hvor risikoen for tab er lav. Derimod er unge mindst tilfredse med produkter, hvor investeringer er forbundet med en større risiko.¹⁹ Dette peger på vigtigheden af, at unge er opmærksomme på risici ved forskellige opsparingsprodukter.

¹⁹ Her tænkes navnlig på aktier og investeringsbeviser.

6.3 Faktorer der har betydning for tilfredshed med lån/opsparing

Der kan identificeres tre faktorer, som har positiv betydning for de unges forventede og erfarede tilfredshed²⁰:

- Service, viden og rådgivning
- Tilgængelighed
- Lave omkostninger (forbrugslån)/ Højt afkast (opsparing)

Forbrugslån

Især 'service, viden og rådgivning' (og i mindre omfang 'tilgængelighed' og 'lave omkostninger') har positiv betydning for unges forventede tilfredshed med deres forbrugslån. Derimod har især 'lave omkostninger' og 'service, viden og rådgivning' (og i mindre omfang tilgængelighed) betydning for den erfarede tilfredshed med forbrugslånet.

Tilgængelighed kan således bedst forklare den forventede tilfredshed med forbrugslån, mens lave omkostninger bedst forklarer den reelle (erfarede) tilfredshed med forbrugslån.

Opsparing

Især 'tilgængelighed' har betydning for de unges forventede og erfarede tilfredshed med deres opsparing. 'Højt afkast' har derimod mindst betydning for både den forventede tilfredshed og den erfarede tilfredshed.

Sammenhænge mellem involvering, gennemskuelighed, tilfredshed og finansiel adfærd

Det viser sig, at hvis de unges involvering i deres låntagning eller opsparing øges, vil dette kunne øge gennemskueligheden (nedbringe den opfattede kompleksitet) i forhold til forbrugslån/opsparing generelt.²¹ En forøgelse af gennemskueligheden i forhold til både forbrugslån og opsparing vil samtidig have en positiv effekt på unges finansielle adfærd.

Desuden viser det sig, at unge, som er involveret i deres forbrugslån/opsparing, er mere tilfredse med forbrugslånet/opsparingen end mindre involverede unge. Derudover viser resultaterne, at jo mere gennemskuelig de unge opfatter forbrugslån/opsparing, jo mere tilfredse er de med deres nuværende forbrugslån/opsparing.

²⁰ Resultaterne er baseret på eksplorativ faktoranalyse og multiple regressionsanalyser.

²¹ Estimeringen af en strukturel ligningsmodel (Lisrel) er baggrunden for de identificerede sammenhænge.

I forhold til mænd og kvinder viser undersøgelsen, at en forøgelse af gennemskueligheden i forhold til forbrugslån, vil have en større positiv virkning på den finansielle adfærd for mænd end for kvinder. Desuden vil en forøgelse af gennemskueligheden i forhold til forbrugslån, have en større positiv virkning på tilfredsheden med låntagningen for mænd end for kvinder.

7 Bilag

7.1 Bilag 1 - Metode

I dette bilag beskrives den grundlæggende metode for undersøgelsen og de analyser, der er foretaget af undersøgelsens resultater. Først beskrives dataindsamlingen og den anvendte metode i denne forbindelse²². Dernæst følger en kort metodisk gennemgang af de anvendte metoder i forbindelse med dataanalyserne.

Dataindsamlingen

Undersøgelsen af unges forbrugslån og opsparing er baseret på en spørgeskemaundersøgelse foretaget på vegne af Penge- og Pensionspanelet af TNS Gallup. Undersøgelsen er blevet gennemført på internettet via Gallups internetpanel Gallup@Forum.

Målgruppen for undersøgelsen var unge mellem 18-25 år, som indenfor de seneste 2 år enten har oprettet en opsparing eller et forbrugslån. Med forbrugslån menes lån eller kredit, som er oprettet med henblik på forbrug, køb af rejser eller køb af varer som eksempelvis bil, møbler, elektronik mv. SU-lån og boliglån indgår således ikke i undersøgelsen som forbrugslån. Med opsparing menes eksempelvis en opsparingskonto eller en pensionsordning. Opsparing i form af friværdi i egen bolig indgår således ikke i undersøgelsen som opsparing.

Respondenter, som ikke har kunnet opfylde denne betingelse er derfor blevet sorteret fra i den indledende screeningsfase. I undersøgelsen har i alt deltaget 1274 unge 18-25 årige, hvoraf 720 har optaget forbrugslån indenfor de seneste 2 år, mens 1126 har oprettet opsparing indenfor de seneste 2 år. Det har været muligt at svare på spørgsmål om både forbrugslån og opsparing, såfremt respondenterne har oprettet begge dele indenfor de seneste 2 år.

Forud for undersøgelsen er der foretaget en pilotundersøgelse blandt 85 respondenter. Resultaterne af pilottesten førte til flere justeringer af spørgeskemaet, således at et mere fyldestgørende og bedre kvalitetssikret spørgeskema kunne udsendes i forbindelse med undersøgelsen.

²² For en mere udførlig gennemgang henvises til metoderapport for undersøgelsen af unges lån og opsparing.

Dataindsamlingen for undersøgelsen har fundet sted i perioden 27.03 – 23.04.08.²³.

Analysemetode

Analyserne af datamaterialet for undersøgelsen er foretaget af Penge- og Pensionspanelets sekretariat. Forud for selve analysen af datamaterialet er der foretaget undersøgelser af validitet og reliabilitet. Med udgangspunkt heri er der foretaget en række analyser. Dette omfatter krydsanalyser, variansanalyser, t-tests, klyngeanalyser, faktoranalyser, diskriminantanalyser, strukturelle ligningsmodeller (Lisrel) samt multigroupanalyser.

I forbindelse med analyserne er signifikansniveauet fastsat til 0,05. Der er i undersøgelsen udelukkende refereret til signifikante tests og sammenhænge. Det skal endvidere bemærkes, at analyserne er foretaget på vægtede data, vægtet på baggrund af køn, alder og uddannelse.

7.2 Bilag 2 – Oversigt over indekskonstruktion

Nedenfor følger en oversigt over de spørgsmål, som de enkelte indeks er konstrueret på baggrund af. Hvert spørgsmål er besvaret på en skala fra 1 til 7, hvor 1 står for "meget uenig", 4 er "hverken uenig eller enig", mens 7 er "meget enig". Gennemsnits-skalaværdierne for hvert spørgsmål er efterfølgende lagt sammen²⁴ og divideret med antallet af spørgsmål, som indgår i det enkelte indeks.

Hvert indeks har således en gennemsnitlig skalaværdi, som ligger i intervallet 1 til 7, hvor 7 indikerer "meget gennemskueligt", "meget involveret" etc. , mens 1 indikerer "meget uigennemskueligt", "meget uinvolveret" etc.

²³ For en uddybende beskrivelse af frafald og gennemførelse af undersøgelsen henvises til metoderapport for undersøgelsen af unges lån og opsparing.

²⁴ I de tilfælde, hvor det enkelte spørgsmål er markeret med * er skalaværdierne for spørgsmålet inverterede ("vendt om") før sammenlægningen til indeks, således at 7 er "vendt om" til et 1-tal, 6 er "vendt om" til et 2-tal etc. , 5 er "vendt om" til et 2-tal, mens et 1-tal omvendt er "vendt om" til et 7-tal.

Tabel 7.1 Oversigt over spørgsmål, som indgår i indeks

INDEKS for....	SPØRGSMÅL SOM INDGÅR I INDEKSET
Gennemskuelighed	Jeg er usikker på, hvad man skal se på for at vurdere om mit <lån/opsparing> er godt eller dårligt* At vælge <lån/opsparing> er kompliceret for mig* Det er enkelt at finde forståelige informationer om <lån/opsparing>
Involvering	Den information, jeg modtager fra min udbyder interesserer mig Jeg synes, at den information jeg modtager fra min udbyder er vigtig Jeg synes ikke, at den information jeg modtager fra min udbyder er særlig relevant* Den information, jeg modtager fra min udbyder betyder meget for mig
Tilfredshed	Generelt set, er jeg glad for mit <lån/opsparing> I det store hele er jeg tilfreds med mit <lån/opsparing> Mine oplevelser med mit <lån/opsparing> er samlet set meget utilfredsstillende *
Forventet tilfredshed	Før jeg indgik aftale om <lån/opsparing> med udbyderen forventede jeg, at blive tilfreds med aftalen Før jeg indgik aftale om <lån/opsparing> med udbyderen forventede jeg, at jeg ville blive glad for aftalen Før jeg indgik aftale om <lån/opsparing> med udbyderen havde jeg en dårlig fornemmelse i forhold til at indgå aftalen* Før jeg indgik aftale om <lån/opsparing> med udbyderen forventede jeg, at det ville være det rigtige for mig at indgå aftalen Før jeg indgik aftale om <lån/opsparing> med udbyderen forventede jeg, at det var uklogt at indgå aftalen*
Finansiell Adfærd	En del af de penge jeg tjente sparede jeg op Jeg nåede ofte maksimum på mit kreditkort eller min kassekredit* Jeg brugte flere penge end jeg havde* Jeg blev nødt til at nedsætte mine leveomkostninger* Jeg blev ofte nødt til at købe på kredit* Jeg havde som regel ikke penge nok*
Grad af negativ indstilling til hurtige forbrugslån	Jeg kunne godt forestille mig at optage et hurtigt forbrugslån* Det er ikke afskrækkende for mig at optage hurtige forbrugslån i fremtiden*
Grad af social norm imod hurtige forbrugslån	De fleste af mine venner og bekendte har prøvet at optage hurtige forbrugslån* At optage hurtige forbrugslån er bredt accepteret i min omgangskreds*

Anm.: * skalaværdierne for spørgsmålene er inverterede – jf. fodnote 24.