

## Resultater til Oikos' kunder

Kære alle,

Først og fremmest tusind tak for jeres deltagelse i spørgeskema-undersøgelsen i sommeren 2010. Vi er enormt taknemmelige for, at så mange har taget sig tid til udfylde det. Ydermere har mange af jer bidraget med fyldestgørende og uddybende kommentarer, hvilket vi også har sat stor pris på.

Vi fik i alt 174 svar fra kunder i Oikos og 91 svar fra kunder i "almindelige" banker. På den måde kunne vi opnå et mere nuanceret billede af, hvordan kunder i Oikos adskiller sig fra "almindelige" bank kunder.

De primære resultater af vores undersøgelse var følgende:

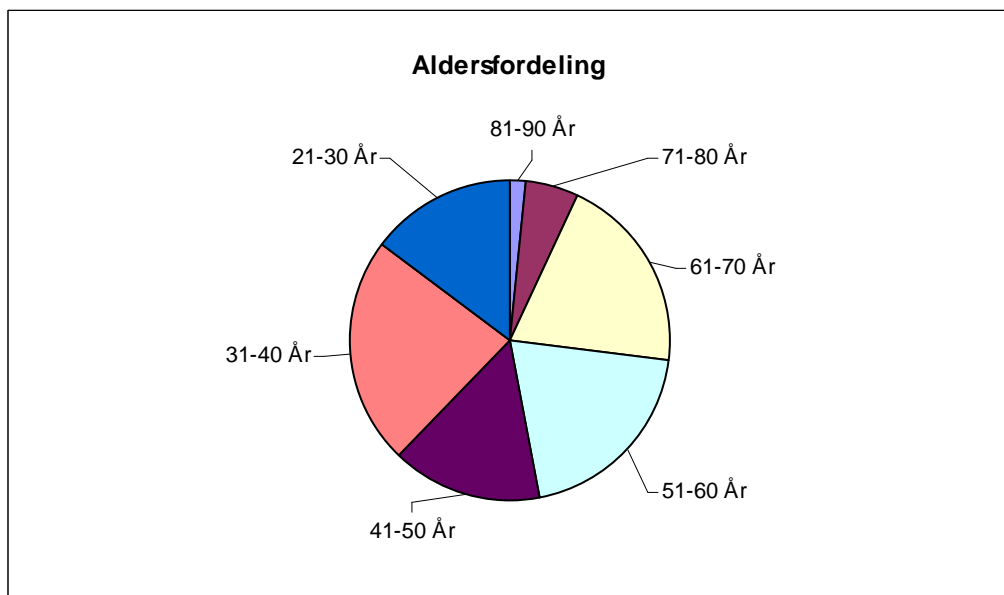
1. At "pro-social attitudes" (respekt for menneskerettigheder, ingen diskrimination etc.) har indflydelse på hvor meget af ens portefølje man investerer i socialt ansvarlige investeringer.
2. Socialt ansvarlige investeringer er ikke opfattet som værende mere risikofyldte end "almindelige" investeringer.
3. Det er forventet at socialt ansvarlige investeringer giver et lavere afkast.
4. Kendskab til investeringsområdet mikrolån har en positiv indflydelse på hvor meget af porteføljen man vælger at investere i socialt ansvarlige investeringer.
5. Irrationalitet i økonomisk forstand: Ifht. præferencer afviger kunderne i Oikos fra "almindelige" bankkunder ved ikke at være drevet af afkastet af investeringen. Derimod er det typen af investeringen der spiller en afgørende rolle. Kunderne i Oikos er således villige til at frasige sig et afkast, hvis formålet med investeringen er af en social ansvarlig karakter. Resultatet vidner også om, at et afkast kan forstås på mange måder, hvor kunderne i Oikos også opfatter "god mening" som et betydeligt afkast. Ligeledes er kunderne i Oikos mindre risikoaverse end de almindelige kunder, hvilket indikerer at de ikke er bange for at påtage sig risiko – igen hvis formålet er af social ansvarlig karakter. Resultatet er ikke i sig selv overraskende, dog finder vi det interessant, at kunderne i Oikos foretrækker at investere i alkohol-industrien frem for i It-industrien, som i teorien vurderes at være "mindre slem" end alkohol-industrien.
6. Alder: Tendensen er at de yngre kunder har en større del af deres portefølje placeret i Oikos. Dette kan måske forklares ved, at man som ung har en relativt mindre portefølje, og derfor ikke ser det som værende risikofyldt at have alle midler samlet et sted. Li-

geledes vil kunderne ofte være underlagt krav fra arbejdsgiver eller pensionselskab med hensyn til valg af bank. Undersøgelsen viser også at de yngre kunder har en relativt længere uddannelse, hvorfor man kan argumentere for, at de har andre forudsætninger for at tage stilling til problematikken omkring social ansvarlighed.

7. Miljørigtig teknologi: Både kunder i Oikos og "almindelige" bankkunder har positive præferencer for miljørigtig teknologi. Derfor kan det være en mulighed for Oikos at udvide kundesegmentet ved at kombinere engagementet i mikrolån med et engagement i miljørigtig teknologi. Denne anbefaling begrundes også med at "almindelige" bank kunder har svagt negative/neutrale præferencer for at investere i mikrolån, og at man derfor, ved at etablere aktiviteter indenfor miljørigtig teknologi, vil kunne ramme en bredere målgruppe - hvis dette altså er et ønske.
  
8. Ud fra spørgeskemaet, både de kvalitative og kvantitative svar, kunne vi ud fra teorien overordnet inddеле Oikos' kunder i tre grupper, bestemt efter motivationen for at vælge Oikos. Disse tre grupper er henholdsvis; altruister, egoister, samt kunder der har valgt Oikos som følge af en modstand mod den almindelige bankverden. Altruisterne er kunder, der investerer med det endelige mål at stille andre bedre, uden selv at kræve nogen kompensation for dette. Denne kundegruppe er dermed villig til at give afkald på et afkast for at andre kan få det bedre. Egoister er et stærkt ord at bruge, men det der er ment med begrebet er, at folk investerer etisk på grund af et ønske om selv at få det bedre som følge af investeringen. Det egoistiske aspekt er således at den endelige motivation er, at man ønsker at få det bedre med sig selv som følge af handlingen. Den sidste kundegruppe, har valgt Oikos på grund af en modstand mod hvad der er sket inden for den finansielle sektor gennem de seneste kriseår.

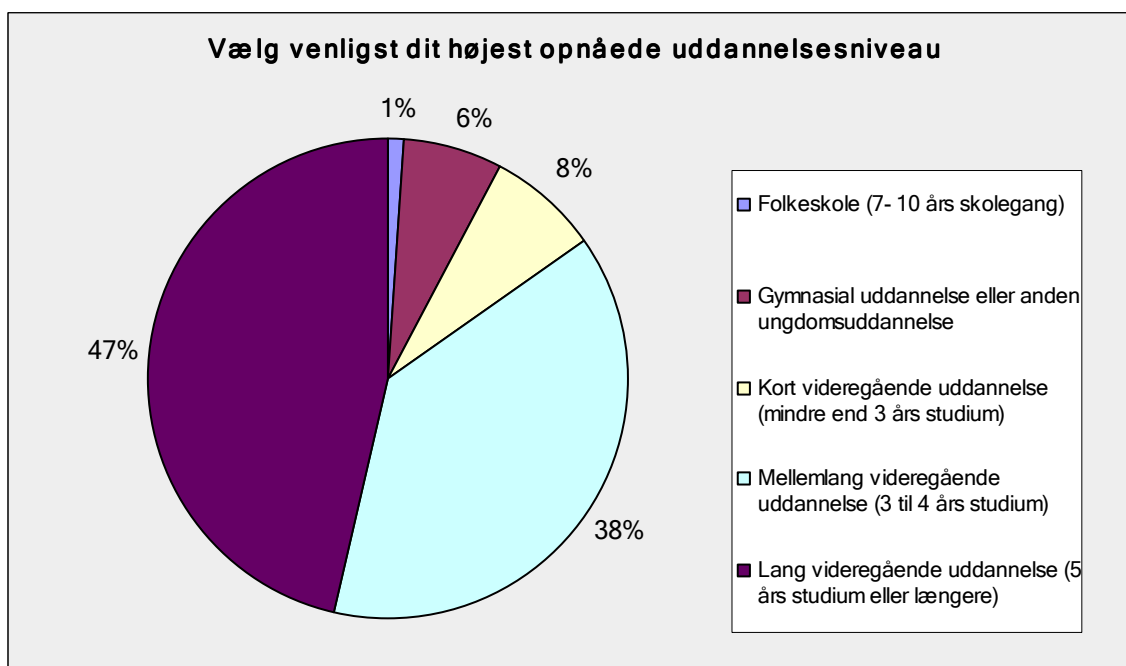
Nedenfor er resultaterne fra alle spørgsmålene i spørgeskemaet illustreret grafisk. Ud over at illustrere resultaterne grafisk, har vi i punktform grupperet de svar, som respondenterne er kommet med i fri-tekst felterne.

Fordelingen af køn var henholdsvis 54 procent mænd og 46 procent kvinder. Aldersfordelingen se således ud:

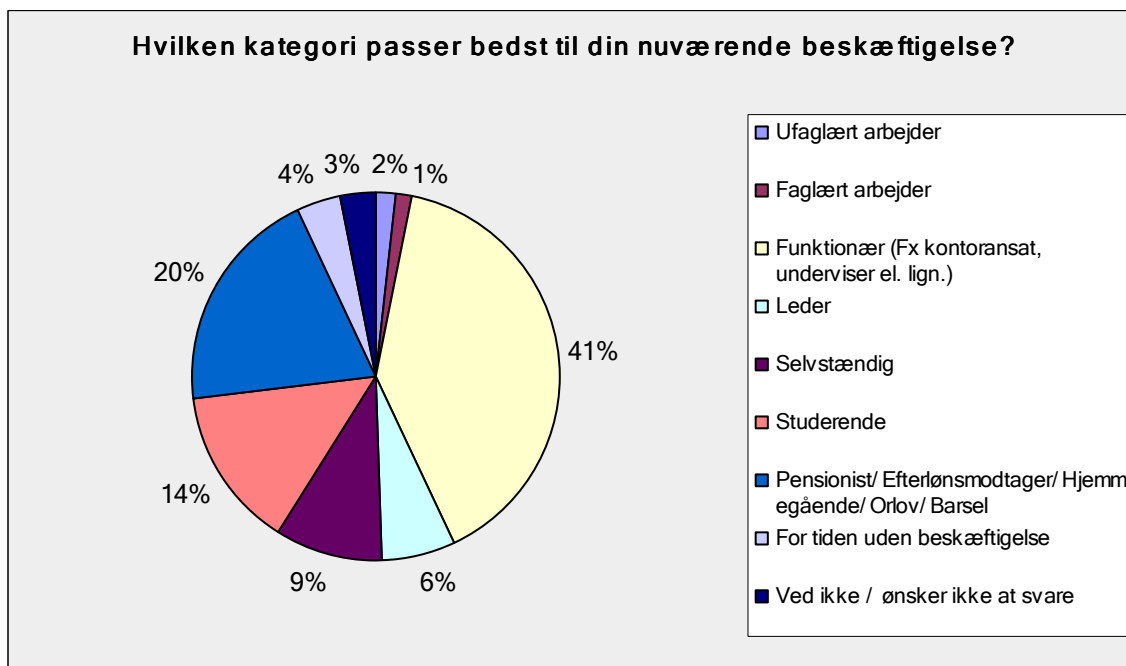


Respondenternes uddannelsesniveau:

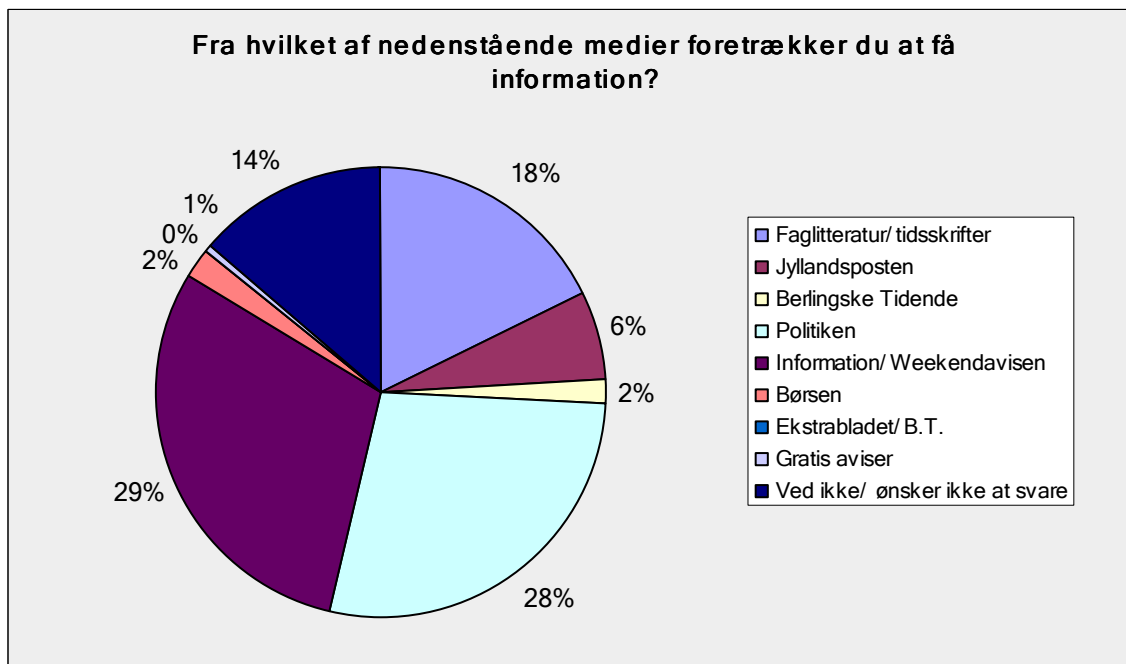
85 procent af respondenterne har enten en mellemlang eller en lang uddannelse.



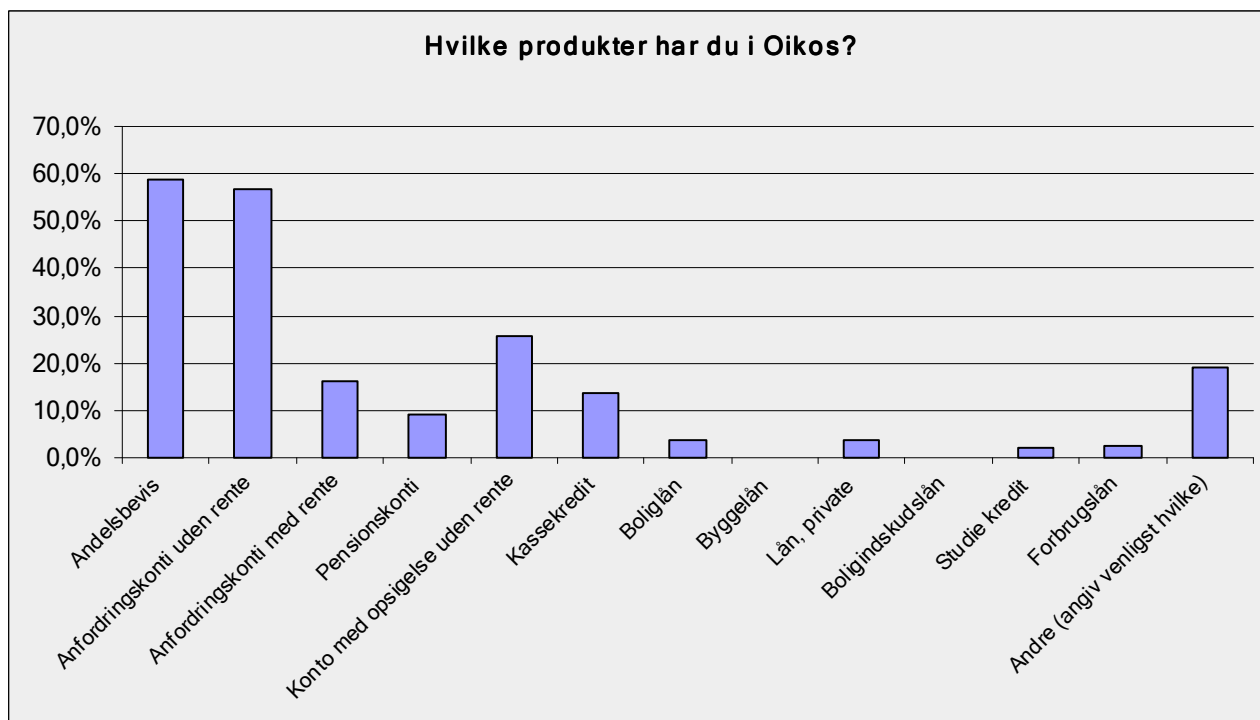
Respondenternes beskæftigelse: 41 procent af respondenterne er funktionærer, 20 procent er pensionister og 14 procent er studerende.



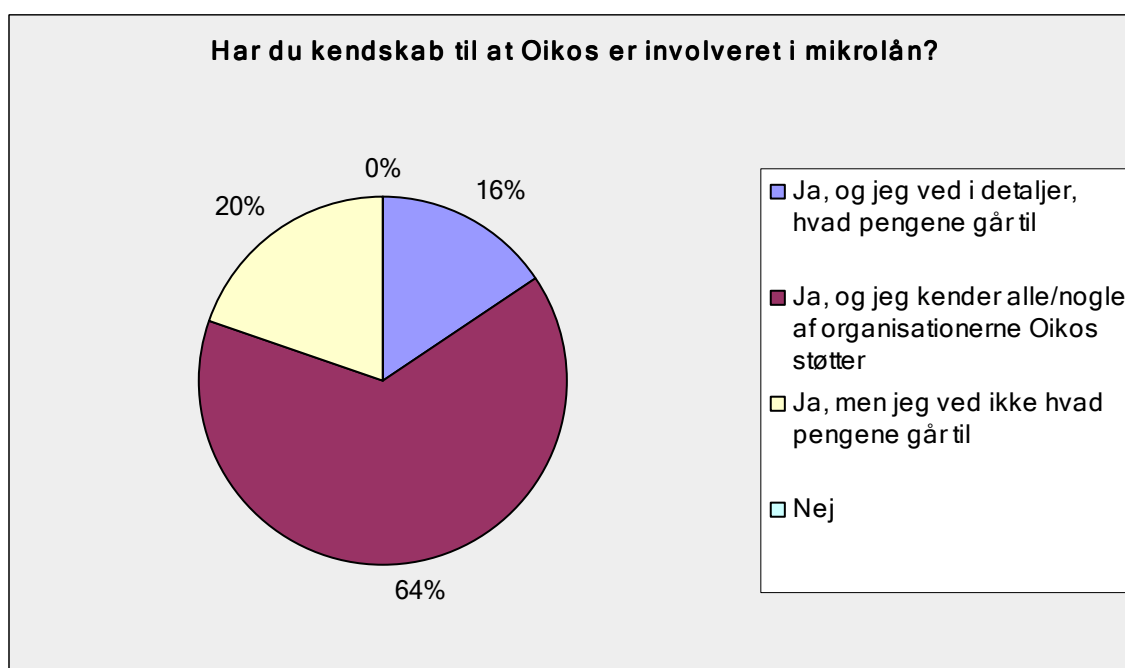
Respondenterne foretrukne medie:  
57 procent af respondenterne i Oikos foretrækker at læse Politiken eller Information:



Nedenstående graf illustrerer fordelingen af hvilke produkter respondenterne har i Oikos. Hovedparten har både andelsbevis og en anfordringskonto uden rente.



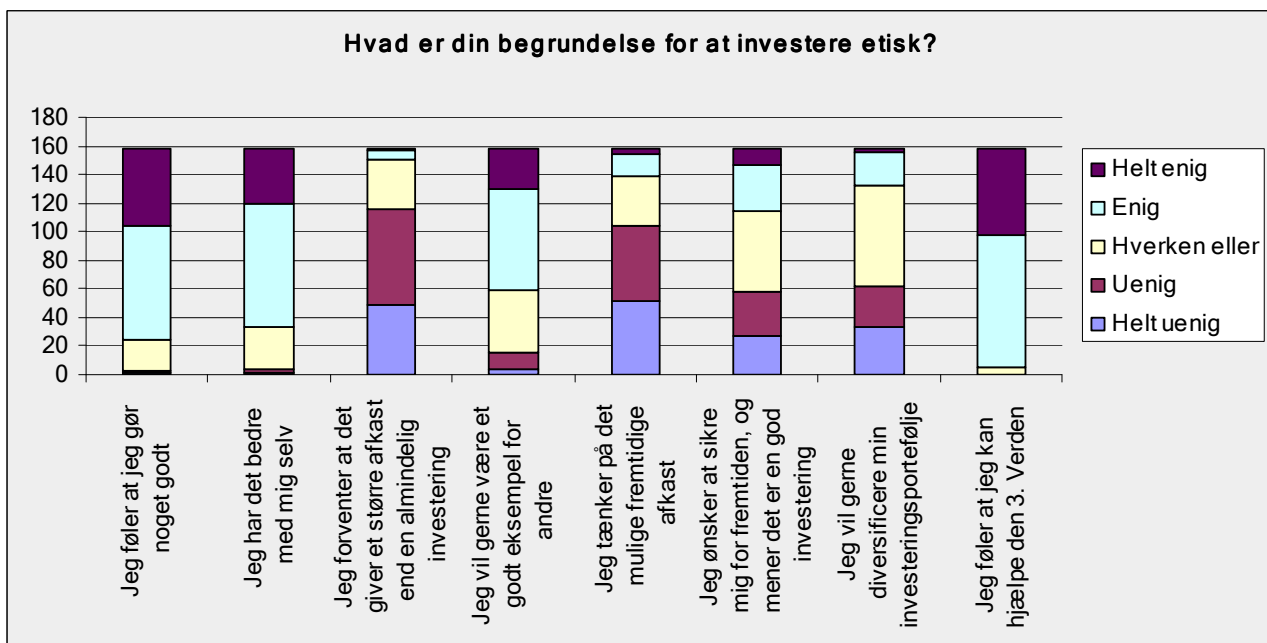
Alle respondenter ved at Oikos er involveret i mikrolån, og 80 procent har kendskab til hvad pengene bliver brugt på.



## Begrundelsen for at investere etisk:

- Oikos' forretningsmodel (Ingen aktionærudbetalinger, gennemsigtighed, bankens etiske profil, støtte af mikrolån).
- Ansvarlighed i forhold til en mere retfærdig fordeling af ressourcerne i Verden.
- Antipati overfor traditionelle bankers overskuddsdistribution til investorer.
- Kristent verdensbillede.
- For faktisk at gøre noget, i stedet for kun at gøre sig overvejelser om at gøre noget.
- Fordi "god mening" også et afkast.

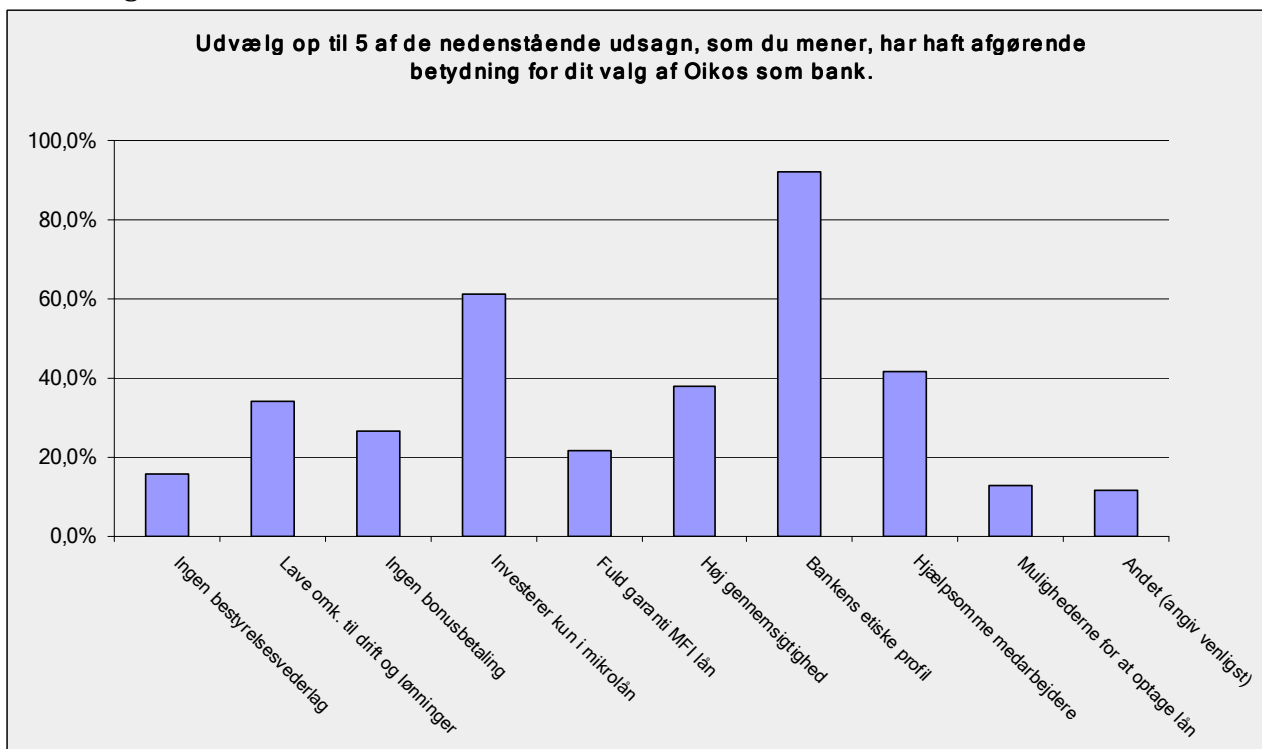
## Illustration over besvarelsene:



### Begrundelser for at vælge Oikos

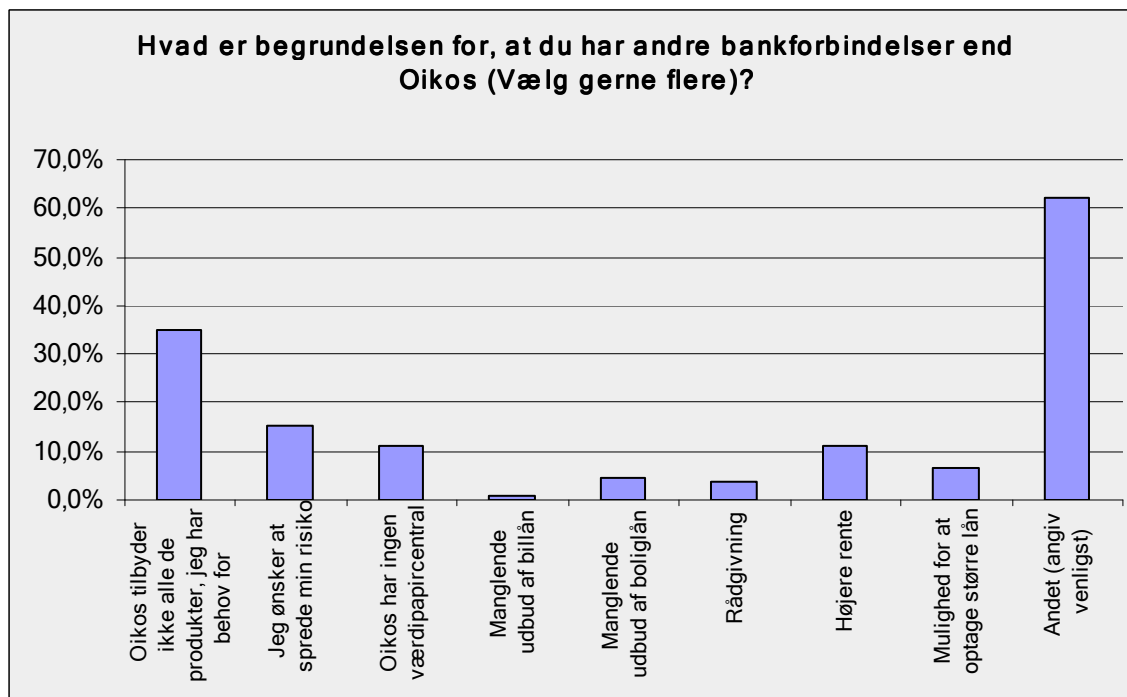
- På grund af deres kompromisløshed overfor moral og etik
- Fordi der ikke er nogen, der skal tjene penge på Oikos' forretning
- Som følge af en afstandstagen fra hvad der er sket i finanssektoren de seneste år

### Andre begrundelser:

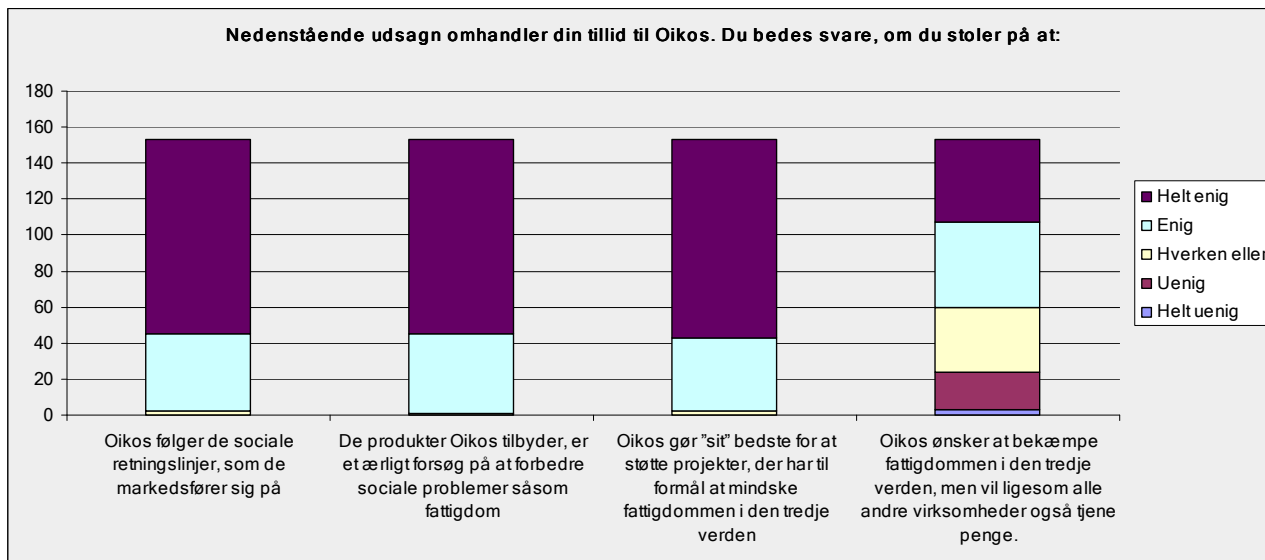


70 procent af kunderne i Oikos har også et andet pengeinstitut. Nedenfor er nogle af begrundelserne herfor:

- Dovenskab og gammel vane ifht. at få lukket tidligere konti
- Krav fra fx arbejdsgiver eller investeringsforening
- Nærkontakt til lokalsamfund + begrænset udbredelse af Oikos' filialer
- Mangelfund netbank
- Fordi det er spændende at være med flere steder (fx Merkur)
- Risikospredning – vurderes for farligt at have alt samlet i en lille bank



Undersøgelsen viste også, at der er en bred tillid til Oikos:



Endnu engang tak for jeres deltagelse. Vi har haft stor glæde af jeres bidrag!

Med venlig hilsen

Maria Hejde Færgemann & Karen Ingvertsen

Cand.merc i International Business

Copenhagen Business School