



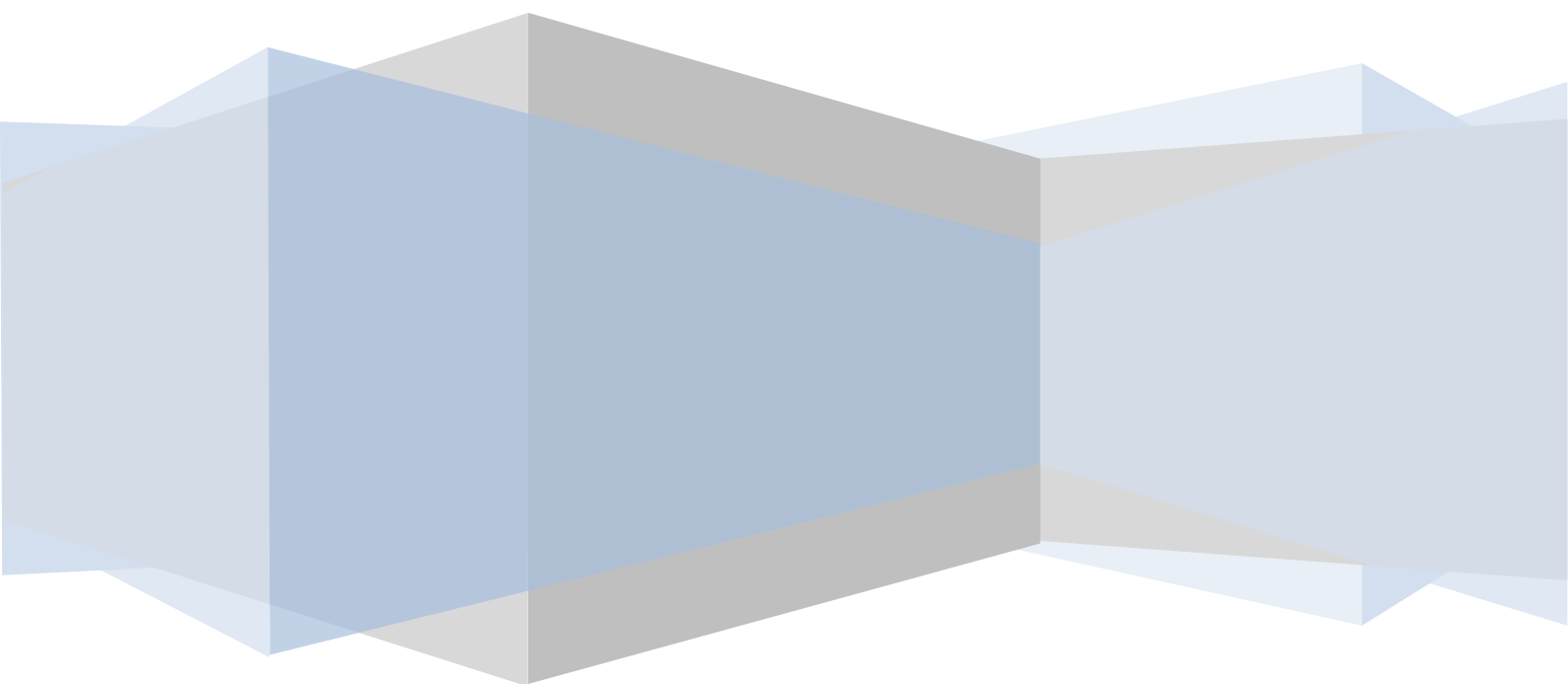
FORBRUKERRÅDET

Konteksten for gode forbrukervalg i forbindelse med boliglån

En utforskende atferdsøkonomisk analyse av møtet mellom selger og kjøper av boliglån og en evaluering av pre-kontraktuell informasjon

Forbrukerpolitisk avdeling, Finans

Mars 2012



Innhold

Sammendrag	4
DEL 1 Informasjonsforståelse og kommunikasjon med bankselger.....	6
1. Nordmenn har høyeste boliglån per capita i Europa	6
1.1. Kort om adferdsøkonomi	7
1.2. Adferdsøkonomi relevant for boliglånsopptak	8
1.3. Funn fra andre studier	9
1.4. Europeiske adferdsøkonomiske studier	9
1.5. Implikasjoner for informasjon ut fra EU-studien:.....	10
2. Introduksjon til problemstillinger	11
2.1. Selgers påvirkning av førstereis lånekunder ved valg av boliglån	12
3. Resultater fra surveyene	12
3.1. Bakgrunnsdata om deltakerne	13
3.2. Resultater fra boliglånsquizen.....	16
4. Informasjonssøk og kjøpsprosess.....	19
5. Resultater fra kundesamtalene	21
5.1. Test av kommunikasjon knyttet til risiko ved boliglån	21
5.2. Selgeradferd og kjøperatferd i kundemøtene.....	22
5.3. Samtaledynamikk i lånesamtalene	24
5.4. Tillit til egne vurderinger versus tillit til selgers vurderinger.....	27
5.5. Matematikk – tallferdigheter imponerer og tarrer	28
5.6. Tolkning og bearbeiding av informasjon - bekreftelsesfella	29
5.7. Råd fra familie og venner - boliglån som mestringsprosjekt.....	30
6. Kundesamtalen – en hjelp til valg eller salg?	30
7. Ingen nevner forbrukeropplæring når testdeltakere foreslår forbedringstiltak.....	31
DEL 2 – Test av pre-kontraktuell informasjon	33
1. Bakgrunn	34
2. Utforming av testen	34
3. Tolkning av resultatene	35
3.1. Valgarkitektur og iscenesetting – under hvilke betingelser overleveres denne informasjonen?	35
3.2. Prosessen i forkant av signering	36
4. Resultater	37
4.1. Enkeltord som ble (rød)merket av testerne	37

4.2.	Hvilke konsekvenser får manglende forståelse av disse ordene?.....	38
4.3.	Setningsdeler som ble merket "vanskelig å forstå"	39
4.4.	Språklige kommentarer	40
4.5.	Kommentarer til de enkelte skjemaene.....	41
4.6.	Informasjon som ble misforstått eller feiloppfattet.....	43
4.7.	Mangelfull informasjon begrenser lånekundenes valgmuligheter	45
4.8.	Klart formidlet informasjon	46
5.	Hva kan hjelpe forbrukeren til å ta gode valg?	46
	Ni bud til bransjen om pre-kontraktuell informasjon	47
	Anbefalinger og krav om tiltak fra Forbrukerrådet	49
	VEDLEGG.....	52
	Vedlegg 1: Hypostat 2010, A review of Europe's mortgage and housing markets utgitt av European Mortgage Federation (EMF)	52
	Vedlegg 2: Metodiske betraktninger.....	53
	Vedlegg 3: LIKS-tolkning	55

Sammendrag

Proessen med å kjøpe bolig er preget av utrygghet, hvor det er lite som legger til rette for at forbrukeren kan ta rasjonelle og veloverveide valg. Dette viste Forbrukerrådet første gang i 2011 med rapporten "Om boligsalg og kjøp". I denne omgang har vi sett på hvordan forbrukere opplever prosessen med å velge boliglån.

Vi konkluderer med at kjøpsprosessen for kjøp av boliglån er sårbar for impuls og raske beslutninger på et utrygt grunnlag. Dette fordi selger har så stor makt over forbrukerens beslutning, samtidig med at pre-kontraktuell informasjon som forbrukere mottar har for svak formidlingsevne i tillegg til å komme for sent til forbrukerne.

Forut for denne konklusjonen har vi - ved hjelp av en adferdsøkonomisk studie – utforsket hvordan førstegangs boliglånere tar opp lån og hva som påvirker valgene deres. Funnene synliggjør ubalanser i markedet, klare forbedringspotensial, og hvilke virkemidler som kan ha effekt i reguleringen av boliglånsmarkedet. Det kom tydelig fram i eksperimentene vi gjennomførte at selgeren har kompetanseovertaket og at det får klar betydning for forbrukerens valg av boliglån. Selger er i stand til å flytte de fleste testdeltakernes preferanser for boliglånstyper i løpet av en samtale på 20 minutter.

Forbrukerne går i det som kalles "bekreftelsesfella" og lar seg overtale av selger til å velge et produkt med høyere risiko enn sin opprinnelige inngangspreferanse forut for eksperimentene. Dette blir spesielt tydelig når selger får instruks om å råselge lånetyper med høy grad av uforutsigbarhet (risiko). De ti første deltakerne møtte selger som hadde fått instruks om å overføre kunnskap mer produktnøytralt og visualisere risiko. I gjennomsnitt gikk de ti første deltakerne opp 1,0 risikoklasser fra sine innledende preferanser, etter å ha gjennomført kundemøtet. De ti neste deltakerne ble møtt av en selger som hadde fått instruks om å selge lånetyper med høyere grad av risiko. Med den nye og "råselgende" instruksjonen, økte også deltakernes appetitt for mer uforutsigbare boliglånalternativene sammenliknet med ti første deltakerne og sammenliknet med egne preferanser. I gjennomsnitt gikk de ti siste deltakerne opp 2,2 risikoklasser etter å ha gjennomført møte med selger.

Tilliten til selger avviker ikke nevneverdig mellom de som var med i de ti første samtalene og de som gjennomførte de ti siste.

Vi har også testet pre-kontraktuell informasjon – der forbrukerne med klar tale tydeliggjør hvor vanskelig det er å tyde og forstå informasjonen i lånekontraktdokumentene. Språkføringen i disse dokumentene testes videre ved hjelp av en LIKS-modell. Funnene identifiserer hvor skoen trykker, og hva som skal til for å gjøre informasjonen mer tilgjengelig og forståelig.

Testen av den pre-kontraktuelle informasjonen viste at over halvparten av teksten i lånedokumentene er vanskelig å forstå. Respondentene hadde store problemer med å forstå informasjonen som ble forsøkt gitt gjennom lånedokumentene, selv når de fikk bruke så lang tid de trengte for å komme gjennom dem (og det var kun et utvalg av dokumenter fra en lånekontrakt som var gjenstand for vår gjennomgang). Innholdet i dokumentene var preget av et juridisk og bankfaglig tungt kansellispråk. Det vanskelige språket og den lite tilgjengelige informasjonen i både avtale og skjemaer, fører til misforståelser om sentrale begreper i låneavtalen. Det får igjen betydning for forbrukerens oppfattelse og forståelse av sine rettigheter og plikter knyttet til boliglånsavtalen.

I tillegg skal det legges til at disse dokumentene kommer til forbruker i en fase av kjøpsprosessen hvor ting får virkelig hurtig fart. Dokumentene som utgjør de standardiserte europeiske forbrukeropplysningene (SEF-skjemaene), tilkommer normalt ikke forbrukere før signeringsfasen.

Forbrukerrådets anbefaling til lovgiver er å innføre tilsvarende regulering av selgere i boliglånsmarkedet som allerede finnes i sparemarkedet i 2012.

Bransjen oppfordres til å forbedre kundemateriellet sitt, hvilket også innebærer en gjennomgang og vesentlig forbedring av de såkalte SEF skjemaene, samtidig som kundene må få individuelt tilpassede skjema tidlig i kjøpsprosessen, fortrinnsvis i orienteringsfasen hvor finansieringsbevisene i dag utformes. I arbeidet med å lage klarspråklig materiell og skjema, må språkføringen testes ut på vanlige forbrukere.

DEL 1 Informasjonsforståelse og kommunikasjon med bankselger

Hvordan vurderer forbrukere ulike typer av boliglån? Velger førstegangs boliglånskunder optimalt ut fra sin situasjon og behov? Hvilken rolle spiller rådgiver sammenliknet med annen tilgjengelig informasjon?

1. Nordmenn har høyeste boliglån per capita i Europa

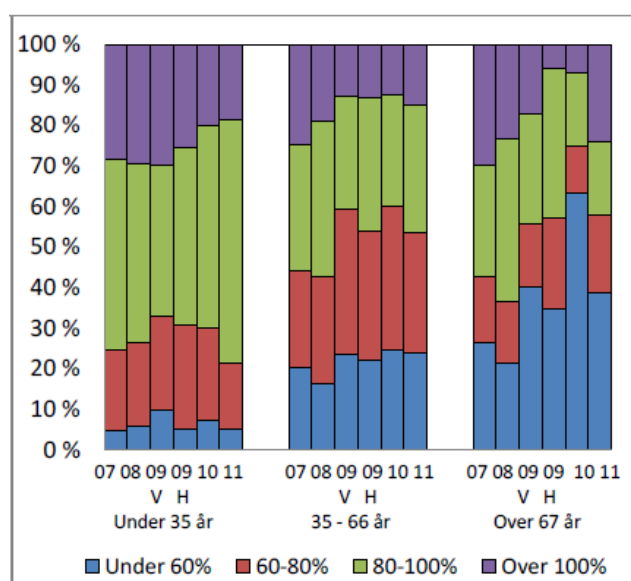
I denne undersøkelsen vil vi teste grunnleggende antagelser om hvordan folk tar opp boliglån og hva som påvirker deres valg. Disse antagelsene springer ut fra arbeider i adferdsøkonomi, og er tungt inspirert av den europeiske undersøkelsen om kjøpsbeslutninger knyttet til investeringsinstrumenter fra 2010, som ble initiert av EU- kommisjonen.

Husholdningenes gjeldsopptak, som domineres av boliglån, har gjennom 2011 økt med ca 7 %, i følge Norges Bank, mens boligprisen økte med vel 9 %, i følge Eiendomsmeglerbransjens boligprisstatistikk. Norge er helt på toppen av European Mortgage Federations oversikt over boliglån per capita. Nordmenn har i gjennomsnitt tre ganger så høyt boliglån som den gjennomsnittlige EU – borgeren (se vedlegg 1). I løpet av 2011 har derfor både IMF, Norges Bank og Finanstilsynet identifisert norske husholdningers gjeldsopptak som en trussel mot finansiell stabilitet. Lavt rentenivå over tid antas å ha bidratt til at flere tar opp høye boliglån.

Boliglånmønsteret i Norge preges av unge som tar opp boliglånene med høy belåningsgrad, altså lånebeløp sett i forhold til boligens verdi. Unge har videre hatt en økning i gjeldsgraden, altså total gjeld i forhold til brutto inntekt, siste år.

Andelen godt voksne (dvs. delen av befolkningen som er over 67 år) som påtar seg høy belåningsgrad, har vokst. Finanstilsynet finner at ca. hvert fjerde lån til denne aldersgruppa, utgjør mer enn 100 % av boligens verdi. Hva dette skyldes, drøfter ikke Finanstilsynet, verken om fenomenet skyldes økt salg av seniorlån eller om det er forhold knyttet til utvalget for undersøkelsen.

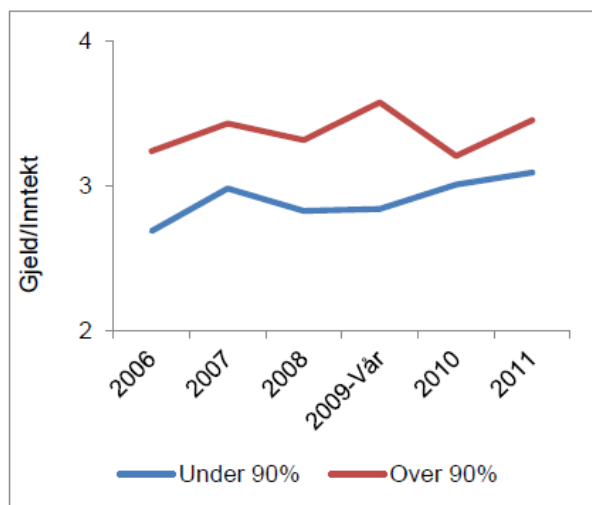
Figur 3.8 Lån til kjøp av bolig



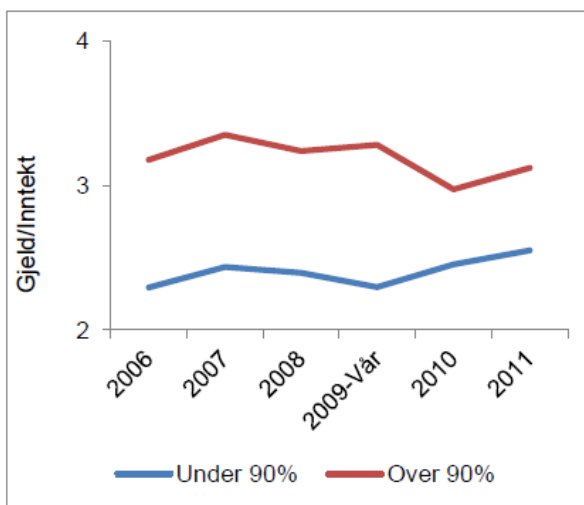
Kilde: Boliglånsundersøkelsen Høsten 2011, Finanstilsynet

Gjeldsgrad i Norge, 2011

Figur 3.9 Gjeldsgrad – Alle lån, kunder under 35 år



Figur 3.10 Gjeldsgrad – Alle lån, kunder over 35 år



Kilde: Boliglånsundersøkelsen Høsten 2011, Finanstilsynet

Det er tre forhold som er verdt å merke seg når det gjelder norske husholdninger og boliglån

- Norske husholdningers samlede gjeld er større enn noensinne, og økende¹ og veksten overskrider lønnsveksten i samfunnet
- Jo yngre husholdning, jo mer boliglån i forhold til inntekt. Blant låntakere under 35 år er den gjennomsnittlige gjeldsgraden 322 %, hvor også en stor andel har boliggjeld som utgjør mer enn fem ganger inntekten.
- Jo yngre husholdning, jo mer boliglån i forhold til boligens verdi. Hver femte låntaker under 35 år låner mer enn boligens verdi, og det store flertallet av de unge voksne låner 80 % av boligens verdi eller mer.

1.1. Kort om adferdsøkonomi

Vår undersøkelse retter seg utelukkende mot forhold i det norske boliglånsmarkedet, og er ment å danne grunnlag for eventuelle anbefalinger knyttet til endringer i lovverk og oppsett av informasjon om lån og rådgiving knyttet til lån.

Vi har lagt til grunn det adferdsøkonomiske perspektivet i datainnsamling, analyse og tolkning i denne rapporten.

Adferdsøkonomi er et perspektiv på å forstå økonomiske beslutninger der man forsøker å ta høyde for faktorer som kan medføre at personer tar valg som ikke fullt ut er rasjonelle. I tradisjonell økonomisk teori har man antatt at økonomiske aktører alltid ville velge det beste alternativet, det vil si det valget som gir mest utbytte, sett i forhold til innsatsen. Erfaring viser imidlertid at det er mange faktorer som kan gjøre at man foretar andre typer valg, som i streng økonomisk forstand kan virke

¹ Kilde: SSB. <http://www.ssb.no/k2/>

ikke-rasjonelle, og gi et suboptimalt utfall, det vil si et utfall som ikke er det i økonomisk forstand mest lønnsomme.

For å få mer innsikt i hva som faktisk styrer adferd i økonomiske valgsituasjoner, har man kombinert forskning fra psykologi og økonomi. Tradisjonelt forsøker man ofte å undersøke disse valgsituasjonene ved å foreta eksperimenter, slik at man holder andre faktorer konstante, og kan isolere effekten av den variabelen man ønsker å undersøke.

1.2. Adferdsøkonomi relevant for boliglånsopptak

Når man leser undersøkelser om adferdsøkonomi, er det ofte i forbindelse med kjøp av investeringsprodukter eller gambling i aksjemarkedet. Kan man sannsynliggjøre å anvende et adferdsøkonomisk perspektiv på kjøp av boliglån? Ifølge vår analyse er det flere strukturelle betingelser knyttet til prosessen med det å ta opp boliglån som gjør den relevant å studere ut fra adferdsøkonomi. Selve valgsituasjonen vil være preget av:

- Mye informasjon til bearbeidelse på kort tid – dette kan føre til informasjons-overload og problemer med å foreta en kognitiv bearbeidelse av materialet.
- Vanskeligheter med å orientere seg i tekst og/eller informasjon relatert til tallmateriale. Ca. 400.000 nordmenn sliter med å lese en formell tekst, og ca. 10-15 % av befolkningen har problemer med å forholde seg til tallmateriale.
- Boligkjøp er en prosess som kan være emosjonelt ladet – noe som kan tenkes å påvirke selve opptaket av boliglån, som blir et middel for å skaffe seg "drømmeboligen". Et boliglånsopptak for å finansiere et ønskeobjekt kan resultere i et ikke-rasjonelt boliglånsvalg fordi man på grunn av den emosjonelle tilknytningen er villig til å betale overpris for boligen og/eller ta opp lån på lite forbrukervennlige betingelser (topping med forbrukslån etc.).
- Alternativt kan boliglånerne oppleve tidspress – må skaffe bolig eller stå uten/med et dårlig alternativ (i pressområder). Valget blir suboptimalt pga opplevelse av tidspress – man tar det man får.
- Uklare valg – alternativene presenteres ikke på en lett sammenlignbar måte. Bankene (utlånsinstitusjonene) legger fram noen salgsargumenter på nettsidene, men den sammenlignbare lista over betingelsene i lånet kommer først fram i signeringssamtalen om boliglånet.
- Sosialt press for å "lykkes i boligmarkedet". Det å finne en bolig som passer med forventninger til venner og folk man ønsker å sammenligne seg med (referansegruppe) kan medføre at man strekker strikken langt mht. kostnader, og mer enn objektet er "verdt" – jamfør "drømmeboligen" og forelskelse.

Disse strukturelle betingelsene gjør noe med forutsetningene for valgene av boliglån. Boliglånerne sitter altså ikke i et rom med klart strukturerte lånealternativer og skal velge det økonomisk mest optimale alternativet, de lever i en situasjon der de må forholde seg til et boligmarked, preferanser fra familie og venner, bankenes tilbud om boliglån, og egne begrensninger i forhold til å sette seg inn i tilbudene og være en aktivt velgende forbruker.

I vår undersøkelse har vi forsøkt å fange opp hvordan boliglånerne ble påvirket av disse rammebetingelsene, samtidig som vi har lagt valgsituasjonen knyttet til selve boliglånet til en eksperimentsituasjon. Vi har valgt å gjøre den så virkelighetsnær som mulig (høy ekstern validitet) ved å engasjere en "ekte" selger som arbeider i en bank, og bruke deltakere som er i en faktisk

låneopptakssituasjon for å kjøpe sin første bolig. Årsaken til at vi har valgt de unge låntakerne, er at de ikke har erfaringskompetanse på feltet, og vi var interessert i å undersøke hvordan de opplevde møtet med informasjon om boliglån, møtet med selger, og lesing av pre-kontraktuell informasjon.

1.3. Funn fra andre studier

Med finanskrisen i 2008 gjennomlevde USA en katastrofe i boligmarkedet, hvor mange utfordringer knyttet seg til at forbrukere som skulle ta opp boliglån, ikke forsto markedet og hva de forpliktet seg til. Årsaken til at boblen sprakk relateres til manglende soliditet i de enkelte bankene og dårlige kredittvurderinger, men også at bankene solgte boliglåns pakker som aldri skulle vært lagt ut på markedet.

Disse pakkene ga husholdninger uten tilstrekkelig startkapital mulighet til å komme inn på boligmarkedet, men de gjorde også at virkemidler som betalingsutsettelse, bruk av kredittkort til finansiering av avdrag på boliglån osv. tok av. Dette er virkemidler som rammer forbrukeren på lang sikt, siden vedkommende pådrar seg en gjeld som han/hun må nedbetale resten av livet, og som kan gjøre det vanskelig for vedkommende å få ny bolig, i alle fall innen karantenetiden, som i USA er på 3-4 år.

Flere økonomer advarte om farene i forkant av sammenbruddet i boligmarkedet i USA, og i studier fra 2007-2009, peker flere adferdsøkonomer på risiko for forbrukerne knyttet til det amerikanske boligmarkedet. *"...the rise in mortgage delinquencies and foreclosures suggests that some households are taking on debt they have little or no capacity to repay."* (Essene and Apgar, 2007)

Essene og Apgar hevder at aggressiv markedsføring medførte pushing av upassende låneprodukt på kundene, som fikk store betalingsproblemer på grunn av dette. Årsakene ligger i at produktene har blitt solgt som pakker som har vært så komplekse at forbrukeren ikke har klart å skille ut om/hva de faktisk trenger. Siden forbrukere også har en tapsaversjon (Tversky & Kahnemann) med en tendens til å overfokusere på tap på kort sikt, medfører dette ofte valg som minimaliserer kortsiktige tap, for eksempel betalingsutsettelse av avdrag på lånet, noe som på sikt fører til at de kommer dårligere ut (høyere lån).

Ifølge forfatterne sliter flere forbrukere med å forstå prisene på låneprodukter, hvordan betalingsmodellene fungerer og hvilke konsekvenser de vil medføre for deres økonomi over tid.

"While standard economic theory assumes that consumers shop for the best available price and terms, even the most sophisticated borrowers often find it difficult to effectively shop for mortgages." (Essene and Apgar, 2007)

1.4. Europeiske adferdsøkonomiske studier

Vår viktigste inspirasjon for denne undersøkelsen er EU-kommisjonens adferdsøkonomiske undersøkelse om kjøp av spareprodukter fra 2010². Denne studien baserte seg på å undersøke om

² European Commission: Consumer Decision-Making in Retail Investment Services. A Behavioral Economics Perspective. Final report, Nov, 2010

adferdsøkonomi kunne forklare beslutningsadferden til kjøperne, og hvilken effekt selger hadde på kjøpernes beslutninger.

Den europeiske studien inneholdt tre eksperimenter:

- Eksperimentet med 6000 deltakere online fra 8 EU-land som tok for seg spørsmål relatert til kognitive og adferdsmessige faktorer i henholdsvis rådgitte og ikke-rådgitte avgjørelser.
- Det andre eksperimentet ble også gjennomført online med 6000 respondenter i 8 EU-land, men tok for seg kognitive og adferdsmessige faktorer i rådgitte beslutninger knyttet til kjøp av spareprodukter.
- Det siste forsøket foregikk i laboratoriet med 480 respondenter i 3 EU-land, og tok for seg spørsmål relatert til sosiale og adferdsmessige faktorer i rådgitte RID. Her tok man for seg å avdekke interessekonflikter i ulike formater og settinger.

Noen sentrale funn fra denne studien var at kjøperne hadde flere utfordringer knyttet til kjøp av spareprodukter. Disse utfordringene var:

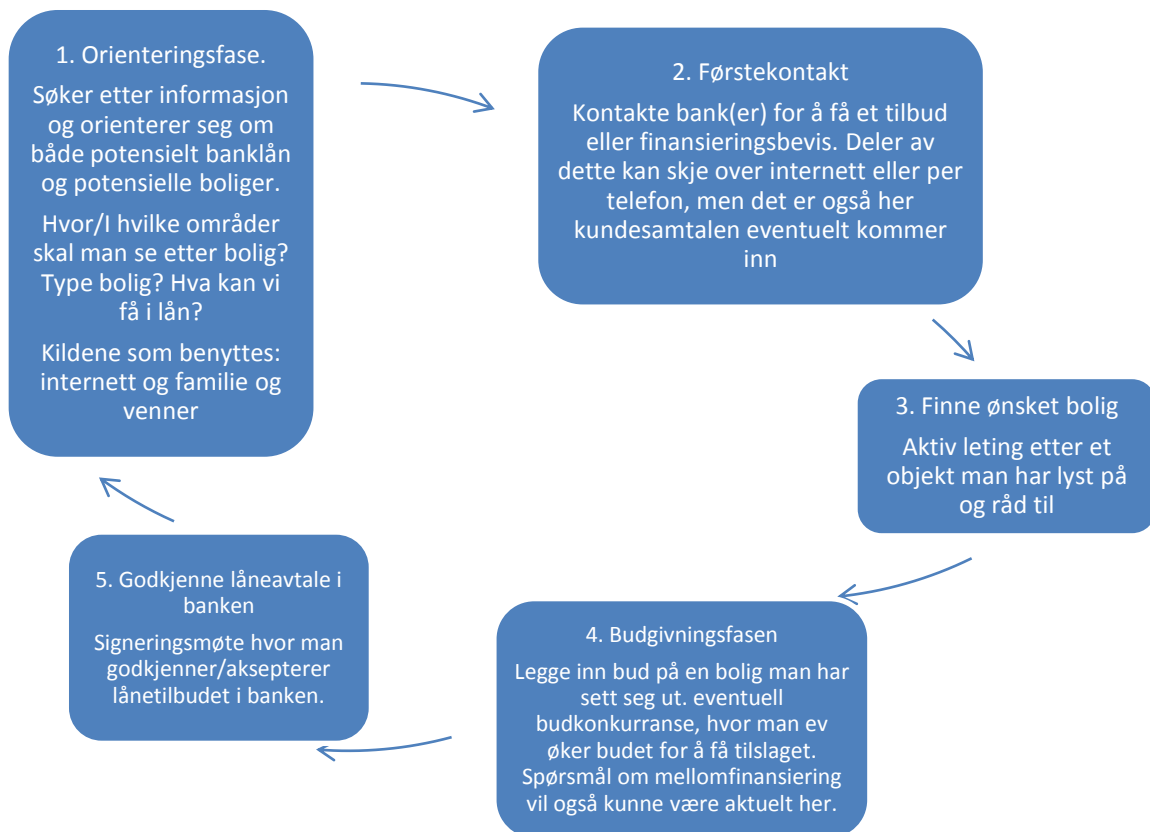
- Kognitive begrensninger – Flere forbrukere sliter med enkle investeringsvalg, spesielt de eldre og de lavt utdannede.
- Holdninger til risiko og ambivalens – Investeringsvalg er influert av oppfattet risiko for investerings gevinst eller produktets kompleksitet.
- Framing-effekter – forbrukere med kognitive begrensninger tar dårligere beslutninger når valgene er pakket inn på en vanskeligere tilgjengelig måte – for eksempel ved bruk av prosenter istedenfor tall.
- Tillit til selgere – Rådgivning er flertydig når det gjelder salg av verdipapir, og forbrukere stoler noen ganger naivt på selgerne, selv når de får beskjed om at selgerne tjener på at du velger investering A framfor B.

1.5. Implikasjoner for informasjon ut fra EU-studien:

- Økt kompleksitet medfører dårligere forbrukervalg mellom lignende produkter. (Hva som oppfattes som komplekst har sammenheng med kunnskapsnivå og erfaring.)
- Standardisering av informasjon – dvs. gjøre den lettere sammenlignbar, kan moderere noe av denne effekten.
- Avdekking av pre-kalkulert gevinst har positiv effekt for valg mellom ulike produkter (risikofrie versus risikofylte).
- Det framkommer ingen effekt av mer informasjon (overload/metningspunkt)
- Kunder reagerer på at rådgivere fremmer løsninger de tjener på, men
- **selgere kommuniserer seg uansett ut av misforståelser til deres egen fordel**, og de korrigerer ikke kundens misforståelser relatert til andre saksområder.

I vår boliglånsundersøkelse ønsket vi å undersøke hvordan norske forbrukere oppfattet prosessen med å ta opp boliglån, og hvordan selger og eventuelt venner og familie og skriftlig informasjon påvirker beslutning om låneopptak.

Vår undersøkelse tar utgangspunkt i stadiene i boliglånsprosessen. Undersøkelsen har fokus på infosøk og kunnskapsgrunnlag i starten av prosessen (1), kundesamtalen (2) og signeringsmøtet i siste fase (5).



Fasene 1-3 er ikke gjensidig utelukkende. Ofte kan potensielle boligkjøpere være i flere faser på en gang. Men etter at boligkjøper legger inn bud og får tilslaget, følger godkjenning og signering av boliglånskontrakt og lånet er avgjort. I etterkant kan det imidlertid komme opp nye behov, for eksempel knyttet til oppussing av boligen, økte flyttekostnader med mer, som medfører at låntaker ønsker å gjennomgå lånebetingelsene igjen.

2.1. Selgers påvirkning av førstereis lånekunder ved valg av boliglån

Som utgangspunkt antok vi at selger ville ha et stort potensial for påvirkning her, siden låntakerne var avhengig av å bearbeide mye informasjon på kort tid for å finne det mest optimale boliglånet, de var unge og uten erfaring med boliglånsopptak, og hadde relativt lite egenkapital.

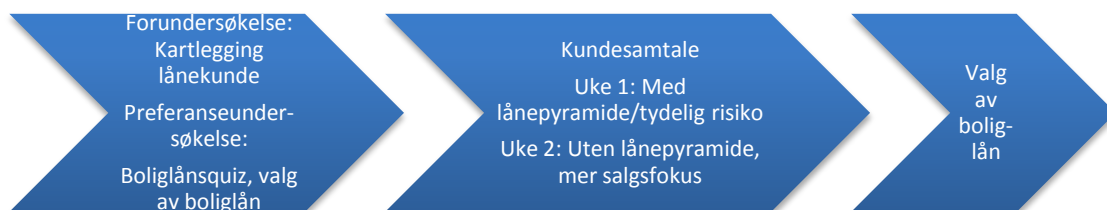
Det ble foretatt en forhåndsselektering av respondenter, der kriteriene var personer som har begynt å gå på visning, og var på jakt etter sin første bolig (og boliglån). Deltakerne ble rekruttert på boligvisninger av TNS Gallup.

Det var viktig å ha med respondenter som selv var i prosess, dvs. i gang med å ta opp boliglån, fordi de da ville oppleve testen som mer viktig og relevant i forhold til deres egen virkelighet, og antagelig reagere mer likt en reell situasjon enn om vi bare valgte tilfeldige respondenter fra et panel. I tillegg vil de også ha autentisk interesse for å samle informasjon på feltet, og vi ville derfor kunne stille en del spørsmål om informasjonssøk og bearbeiding av informasjon. Ved at testpersonene er i en reell kjøpsprosess i sitt virkelige liv, vil de gi en mer ekte respons på forsøkene, og resultatene vil derfor lettere kunne overføres til den virkeligheten eksperimentet søker å etterligne (høyere ekstern validitet).

Vi startet først med å kartlegge låneprofilen til respondentene – hvem var de, og hvor mye ville de låne. Dette ble gjennomført i form av en enkel for-undersøkelse som de fylte ut via Questback.

For-undersøkelsen ble fulgt opp av en preferanseundersøkelse der respondentene ble spurt om sitt kjennskap til boliglån, og å foreta et valg av boliglån ut fra deres ståsted på utfyllingstidspunktet. Det er et poeng at deltakerne i undersøkelsen måtte velge preferanse for boliglån på dette tidspunktet i prosessen. For vår del, ble dette en startpreferanse som dannet en baseline slik at vi kunne følge hvordan deres preferanser eventuelt endret seg etter kundesamtalen.

Neste oppgave for deltakerne i testen var å delta i en kundesamtale med profesjonell selger, med et nytt påfølgende valg av boliglån. Denne samtalen ble observert av en adferdspedagog, for å kartlegge samtalsens dynamikk og hvilke kommunikasjonshandlinger som ble gjennomført.



3. Resultater fra surveyene

Vi gjennomførte først to nettbaserte surveyer ved hjelp av verktøyet Questback. I for-undersøkelsen ble deltakerne spurt om bakgrunnsopplysninger, generell økonomiforståelse³ og ønsket lånebeløp. I

³ En del av spørsmålene i denne surveyen var hentet fra den europeiske studien, og en del av kunnskaps-spørsmålene var sammenfallende med Lusardis spørsmål i undersøkelser om finansiell literacy i den amerikanske befolkningen knyttet til inflasjon og renteberegning.

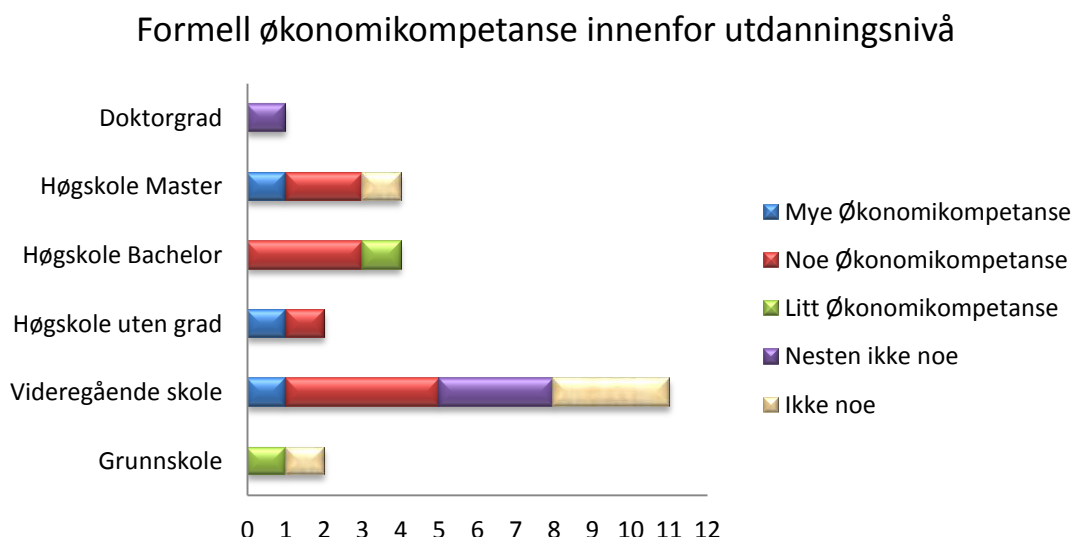
preferanseundersøkelsen, som var utformet som en quiz, var fokuset på deres kjennskap til boliglån og forståelse fagbegreper knyttet til boliglånsfeltet og utregningsmetoder.

Preferanse-undersøkelsen ble kvalitetssikret av matematikk.org, en hjelpetjeneste for matematikkforståelse ved Universitetet i Oslo. De kvalitetssikret regneoppgavene, og kommenterte at språket var vanskelig og "bankfaglig". Språket i surveyen var modulert ut fra informasjon som ligger lett tilgjengelig på bankenes nettsider og i deres brosjyremateriell. Dette er det materiellet kundene først ser og setter seg inn i. Det var altså ikke språk fra informasjon som måtte etterspørres spesielt, som for eksempel kontrakter og annen mer spesifikk informasjon.

3.1. Bakgrunnsdata om deltakerne

Det deltok i alt 24 (potensielle) boliglånere i den første surveyen. Av disse var 19 bosatt i Oslo-området, en i Stavanger, og fire i Bergen. Av disse ble 20 invitert til å delta i samtale med selger fra en bank. Det var 10 kvinner og 10 menn i utvalget som fikk samtale med selger. Alderen på deltakerne var fra 20- 35 år, men kun to var over 30 år. I hele utvalget hadde to fullført grunnskole som høyeste utdanning, halvparten videregående skole som høyeste utdanning (11), og halvparten høyere utdanning (11).

Tabellen nedenfor viser formell rapportert økonomikompetanse. Halvparten av deltakerne hadde mye eller noe økonomi i utdanningen, og flest av de som rapporterte dette, hadde videregående skole som høyeste utdanning. Flere av deltakerne oppgir altså at de har en del formell bakgrunn innen økonomi. Til sammenligning oppga fire av deltakerne at de hadde mye matematikk i utdanningen, og fem hadde noe, men de fleste hadde lite eller ikke noe matematikk i utdanningen.

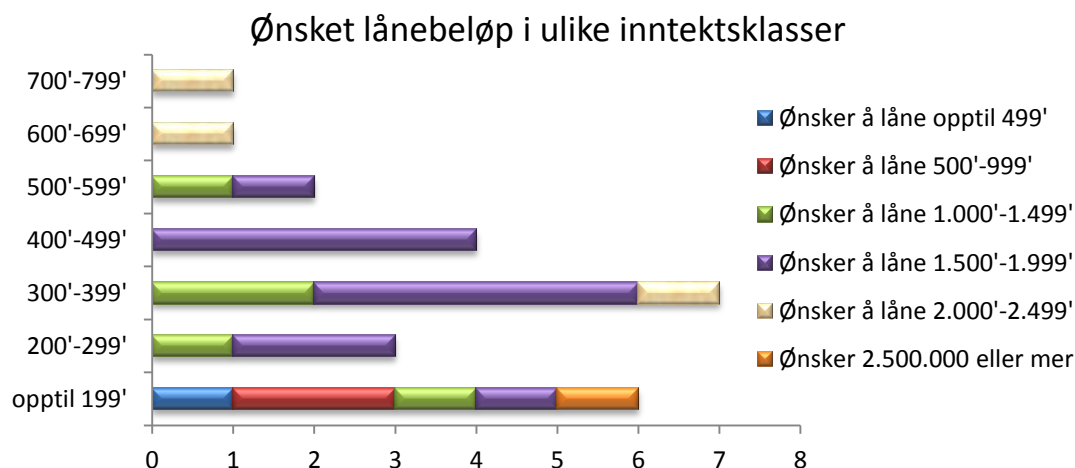


Tabelltekst: Tabellen viser andel økonomi i utdanningsbakgrunnen til deltakerne. N=24.

Inntektsforhold og ønsket låneopptak

Halvparten av deltakerne var fulltidsansatte, de øvrige var studenter, tillitsvalgte, arbeidsledige eller i permisjon. Ingen arbeidet eller hadde arbeidet innen bank og finansnæringen.

Deres brutto husstandsinntekt varierte fra opptil 199.000 til 799.000. De fleste lå mellom (opptil) 199.000 til 399.000. Kun tre hadde en samlet husstandsinntekt på over 500.000,-. Av deltakerne bodde 15 i enkeltpersonshusholdning, mens sju hadde to voksne i sin husholdning. Fire av deltakerne hadde ett barn i husholdningen.



Halvparten av boliglånerne ønsket å låne fra kr. 1.500 000 til kr. 1.999.000. Bare fire ønsket å låne mer enn dette beløpet. Sammenhengen mellom låneønske og inntektsnivå er ikke åpenbar. Ved å se bort fra spesielle case (som låneren som ønsket å låne 2,5 mill. med en inntekt på under 199.000), er det en viss tendens til positiv korrelasjon mellom inntektsnivået og låneønske.

Av deltakerne hadde 15 studielån, en billån og fem forbrukslån. 16 av deltakerne hadde BSU-konto - tre fjerdedeler av de mannlige deltakerne og litt over halvparten av kvinnene.

Erfaringer med større kjøp

Siden denne undersøkelsen dreier seg om adferdsøkonomi, og vi ønsket å studere forbrukeres adferd ved opptak av boliglån, var det også interessant å se på deres tidligere erfaringer med finansiering av større kjøp. Vi stilte derfor spørsmål om finansiering av bilkjøp og utdanning. Utvalget er her for lite til å trekke noen konklusjoner av generell karakter, men denne analysen forteller noe om deres forhold til å ta opp lån ved finansiering av større kjøp.

Av de som hadde kjøpt bil (N=11), hadde sju betalt med oppsparte midler, en tatt opp billån og tre fått bilen i gave fra foreldre eller andre. Her var det altså liten lånefinansiering, og høy bruk av egenkapital.

Finansiering av utdanning (N=15) er også interessant fordi det innebærer relativt store kostnader og foregår over lengre tid. I vårt begrensede utvalg var bildet ganske differensiert, i den forstand at de med lang utdanning ikke var dem som søkte alternativ finansiering til låneopptak. Tvert imot er det flest av de med kortere utdanning (videregående skole til og med Bachelor-nivå) som har fått finansiering fra andre kilder enn studielån. Det ser også ut til at finansieringskildene til utdanning endrer seg underveis, ved at det for eksempel kommer en arv inn i bildet, eller at arbeidsgiver betaler. Om lag halvparten tok opp fullt studielån, og av disse arbeidet halvparten i tillegg.

Egen rangering av økonomi og matematikk-kompetanse

Vi spurte også deltakerne om å rangere sin kompetanse i økonomi i forhold til en gjennomsnittlig person i Norge. To tredeler av deltakerne rangerte den som over middels, og en deltaker som meget god. En tredel rangerte sin økonomikompetanse som noe under middels. Altså anser de fleste seg som kapable til å forholde seg til økonomi i hverdagen. Dette stemmer godt med andre forbrukerundersøkelser, der norske forbrukere kommer godt ut med høyeste rangering, blant annet i en europeisk forbrukerundersøkelse fra 2011⁴.

Deltakerne ble også spurt om å rangere sine kunnskaper i matematikk. Der var bildet mer variert, med 10 under middels og 14 over middels rangering. Av de som rangerte seg under middels, var 6 på nest laveste nivå.

Generell økonomisk kompetanse

Deltakerne ble stilt en del spørsmål om økonomisk forståelse, blant annet knyttet til inflasjon og sparing. Det klassiske spørsmålet⁵ her er: Hvis inflasjonen er 5 % og renta på dine sparepenger er 3 %, vil du ha mer eller mindre kjøpekraft om et år? På dette svarte 60 % (14 stykker) riktig, det vil si at den vil bli mindre. En fjerdedel (6 stk) havnet i vet ikke-kategorien, og de øvrige svarte feil. Dette tyder også på at det er en del usikkerhet rundt hva inflasjon har å si.

Alle deltakerne svarte riktig på spørsmålet om det lønte seg å få et avslag på kr 300 eller 10 % på en TV som har kostet kr. 2500, det vil si at de foretrakk avslaget på kr. 300.

Halvparten av deltakerne svarte feil på hva en vare hadde kostet før merverdiavgift. Det er kanskje uvant for folk flest å tenke på denne måten, siden man som forbruker sjelden trenger å regne på dette, og de fleste priser er inkludert merverdiavgift. Som annen kompetanse, må også økonomisk kompetanse bli brukt for ikke å gå i glemmeboka. Flere av deltakerne nevnte også i sluttintervjuet at de hadde glemt mye av det de hadde lært på skolen.

Boliglån

Deltakerne ble stilt spørsmål om renter og avdrag på serielån. Her svarte hele 79 % (19 stykker) riktig.

Du har 2 millioner i boliglån. Renta er 4 % første året, du har nedbetaling over 20 år med like stor andel av lånet hvert år. Hvor mye betaler du i henholdsvis renter og avdrag det første året?		
Svaralternativ	Prosent	N
80.000 og 100.000	79 %	19
100.000 og 80.000	13 %	3
110.000 og 120.000	8 %	2
Vet ikke	0 %	0
	100 %	24

I neste spørsmål ble det gitt i oppgave å beregne renter og avdrag for det siste året av løpetiden, inkludert rentestigning. Dette er et realistisk scenario, og rentestigning er viktig å ta høyde for når man inngår låneavtaler. På dette spørsmålet svarte 14 av 24, eller 60 % riktig.

⁴ Lisbet Berg SIFO 2011

⁵ Dette spørsmålet er også brukt i Lusardis indeks over finansiell literacy.

Det samme lånet har løpt i 19 år. Du har ett år igjen. Men nå er renta steget til 7 %. Hvor mye betaler du i henholdsvis renter og avdrag dette siste året?		
Svaralternativ	Prosent	N
7000 og 80.000	21 %	5
17.000 og 100.000	21 %	5
7000 og 100.000	58 %	14
Vet ikke	0 %	0
	100 %	24

Men det vanskeligste spørsmålet var uten tvil det som relaterte seg til boliglån og skatt. Kun 2 av 24, eller ca. 8 % hadde riktig svar på dette spørsmålet. De andre hadde åpenbart glemt å regne inn skattefradraget på 28 %. Dette viser at boliglån er komplisert, og krever at man holder seg oppdatert og kombinerer kunnskap fra flere områder, både fra økonomi, matematikk og kunnskap om skatteregler. Desto viktigere er det at de som er profesjonelle forvaltere av denne kunnskapen formidler den på en godt formidlet og forståelig måte for den enkelte forbruker.

3.2. Resultater fra boliglånsquizen

Deltakerne ble også stilt en del relevante spørsmål om økonomi i en boliglånsquiz. Det første spørsmålet handlet om lånetyper. Flertallet svarte riktig på at lånetypen som har like store avdrag på lånet hver måned, er serielån. Men usikkerheten er stor.

Hanne betaler et like stort avdrag på lånet hver måned. Hvilken type lån har hun?		
Svaralternativ	Prosent	N
Serielån	62 %	13
Annuitetslån	10 %	2
Vet ikke	29 %	6
	101 %	21

Over halvparten (12 stk) klarte å definere annuitetslån som et lån der man betaler et like stort beløp inkludert renter på lånet hver måned. Vet ikke-andelen var også her stor.

Kristian betaler et like stort beløp inkludert renter på lånet hver måned. Hvilket lån har han?		
Svaralternativ	Prosent	N
Serielån	14 %	3
Annuitetslån	57 %	12
Vet ikke	29 %	6
	100 %	21

Lån med rentetak er en lånetype som ikke er like godt kjent blant folk flest. Det er heller ingen lånetype bankene lett anbefaler. I vår kontaktrunde med fem større banker før undersøkelsen

startet, hadde kun en, Nordea, lån med rentetak. Likevel klarte flertallet å svare riktig på spørsmål om lån med rentetak.

På Anders sitt lån kan renta øke opp mot 5% i nærmeste treårsperiode. Hvilket lån har han ?		
Svaralternativ	Prosent	N
Fastrentelån	0 %	0
Lån med rentetak	52 %	11
Lån med flytende rente	43 %	9
Vet ikke	5 %	1
	100 %	21

Når det gjelder valutilån, klarte det store flertallet å skille ut valutakursen i lånets løpetid som den faktoren som vil være den mest avgjørende faktoren for om valutilån lønner seg.

Monica skal kjøpe bolig, og vurderer valutilån i Euro. Hvilken faktor vil være mest avgjørende for om det vil lønne seg å ta opp lån i Euro?		
Svaralternativ	Prosent	N
Det kommer an på valutakursen ift. norske kroner på avtaletidspunktet	14 %	3
Det kommer an på endringer i valutakursen i lånets løpetid	76 %	16
Det kommer an på størrelsen på gebyrene på valutilån	0 %	0
Vet ikke	10 %	2
	100 %	21

På spørsmål om lønnsomheten til fastrentelån er avhengig av utviklinga på bankenes flytende utlånsrente i avtaleperioden, svarte 80 % bekreftende.

Hvilke påstander er riktige her? <i>3) Om fastrentelån lønner seg, avhenger av utviklinga på bankenes flytende utlånsrente i avtaleperioden.</i>		
Svaralternativ	Prosent	N
Riktig	80 %	17
Galt	10 %	2
Vet ikke	10 %	2
	100 %	21

Holdninger til fast og flytende rente

Vi la videre inn holdningsspørsmål til fastrente og flytende rente. Påstanden som ble framsatt var: "Fastrentelån er dyre." Halvparten mente at fastrentelån var dyre, mens 20 % mente det var galt.

For påstanden: "Lån med flytende rente er mest lønnsomme", svarer 40 % bekreftende, og 40 % vet ikke, mens 20 % var uenige. Det oppsiktsvekkende her er hvor mange som er usikre på lønnsomheten til det som er den suverent mest utbredte lånetypen i Norge.

I alt er det i det begrensede utvalget 20 % som vi kan slutte har en preferanse for fastrentelån. I Finansielle utviklingstrekk 2011 rapporterer Finanstilsynet at 5,5 % av husholdningenes lån er

fastrentelån. Sammenliknet med andre land i Europa er prosentandelen av den norske befolkningen som faktisk velger fastrente på boliglånene sine lav.

Rettigheter og kompetanse

Den europeiske studien av forbrukere Consumer Empowerment study (2011) viste at norske forbrukere rangerte seg på det høyeste nivået i forbrukerstyrke⁶, og på andreplass i Europa i forhold til tallforståelse. PISA-undersøkelsene for studenter viste imidlertid at norske studenter presterte middels resultater i matematikk, og lavere enn studenter i flere land i Europa.

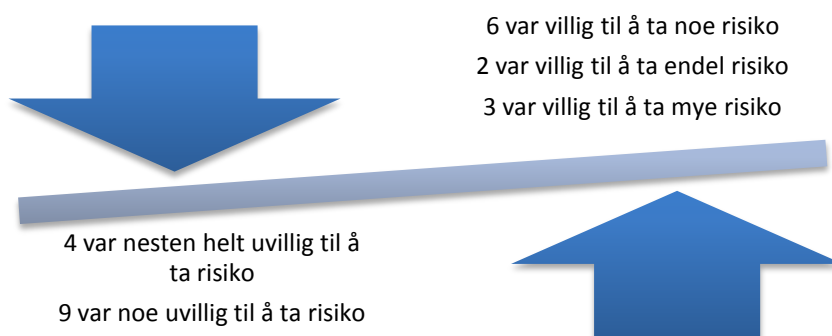
Det kan også se ut som at deltakerne i vårt utvalg opplevde at de hadde en bedre økonomiforståelse enn matematikkforståelse. Og i forhold til å forstå innholdet i en boliglåns pakke, og tenke konsekvenser fram i tid, er det nødvendig med regneferdigheter. Selv om bankene gjerne presenterer denne informasjonen, blir dette selgers dokumentasjon og anbefalinger. Bankenes dokumentasjon blir i tillegg ofte presentert på en måte som forutsetter meget god tall- og leseforståelse hos de som mottar informasjonen.

Skal man som forbruker undersøke og kvalitetssikre bankens beregninger slik de presenteres i dag, er det nødvendig å ha gode matematikk-kunnskaper for å forstå tallgrunnlaget. Et alternativ er å få en uavhengig tredjepart til å gå gjennom bankens regnestykker og kvalitetssikre innholdet. Problemet er også at bankene ikke nødvendigvis vil gi ut grunnlaget for sine beregninger i første omgang⁷, selv om de kan gjøre dette på forespørsel. Et annet moment er om forbrukeren opplever at han/hun har tid til å gå inn i dette på dette tidspunktet i boliglånsprosessen.

Holdning til risiko

Deltakerne ble spurt om sin holdning til risiko. Låneopptak er en beslutning som er forbundet med en viss risiko, avhengig av låneprodukt, utviklingen i markedet, og lånerens betalingsevne.

Her var fordelingen slik at noe over halvparten ønsket heller å unngå å ta risiko framfor å ta risiko.



⁶ Når vi omtaler norske forbrukere som høyest på forbrukerstyrke, vil det si at nordmenn føler seg trygge i forbrukerrollen. Forbrukerstyrken avhenger på den ene siden av den enkelte forbrukers ressurser (forbrukerkunnskap, økonomi, m.m.) og på den andre siden forbrukernes rammevilkår.

⁷ De fleste bankene beregner boliglån i egne dataprogrammer der kundene ikke har tilgang til beregningsgrunnlaget.

4. Informasjonssøk og kjøpsprosess

”Eiendomsmarkedet går alltid oppover. Særlig på Grünerløkka. Avdragsfrihet hele studietida er bra, vi fikk lån på 100 % av boligkjøpsprisen. Banken anbefalte ikke at vi brukte BSUen.” Uttalelse fra Tester uke 2

Deltakerne i denne boliglånsundersøkelsen var i gang med å søke etter bolig og boliglån, og i surveyen om boliglån (1) oppga flertallet internett som den mest brukte kilden til informasjon om boliglån. Hele 82 % hadde brukt internett som kilde. 73 % hadde brukt venner og familie som kilde, og halvparten hadde mottatt informasjon fra sin fagforening. De andre informasjonskildene, låneformidler, Forbrukerportalen, eiendomsmegler og hovedbankforbindelse, hadde under 10 % oppslutning. Det at for eksempel hovedbankforbindelse også lå under 10 %, kan ha sammenheng med at disse boliglånsøkerne fortsatt var i tidlige faser av prosessen med lånesøk.

60 % rangerte bankenes informasjon som mer god enn dårlig, og 30 % rangerte informasjonen som mindre god. Kommentarene i surveyen gikk på at det var for lite forklaring på begreper i bankenes informasjon, og lite informasjon om selve kjøpsprosessen, som boliglån er en del av.

For å foreta et godt valg vedrørende boliglån, vil de fleste forbrukere ha behov for å øke sin kompetanse om boliglån, og oppdatere seg på statusen i markedet i forhold til hva som er et realistisk lån å få ut fra forbrukerens situasjon og lånebehov. Boliglån er et så spesifikt produkt og henger sammen med en transaksjon de fleste kun foretar noen få ganger i livet, så erfaringslæringen vil ikke være særlig stor.

Utstrakt bruk av erfaringslæring uten kontekstualisering ift. markedet, kan faktisk medføre ulønnsomme økonomiske beslutninger. Et eksempel kan være at man foretrekker fastrente, fordi det lønte seg i en situasjon der renta økte mye tidligere, mens man i en annen markedssituasjon vil kunne tape på fastrente, fordi effekten av rentesvingningene utlignes over tid.

Dette tilsier at det er behov for et visst kunnskapsgrunnlag som verktøy for å forstå den økonomiske markedssituasjonen for renter og lån, og samtidig oppdatere seg på status quo.

Selve boliglånsprosessen vil gjerne være preget av et visst tidspress når forbrukeren har funnet en aktuell bolig, og når det først er skjedd, blir det liten tid til å orientere seg i markedet, fordi man må følge med på budrunden.

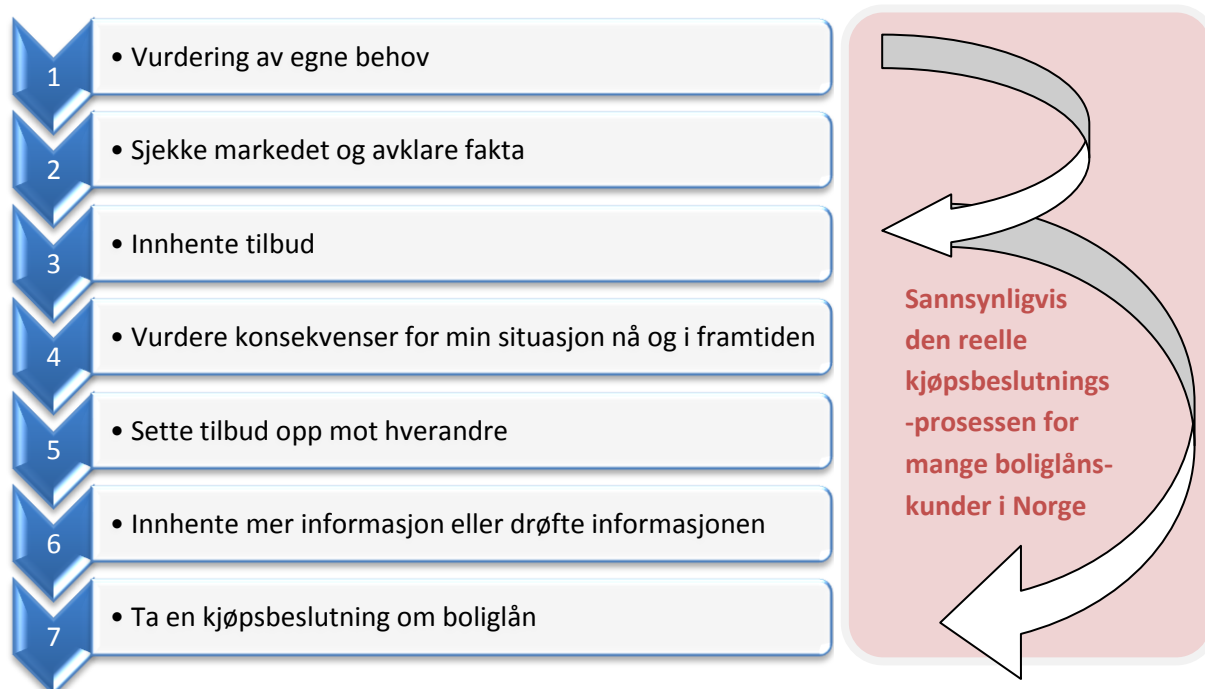
Vi kan anta at de fleste unge boliglånsøkere vil starte orienteringsrunden med å søke på internett, siden unge forbrukere har et aktivt forhold til internett som informasjonskilde. Som vår survey viste, var ikke alle like fornøyde med denne informasjonskilden. I tillegg trenger man ofte å drøfte og diskutere innholdet av informasjon som man skal bruke til å ta større beslutninger. Rackham kaller dette å vurdere alternativer (Rackham, 1994).

For å foreta en kjøpsbeslutning trenger man altså å vurdere informasjonen om tilbudet i forhold til egne behov, og vurdere hvilke konsekvenser og muligheter dette tilbudet vil føre til i framtiden, samt

i hvilken grad tilbudet er verdt prisen for å tilfredsstille disse behovene. Dette kan også kalles veiledning eller rådgiving.

Tilgangen på slike hjelperessurser knyttet til informasjonsinnhenting forut for vurdering av et konkret lånetilbud er ikke nødvendigvis stor, siden veiledning om boliglån for de fleste boliglånssøkere skjer i kontakt med den banken som tilbyr boliglånet man mer eller mindre har bestemt seg for å ta.

Undersøkelser av professor Ellen K. Nyhus ved Universitetet i Agder viser at bare en fjerdedel av bankkundene undersøker flere alternative tilbydere før de bestemmer seg⁸. Altså er det en mulighet for at boliglånere, istedenfor å gjennomgå en grundig vurdering og kjøpsprosessanalyse, hopper fra behovsvurdering, til å innhente ett enkelt tilbud fra sin hovedbank, til å ta opp boliglån. Dette står i kontrast til forestillinger om prosessuelle kjøpsbeslutningsmodeller som for eksempel Neil Rackham har vunnet anerkjennelse for:



Dermed blir den andre mellomliggende informasjonen som skulle bidratt til en bedre kjøpsbeslutning kun sandpåstrøing. Dersom dette er den prosessen boliglånerne befinner seg i, blir antagelig ikke den mellomliggende informasjonen vurdert som like viktig som det faktum at man får tilgang til boliglånet.

Situasjonsfaktorer kan medføre forenklete beslutninger

***"Vi blir kastet ut pga. huseier vil ha leiligheten selv."/*"kontrakten med OBOS utløper. Vi får ikke lån – hjelp, hva gjør vi? Dyrt å leie, og hvor får vi så billig husleie? Bedre å betale på noe til oss selv."** Uttalelse fra tester, uke 2

Fra adferdsøkonomi, vet vi at potensialet for informasjons-overload er stort, når det er mye informasjon å sette seg inn i på kort tid. Da vil potensielle kjøpere antagelig selektere informasjon på

⁸ For kort presentasjon se : <http://www.aftenposten.no/okonomi/innland/Sjekker-sjelden-privatokonomien-6762950.html>

basis av heuristikker⁹, og foreta forenklete valg. Vi kan derfor anta at det som stikker seg ut i denne modellen blir 1. Behovet for lån og 2. Lånetilbudet. I en rask/forsert kjøpsprosess vil dette stå fram som det viktigste (prominente faktorer), som vi vil agere på/handle i forhold til.

Handlingens konsekvenser, dvs. konsekvensene av å ta opp lånet for lånerens hverdag (betale avdrag, kanskje redusere forbruket) vil bli et ikke-fokusert tema inntil regningene på lånet begynner å komme (konsekvensene materialiseres). Vanligvis vil det også dukke opp en prisbekymring like før selve kjøpet¹⁰ (Rackham, 1994), for eksempel ved signatur av boliglånsavtalen, men siden mange da er bundet av å ha lagt inn et bud på boligen og kanskje vunnet budrunden, vil antagelig de færreste bruke denne bekymringen til å gjennomgå lånet en gang til.

Dette indikerer en boliglånskjøpsprosess som ikke favoriserer rasjonell gjennomtenkt handling, men som kan medvirke til at det tas raske og til dels impulsive beslutninger basert på kjøpseufori.

De fire rådgiveroppgavene i dagens kjøpsprosess av boliglån

Det er også derfor selger i banken har en meget sentral rolle i boligkjøpsprosessen. Selger fungerer som:

- **Informasjonsformidler** om boliglån og markedet
- **Informasjonsavklarer** (bekrefte eller avkrefte oppfatninger om hva som er fakta)
- **Veileder** i forhold til samsvar mellom behov og kjøp, og i tillegg
- **Selger** av bankens låneprodukter

Dette er mange oppgaver å legge i en rolle, og ville i mange andre sammenhenger blitt sett på som uheldig i forhold til habilitet (hvilken side er du på nå? Bankens eller kundens?), saklig informasjonsformidling (kan vi stole på denne informatøren?) og beskyttelse av forbrukerens interesser (versus bankens interesse av å tjene på boliglånet). Et parallelt tilfelle ville være om en lege skulle bidra til å stille en diagnose, anbefale en medisin eller et inngrep, og bli betalt av legemiddelprodusenten eller kirurgen i etterkant.

5. Resultater fra kundesamtalene

5.1. Test av kommunikasjon knyttet til risiko ved boliglån

I selve samtalen med selger, ønsket vi å teste hvordan deltakerne reagerte på hans kommunikasjon av risiko knyttet til boliglånstypene, og om dette endret deres preferanser for boliglån.

I uke 1 informerte selger de 10 første deltakerne om flere lånetyper og tydeliggjorde risiko visuelt ved å vise en visuell modell for risikohierarki.

I uke 2 informerte selger de 10 neste deltakerne om flere lånetyper og fortalte om risiko, men unnlot å bruke en visuell modell for risikohierarki. Han fikk i tillegg instruks om å øke risiko på lånene låntakerne ønsket betraktelig. Denne uka brukte han i praksis tid på råsalg.

⁹ Fra engelsk "heuristic" - brukes i betydningen: erfaringsbasert (bevisst eller underbevisst) tommelfingerregel

¹⁰ Rackham beskriver 5 kjøpsfaser i sin forskning på kjøpsprosesser: Endringer over tid, bevissthet om behov, vurdere alternativer, bekymring før beslutning og beslutning og gjennomføring (Rackham, 1994).

Selgeren fikk ikke lov til å lyve eller bruke useriøse salgsteknikker under disse samtalene. Han ble observert og korrigert dersom han opererte utenfor ukens manus.

Vi observerte at selger i tillegg tok en del "sosiale hensyn", spesielt i uke 1. Det artet seg slik at han unnlot å "selge" svært risikofylte låneprodukter til deltakere som åpenbart hadde en svak privatøkonomi og var utenfor arbeidsmarkedet. Det er mulig selger hadde agert mer som en nyttemaksimerende selger uavhengig av deltakernes profil dersom han hadde fått belønning for å selge opp boliglånsrisiko (ref. den europeiske studien og Thaler/Ariely), men det er også mulig at tendensen til å beskytte de "svake" var dypere forankret hos denne selgeren, og derfor ville holdt seg på tross av direkte incentiver (Gilovich and Griffin).

Vi vurderte det uansett slik at dette ville gå utover den eksterne validiteten i studien, siden det faktisk ikke er slik at bankselgere i Norge får bedre betalt av å selge høyere eller mer risikofylte lån. Det som imidlertid er tilfelle, er at de har et budsjettmål å leve opp til. Dermed er det slik at i den grad at etterspørselen etter lån ikke er tilstrekkelig høy, kan det medføre et økt press på selgerne om å øke beløpet på boliglån til faktiske kunder.

Etter samtalene med selger, ble det foretatt intervjuer med deltakerne. De fikk spørsmål om rangering av vurderinger knyttet til lån, det vil si hvem sine synspunkter de tilla mest vekt: Egne, familie, venners eller selgers. De ble også intervjuet om prosessen knyttet til informasjonssøk, for om mulig å finne ankere for deres preferanser knyttet til boliglån. For uke 2 deltakere, ble dette et "sannhetens øyeblikk", ved at vi avslørte vår bestilling til selger om oppsalg av risiko på lånene. De ble også orientert om lånealternativer som passet bedre til en lav/middels vurdering av risiko knyttet til boliglånet.

De etiske sidene ved denne studien ble grundig vurdert, og vi kom fram til at selv om deltakerne ble overtalt til å ta høyere risiko i lånesamtalen, kunne eksperimentet forsvares ved at vi like etter den aktuelle samtalen med selger ga korrigerende innspill, med spesifikke anbefalinger. Dette ble spesielt vektlagt i forhold til deltakere som hadde økt mye i risikoklasser og beveget seg høyt opp i lånehierarkiet.

5.2. Selgeradferd og kjøperatferd i kundemøtene

Observasjonene viste at dynamikken i samtalene var ganske lik for de enkelte kundemøtene. Selger ledet samtalene, og det var en tydelig asymmetri i kommunikasjonen, der selger hadde et kompetanseovertak. Selger var innom alle de fire rådgiveroppgavene i samtalene. I salgsrollen opptrådte han som en push-selger, dvs. ved å forsøke å overbevise kunden om hva som svarer på kundens behov. Dette er en ganske vanlig dynamikk i salgssamtaler.

Vi observerte den verbale kommunikasjonsatferden med et semi-bredt spekter av talehandlinger slik at vi kunne danne et beskrivende bilde av samtalen mellom selger og låntaker. Vi skilte dessuten innholdet i talehandlingene i forhold til om de innholdsmessig var rettet mot låntakers situasjon og virkelighet, eller mot selgers løsning og virkelighet. Her ble for eksempel SIFO-tall betraktet som låntakers virkelighet idet SIFO-tall representerer en statistisk framstilling av "hvermanns" økonomiske situasjon. Ulike former for finansiering/lånetyper ble derimot betraktet som løsningsalternativer rettet mot selgers virkelighet.

Følgende hovedkategorier talehandlinger¹¹ ble observert. Tall i parentes er andel talehandlinger rettet mot selgers løsning og virkelighet:

Kategori	Selger uke 1	Låntaker uke 1	Selger uke 2	Låntaker uke 2	Selger samlet	Låntaker samlet
Forslag emne	43 (23)	23 (13)	66 (61)	33 (31)	109 (84)	56 (44)
Støtte	164 (53)	141 (73)	292 (107)	242 (146)	456 (160)	383 (219)
Innvende	41 (28)	39 (17)	60 (37)	61 (35)	101 (65)	100 (52)
Søke Info	318 (177)	61(38)	632 (254)	102 (75)	950 (431)	163 (113)
Søke Forslag	2 (2)	2	11 (10)	1	13 (12)	3 (0)
Teste Forståelse	85 (33)	67 (58)	94 (37)	80 (57)	179 (70)	147 (115)
Sammenfatte	2 (1)		7 (5)		9 (6)	0
Gi Info	595 (441)	389 (253)	802 (624)	952 (397)	1397 (1065)	1341 (650)
Andre kategorier	25	0+3	22	2+1+3+19	47	28
TOTAL	1267	725	1986	1496	3261	2221

Avbryte	47	24	121	37	168	61
Speiling	11	5	22	4	33	9
Latter	47	2	91	23	138	25
Motivere for neste	18	0	60	0	78	0
Lade	11	10	22	5	33	15

* beskrivelse av begrepene i hver kategori følger vedlagt.

I denne oversikten ser vi at tendensen er svært entydig (også når vi kontrollerer for variasjon i hver enkeltsamtale). Selger snakker vesentlig mer enn låntaker (hhv 75 % mer i uke 1 og 35 % mer i uke 2, sammenlagt 47 % mer). Dette er ett av flere typiske kjennetegn for push-salg (Rackham, 1994).

Enda tydeligere kommer push-stilen fram når vi ser at selger kommer med forslagene, gir mest informasjon og styrer dialogen ved å stille hovedtyngden av spørsmålene. Underliggende ser vi også at selger avbryter mest, motiverer for neste spørsmål eller temaskifte, og for øvrig dominerer samtalen.

Tendensen til push-stil øker i uke 2 og asymmetrien i dialogen forsterkes ytterligere. Vi ser også i uke 2 at samtaleinnholdet dreies mot mer løsningsprat enn behov og situasjon hos låntaker.

Et annet mønster ville være pull-salg, der selgeren forsøker å få kunden til å undersøke sine problemer og behov, og strekke seg etter, eller etterspørre en løsning i sterkere grad. Det fordrer også at det brukes mer tid på utdyping av kundens problem, behov og mulige løsninger av problemet.

Ved at selve lånesamtale - situasjonen karakteriseres av push-salg, blir salg av boliglån et såkalt "simpelt kjøp". "Simple kjøp" er for eksempel å gå i kolonialbutikken og handle melk og brød, altså ikke en type kjøp som samsvarer med kompleksiteten av å ta opp et boliglån. Et boliglån er en mye større kjøpsbeslutning, det får konsekvenser for forbrukeren og familien over tid, prisen (renta og betingelsene) kan endre seg underveis, og det er en langsiktig forpliktelse. Hvorfor anvendes da push-salg?

Muligens har dette tilknytning til selve boligkjøpsprosessen, der boliglån er en underordnet kjøpsprosess og preget av tidspress. Det kan også være resultatet av en kultur i bankene, for eksempel at boliglån er et salgsprodukt, der mindre ressurser brukt på innsalget, øker salgsmarginen.

¹¹ For forklaring og utdyping av metode og kategoriene i tabellen, se Vedlegg 4.

Det foreligger i dag ingen detaljert lovregulering av hvordan salg av boliglån skal foregå, slik det for eksempel gjør når det gjelder salg av spareprodukter (MiFID)¹².

Når du får 1,5 millioner i lån, blir du voksen, men har du skjønt det?

Selger hadde en tydelig styring av samtalen, indikert ved at selger tok 10 ganger så mye initiativ som låntaker, og stilte 14 ganger så mange spørsmål til låntakeren. Selger gjorde ikke forsøk på å få fram en refleksjon om hva denne nye situasjonen med lån ville innebære for lånekunden. Det ble kun gitt referanser til hva andre gjorde, hva som lønte seg osv. 81 % av samtalehandlingene til selger var klargjørende og erfaringsbaserte, og 50 % refererte til historiske fakta, dvs. hva andre hadde gjort i en lignende situasjon. Men kunden ble ikke oppfordret til å tenke gjennom konsekvenser av låneopptaket for husholdningen og privatøkonomien, og hvordan hverdagen kunne bli endret. Siden det å ta opp boliglån er en så stor økonomisk beslutning, er det litt betenkelig at denne siden av saken ikke ble tatt opp og drøftet.

Vi har kun analysert samtaledynamikken hos en selger, og kan derfor ikke si noe om dette er representativt for lånesalg, men tatt i betraktning den relativt korte tiden bankene bruker på lånesamtaler, er det tvilsomt om de rekker å anvende en pull-salg-metode. Det kan også konstateres at en push-salg-metode ikke tilfredsstiller de forventninger man som forbruker bør ha til å få belyst alle relevante sider ved å inngå en så omfattende kjøpsforpliktelse.

5.3. Samtaledynamikk i lånesamtalene

Uke 1 – samtaletid ca. 40 min.	Uke 2 – samtaletid ca. 20 min.
Hva ønsker du?	Hva ønsker du?
Foreslå innhold i samtalen	Foreslå innhold i samtalen
Gi introduksjon/kunnskapsoverføring om økonomi, kapital, framtidsutsikter, muligheter for lån, vise lånetyper med visuell framstilling	La oss se på din økonomi og hvilke lån du kan få
Lang tid på personlige spørsmål om jobb, utdanning, stabilitet	Utdanning og jobb
SIFO-tall. Lånerådgiver overtar med virkelighetsbeskrivelse av låntakers situasjon	Kortere versjon med SIFO-tall
Spørsmål om ønsket bolig	Nå skal du få se hva som er mulig
Dette lånet kan du få, og hvilke andre muligheter har du	Dette er lånet for deg

Hvordan responderte forbrukere på selgers adferd?

¹² Ved salg av spareprodukter pålegges selger å kartlegge kundens økonomiske situasjon, informere om tidshorisont, totale kostnader og tilgjengelighet, samt gi kunden tid til å områ seg i tillegg til et profesjonelt ansvar for å finne egnede og hensiktsmessige produkter som ivaretar kundens interesser. Det stilles også krav til dokumentasjon om at dette er gjort.

Uke 1: Selger overfører kunnskap og visualiserer risiko

Den første uka fikk altså selger instruksjoner om å informere tydelig om risiko og betingelser ved de ulike boliglånsalternativene. I tillegg valgte selger å visualisere risiko ved å bruke en risikopyramide over de ulike lånetypene. Vi kan kalle rangeringen av disse boliglånstypene for risikoklasser¹³.



Boliglån med investering (BMI) innebærer at låntaker i tillegg til å ta opp boliglån investerer i aksjemarkedet eller i enkeltaksjer. Boliglån med sparing (BMS) innebærer at låntaker i tillegg til å ta opp boliglån, innleder en spareplassering, for eksempel i form av fondsplasseringer. De to sistnevnte låneproduktene ble presentert av selgeren, og er produkter som eksisterer i markedet.

Tilbakemeldingene fra boliglånerne denne uka var at de hadde fått mye god informasjon om boliglån, og at de hadde lært mye. Flere uttalte at her fikk de informasjon og kunnskap de ikke hadde hatt tilgang på andre steder. Noen syntes det var krevende å ta stilling til all informasjonen, siden de kunne lite om dette fra før. Det kan være et tegn på at de opplevde informasjons-overload.

Boliglånerne uttalte følgende om sine hovedinntrykk:

”Veldig bra, fikk mye info som jeg ikke hadde før, blant annet om fastrentealternativer, og hva jeg har mulighet til å få via Husbanken. To tidligere lånerådgivere har ikke fortalt meg dette.”

..”fikk perspektiv på økonomien, være realistisk. Tapsgrense – se muligheter og hva man må betale.”

¹³ Det er flere kriterier denne rangeringen kunne vært gjort i forhold til. Vi valgte i denne undersøkelsen å fokusere på risiko i form av uforutsigbarhet. Siden alle lån per definisjon også inneholder et risikoelement, er en forståelse av denne risikoen sentralt for å ha mulighet til å konsekvensvurdere lånebeslutningen og foreta et godt valg.

Forut for kundesamtalen ble deltakerne spurt om sine preferanser i forhold til boliglånstype, og de fleste valgte lån med lav til moderat risiko – fastrentelån, 50 % fastrente/flytende rente og lån med flytende rente (risikotall 1-3).

Etter kundesamtalen valgte halvparten en noe høyere risiko på lånet, tre var stabile, og en gikk ned i risiko. Tabellen nedenfor beskriver denne endringen, der "før" er valg foretatt i forkant av kundesamtalen og "etter" valg foretatt like etter samtalen. De fleste har gått opp i risiko, kun en har gått ned, og tre har samme preferanse som før samtalen. I gjennomsnitt gikk de ti deltakerne opp 1,0 risikoklasser etter å ha gjennomført møtet.

Resultater fra kundesamtaler hvor selger overfører kunnskap og visualiserer risiko. N: 10			
	Preferanse før kundesamtale	Preferanse etter Kundesamtale	Bevegelse i forhold til risikoklasse
Deltaker 1	Flytende m rentetak	Flytende Serie/Annuitetslån	1
Deltaker 2	Flytende m rentetak	Flytende Serie/Annuitetslån	1
Deltaker 3	Flytende Serie/Annuitetslån	Flytende Serie/Annuitetslån	0
Deltaker 4	Fastrentelån	Fleksilån/rammelån	3
Deltaker 5	Flytende Serie/Annuitetslån	Boliglån med sparing (BMS)	2
Deltaker 6	Flytende Serie/Annuitetslån	Flytende Serie/Annuitetslån	0
Deltaker 7	Flytende Serie/Annuitetslån	Flytende m rentetak	-1
Deltaker 8	Fastrentelån	Fastrentelån	0
Deltaker 9	Fastrentelån	Flytende m rentetak	1
Deltaker 10	Flytende Serie/Annuitetslån	Boliglån med investering (BMI)	3
Gjennomsnitt for deltaker 1- deltaker 10			1,0

Uke 2: Selger utelater visualisering og kunnskapsoverføring og får beskjed om å selge mer

I uka etter fikk selger endrede instruksjoner. Instruksjonen var at han ikke skulle bruke risikopyramiden, og tone noe ned informasjonen om risiko, men ikke fullstendig utelate dette. Han fikk også beskjed om å selge mer.

Med denne nye og mer salgsrettede instruksjonen til selger, økte også deltakernes appetitt for de mer risikofulle boliglånsalternativene sammenlignet med deltakerne fra uken før. I gjennomsnitt gikk de ti nye deltakerne opp 2,2 risikoklasser etter å ha gjennomført møte med selger som hadde fått ny instruks.

Resultater fra kundesamtaler hvor selger utelater visualisering og kunnskapsoverføring og har instruks om å selge lån med høyere risikoklasse. N: 10

	Preferanse før kundesamtale	Preferanse etter Kundesamtale	Bevegelse i forhold til risikoklasse
deltaker 11	Fastrentelån	Flytende Serie/Annuitetslån	2
deltaker 12	Fastrentelån	Fleksilån/rammelån	3
deltaker 13	Flytende Serie/Annuitetslån	Flytende Serie/Annuitetslån	0
deltaker 14	Flytende Serie/Annuitetslån	Valutalån	4
deltaker 15	Flytende Serie/Annuitetslån	Boliglån med investering (BMI)	3
deltaker 16	Flytende Serie/Annuitetslån	Fleksilån/rammelån	1
deltaker 17	Fastrentelån	Flytende Serie/Annuitetslån	2
deltaker 18	Fastrentelån	Fastrentelån	0
deltaker 19	Fastrentelån	Flytende Serie/Annuitetslån	2
deltaker 20	Flytende m rentetak	Valutalån	5
Gjennomsnitt for deltaker 11- deltaker 20			2,2

Selger var altså i stand til å flytte de fleste testernes preferanser i løpet av en samtale på 20 minutter. Vi vet ikke om dette hadde gitt seg utslag i endrede valg i den virkelige verden, men det er store muligheter for at det hadde åpnet testernes interesse for å utvide universet av lånetyper og påfølgende risikoklasser som de skulle velge ut fra. Derfor er det så viktig at lånesøkere møter objektiv og balansert informasjon i starten av søkeprosessen.

5.4. Tillit til egne vurderinger versus tillit til selgers vurderinger

"Mitt ønske om kjøp, det vet jeg, men han introduserte meg for alternativene... det var viktigere å lytte til hans anbefalinger, bedre vurderinger."

Det mest slående ved undersøkelsen når det gjelder tillit til selger, er at den er stort sett lik i uke 1 og uke 2. Det vil si at selv om selger opptrer mindre balansert og mer "råselgende" i uke 2, nyter han fortsatt stor tillit hos testerne. Selger rangeres med tillit 4,6 på en skala fra 1-6 begge ukene. Testerne rangerer tilliten til sine egne vurderinger med henholdsvis 3,8, og 3,9.

Når testerne beskriver verdien av egne vurderinger knyttet til boliglån, går ord som mangler kompetanse, erfaring og usikkerhet igjen, og de uttrykker at de mangler kunnskap.

"Kan lite om dette"

"Vanskelig, er ikke veldig kapabel, må selv ta kurs."

"Er forholdsvis ukjent med dette."

Ser vi disse resultatene i forhold til den europeiske studien det ble vist til i innledningen, ble det også der påvist at testerne fulgte selgers anbefalinger selv om de visste at selger tjente på at de gjorde det. I vår studie bemerket et par av testerne i uke to at han skrudde opp risiko, og stilte spørsmål ved beregninger og objektivitet, men de ble likevel såpass påvirket at de endret sine valg i retning av mer

risiko. Gjennomgående ga testerne selger meget gode tilbakemeldinger på personlig framtoning og informasjonsformidling.

"Veldig hyggelig. Han ga veiledning, tenkte muligheter."

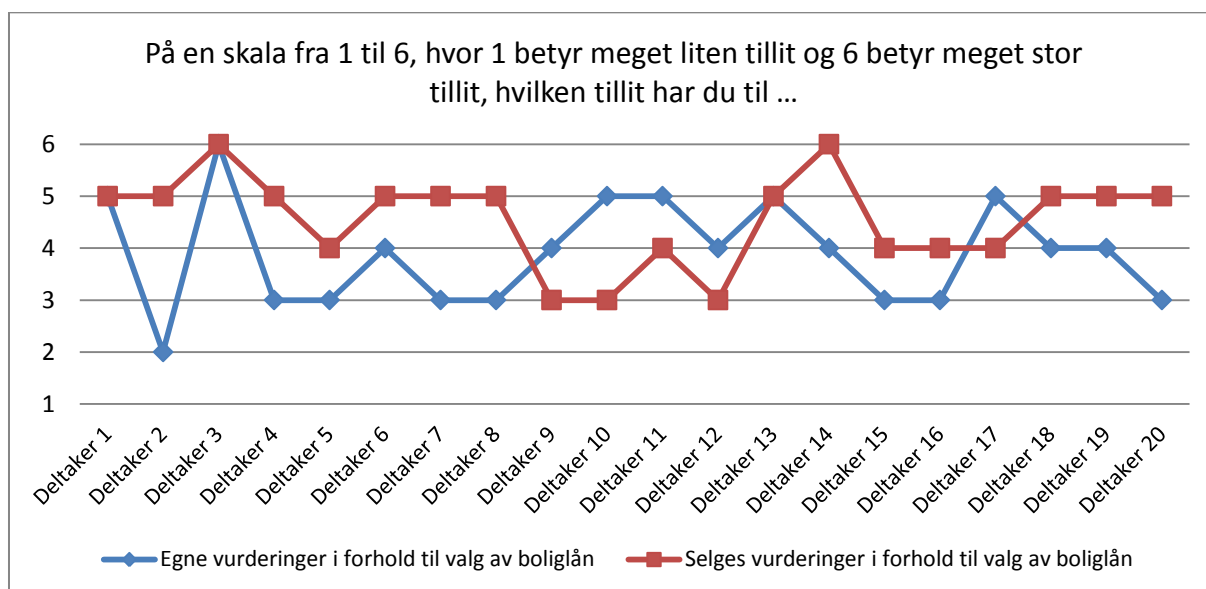
"De vet mye om hva som lønner seg. Det virket som han kunne dette."

"Så ut som en rådgiver. Ga gode råd. Sharp."

Det selger gjør i kundemøtet påvirker forbrukerne til å endre preferanser til mer risiko, selv om de i utgangspunktet er skeptiske.

Deltakerne i undersøkelsen viser gjennomgående større tillit til selges vurdering enn egen. Tillit er i undersøkelsen målt med en skala fra en til seks, hvor en er meget lav tillit og seks er meget høy tillit. I snitt for alle 20 deltakere scorer selger 4,55 på denne skalaen. Til sammenlikning gir deltakerne, når de evaluerer seg selv, en score på 3,9.

Testdeltakerne 1 til 10 som gjennomførte et kundemøte, hvor selger fokuserte på å gi informasjon, gir i gjennomsnitt selger en score på 4,6. Blant testdeltaker 11-20 (som møtte selger som var instruert i å selge låneprodukter med høyere risikoklassifisering) gir selger i gjennomsnitt en score på 4,5. Det er altså ingen nevneverdig forskjell i tilliten kundene har til selger.



5.5. Matematikk – tallferdigheter imponerer og turrer

Selgers hjelpemiddel i form av visuell presentasjon av risikopyramide ble brukt i uke 1. Testerne kommenterer også anvendelsen av regnemodeller for å komme fram til muligheter for lån. Noen av testerne ville også regnet mer på de ulike alternativene, og sett bakgrunns materialet.

”Lærerikt, fikk mye info og innsikt. Har fått forslag til løsninger på lang sikt. Han prata på mitt nivå, jeg forsto mer, selv om det var mye tall.”

En av testerne hadde høyere utdanning innen økonomiske fag, og selv om denne testerens karakteriserte selger som flink, kommenterte han følgende:

”Jeg ville tatt del i beregningen, for å se hva han la til grunn og hvordan han gjorde det.”

En annen tester kommenterte at hun:

”Ville sett på beregningene, ev. tatt dem med og sett på.”

5.6. Tolkning og bearbeiding av informasjon - bekreftelsesfella

”Var det ikke det jeg visste – valutalån lønner seg!”

”Fikk støtte til mine egne vurderinger, rådgiveren forsterket mine preferanser.”

Noen av testerne søkte bekreftelse for lånetypene de allerede hadde bestemt seg for, de uttrykte at det selger sa, bekreftet deres preferanser selv om de i mange tilfeller ble flyttet etter kundesamtalen. De som fikk verifisert sine preferanser og valgte likt før og etter kundesamtalen, er lett å forstå som bekreftelse av egne valg. Men hvordan kunne de som gikk opp i risiko også oppleve at deres preferanser ble bekreftet?

Det er i valgsituasjoner vi er mest påvirkelige, og ofte er våre inngående preferanser påvirkelige, ikke fastlåste, slik Essene & Apgar viste i sine undersøkelser om boliglån på det amerikanske markedet.

”Instead of being fixed, consumer preferences depend on how choices are framed, and the context and order in which information is presented. This can lead consumers to change their minds, or have preference reversals.” (Essene & Apgar, 2007).

Da selger kjørte sin innsalgsprosess, ble de mest risikofylte lånetypene framstilt i et fordelaktig lys, og vips endret preferansen seg – fordi den ble bekreftet. Disse testerne underkommuniserte også risikoen ved lånetypene i de retrospektive intervjuene, da de skulle begrunne hvorfor dette lånet (nytt valg) passet for dem.

Det første sitatet ovenfor, om valutalån, kom fra en tester som ble overbevist om gevinsten ved å ta valutalån. Han hadde fått en dobbel bekreftelse på at dette lønte seg ved en historie fra en kamerat som hadde tatt opp valutalån for å kjøpe hytte, og fra selgeren i samtalen. Dette skjedde kort tid etter avsløringene om store tap på valutalån i sveitserfranc hos lånere i Sandnes-regionen og tap hos boliglånere på valutalån i Ungarn. Spørsmålet er om boliglånerne klarte å ta inn over seg og kombinere informasjonen fra mediebildet og relatere den til egen situasjon. Surveyen viste at flere hadde problemer med for eksempel å skille ut effektene av inflasjonsøkning på avkastningen av sparemidler.

5.7. Råd fra familie og venner - boliglån som mestringsprosjekt

De som hadde kundemøtet i uke 2, fikk en uke ekstra på seg, fra de hadde fylt ut surveyene, til de ble invitert til samtale med selger. Vi regnet med at de derfor ville ha mulighet til å drøfte boliglånsopptak med familie og venner, og stilte derfor denne gruppen spørsmål om informasjon og vektlegging av informasjon fra familie og venner også. Her blir utvalget dermed 10 testpersoner, og det var store forskjeller på rollene til venner og familie. Mens venner ble brukt som informasjonskanal og kilde til erfaringer/ historier om boliglån, ble foreldrene direkte involvert i selve låneopptaksprosessen.

Dersom vi går tilbake til historien med valutalån og kameraten som hadde tatt opp et slikt lån, var det lite i historien slik den ble fortalt, som bekreftet den faktiske suksessen. Kanskje var ikke valutalånet så lønnsomt likevel, men kameraten ville gjerne holde på forestillingen om at han hadde gjort noe smart, og fortalte ikke dette til sine venner.

Kanskje er det slik med boliglån også. Dersom man har inngått en boliglånsavtale som egentlig ikke var så gunstig, har man ikke lyst til å snakke om det blant venner og familie, fordi det ødelegger bildet av en selv som mestrer. Da er det kanskje ikke så rart om flere av testerne sa at de hadde fått heller overfladisk informasjon fra sine venner om boliglån, med unntak av en "som virkelig slet med renta".

I vårt utvalg, hadde foreldrene betydelig sterkere innflytelse, også ved at de til dels deltok i prosessen med opptak av boliglån som medlåntakere, kapitalinnskytere, kausjonister og rådgivere "med sterke interesser i utfallet", som en av testerne uttrykte det. Flere framhevet også at foreldrene ville deres beste. Forbrukerrådets boligkjøpsundersøkelse " - Om boligsalg og kjøp "14 viste også at flere brukte foreldre som rådgivere når det gjaldt økonomi/låneopptak, selv om foreldrene ikke hadde kompetanse på feltet. Inntrykket av førstegangsboligkjøpere som usikre og med en opplevelse av at de mangler kunnskap kan tilsi at denne gruppen i sterkere grad vil søke rådgivere som gir dem trygghet i situasjonen, noe mange knytter til sine foreldre.

To av testerne hadde foreldre med økonomiutdanning, som de stolte på i kraft av deres fagkunnskap, og i to tilfeller "ordnet" foreldrene lånet via sine nettverk. I ett av de tilfellene der lånet ble "ordnet", var betingelsene faktisk svært mye dårligere, og det er grunn til å anta at de kunne fått et bedre tilbud på det åpne markedet om de hadde gått inn og forhandlet. Men låntakerne opplevde seg i en presset situasjon, siden de hadde blitt sagt opp av huseier og ikke klart å få seg ny leieavtale.

6. Kundesamtalen – en hjelp til valg eller salg?

Det er ganske åpenbart ut fra denne undersøkelsen, og andre undersøkelser om økonomisk kompetanse (Nyhus, 2011), at bankenes selgere har et kompetanseovertak i forhold til forbrukerne når det gjelder grunnleggende begreper og kompetanse om boliglån.

Det er også høyst diskutabelt i hvilken grad bankens interesse er sammenfallende med forbrukerens når det gjelder boliglån. Til en viss grad er man avhengig av en balanse i markedet ved at kundenes etterspørsel regulerer tilbudet. Men i boliglånsmarkedet kan vi anta at denne reguleringen ikke

¹⁴ http://forbrukerportalen.no/filearchive/rapport_boligsalg_siste_rev14_2_vedlegg.pdf

finner sted fordi forbrukerne av ulike årsaker, og mange av dem knyttet til selve boligkjøpsprosessen, ikke har full informasjon og kapasitet (opptatt og lammet av kjøpsprosessen) til å handle på informasjonen når det gjelder.

Dermed flyttes også rammene for kundesamtalen. Fra å være en samtale med utgangspunkt i drøfting av forbrukerens preferanser og bankfaglige vurderinger, kan selgeren innta en salgsorientert posisjon henimot push-salg uten at forbrukeren reagerer med å trekke seg fra prosessen. Det er som nevnt heller ingen reguleringer på hvordan kundesamtalene, eller salgsmøtene skal foregå. Dette krever forbedring.

Som eksperimentet viser, kan selgeren øke risiko og tilnærmet råselge risikofylte boliglånsprodukter til forbrukere som selv uttrykker at de har behov for mer informasjon, og synes det er vanskelig å foreta gode valg. Spesielt sett i forhold til situasjonen i Europa, med urolige finansmarkeder og muligheter for rentesvingninger med mer, er det viktig at forbrukerne får rett til en god og balansert rådgiving fra bankene.

Det er som tidligere nevnt, lite tilgang på alternative informasjonskilder, og mange vil ha behov for å reflektere rundt valg av boliglån før de treffer det endelige valget. Dersom bankens selgere skal ha denne oppgaven, bør de også få kompetanse og trening i å stille refleksjonsspørsmål, og sette av nok tid til at forbrukeren får en kvalitetsmessig god nok rådgivning. Det må også komme klart frem at bankens "rådgiver" er en salgsagent.

7. Ingen nevner forbrukeropplæring når testdeltakere foreslår forbedringstiltak

I denne studien stilte vi ikke eksplisitt spørsmål om deltakernes forbrukerkompetanse utover det boliglånsquizen gir som indikasjon. Den viste at flere rangerte sin økonomiskkompetanse som noe over middels, noe som til dels ble bekreftet av test-spørsmålene, med unntak av skattefradrag-spørsmålet. Tre av deltakerne viste til at de hadde hatt noe om boliglån på skolen, men det hadde de glemt nå som de var i en situasjon der de selv skulle velge boliglån og regne på renter.

Utvalget er for begrenset til at man kan trekke noen allmenne konklusjoner om forbrukerkunnskap, men det er en kjensgjerning at kunnskap vi ikke anvender (med unntak av fysisk-mentale ferdigheter), lett går i glemmeboken (Gillovich & Griffin, 2002). Spørsmålet er derfor i hvilken grad man kan overlate til skolesystemet å lære opp befolkningen i valg av boliglån, når dette er kunnskap de fleste ikke kommer til å anvende før flere år seinere¹⁵. I tillegg er deler av denne kunnskapen ferskvare, siden den avhenger av betingelsene i markedet og bankenes tilbud.

Vi stilte også testerne spørsmål om deres erfaringer med rådgivning og informasjon fra bankene om boliglån og ba dem si hva selv de mente kunne hjelpe førstegangs boliglånere å ta gode valg. Ingen i utvalget etterlyser mer opplæring.

¹⁵ Det er mulig at man kunne fokusert mer på innlæring av generelle begreper og forbrukerøkonomi av mer statisk karakter, noe som ville gitt elevene et grunnlag for å vurdere mer dynamisk kunnskap om boliglån når det ble aktuelt noen år seinere. Her trengs det imidlertid mer forskning for å påvise egnede undervisningsformer og didaktikk for å forberede personer til praktisk økonomimestring i en framtidig situasjon.

Hva kunne gitt forbrukerne bedre grunnlag for å ta gode valg av boliglån?

”En rådgiver som forklarer slik at jeg forstår det...”

”Bankene reklamerer med at du kan få lån, men nevner ikke egenkapitalkravet.”

”Ingen har forklart meg forskjellen på lånetypene – verken Postbanken, DNB NOR eller Nordea. De ga meg ikke informasjon, men ville bare selge lån.”

Testerne kom også med flere innspill til hva som kunne gjort det enklere for dem å foreta gode valg når det gjelder boliglån.

1. Mer informasjon med lettere forklaringer tidlig i søkeprosessen.
2. Lånekalkulatorene blir for generelle – de legger ikke inn individuelle faktorer og sier ikke noe om hvilket lån du kan få. SIFO-tall bør legges inn i kalkulatorene og muligheter for å endre tallene slik at de stemmer med eget forbruk. (Forbrukermakt)
3. Mer forbrukervennlig informasjon i første salgsinformasjon, for eksempel på nett. (Rettigheter)
4. Se på egen situasjon og planer framover i tid – mer tid til refleksjon rundt det. Vil jeg klare dette lånet? Ref. Luksusfella i TV2.
5. Finansportalen god ide for å få kikket inn i markedet – overblikk.
6. Lånerådgiver burde gi orientering til låntaker og ca. priser på aktuelle boliger. Man kan lett bli dradd med og betale for høy pris. (Før finansieringsbevis).
7. Motta personlig rådgivning – ikke nok med info på telefon og nett.
8. Gå til flere rådgivere.
9. Uavhengige rådgivere fra nøytralt sted i tillegg til de andre. (Noen rådgivere sitter bare og selger.)
10. Ha en god rådgiver som regner ut reelle summer i faste utgifter per måned. Sette opp et regnestykke selv.
11. Kjøpe stresstest på hvor mye renteøkning du tåler. (6-8 % ?)
12. Viktig å diskutere lånetilbudet med noen du stoler på.

Flere etterlyste også mer informasjon om hva man bør se etter når man skal kjøpe bolig.

DEL 2 – Test av pre-kontraktuell informasjon



1. Bakgrunn

Ti av deltakerne som gjennomførte boliglånsundersøkelsen om kundesamtaler, deltok også i undersøkelsen om pre-kontraktuell informasjon. Hensikten med en slik tilleggsundersøkelse er å rette søkelyset på hvordan boliglånskunder forstår den skriftlige informasjonen som overleveres av banken i tilknytning til signering av en boliglånskontrakt. For undersøkelser om dokumenters brukervennlighet, såkalt usability-tester, er det nok med 5-8 respondenter¹⁶ for å vurdere innholdet. Dette utvalget er altså tilstrekkelig for å påvise om det kan være åpenbare kilder til misforståelser og vanskelig formulert informasjon i dokumentene. I tillegg kjørte vi lesbarhetstest (LIKS-TEST) av et utvalg tekst-avsnitt fra materialet¹⁷.

I denne undersøkelsen ble deltakerne (boliglånerne) presentert for pre-kontraktuell informasjon knyttet til boliglån. I mer dagligdags språkdrakt ville man kalle dette en boliglånskontrakt. Den inneholder vanligvis et tilsagnsbrev, et gjeldsbrev, og et såkalt SEF-skjema¹⁸, som er en lovpålagt standardisert oversikt med beskrivelse av lånet. SEF-skjema og gjeldsbrev er tatt fra FNOs dokumentmaler og modifisert ut fra bankenes eksempelmaler som vi fikk tilsendt. Tilsagnsbrevet er basert på bankenes eksempelmaler.

Vi samlet inn eksempler på pre-kontraktuell informasjon fra tre større banker (Sparebanken 1, Nordea og DNB), og utarbeidet et eget testmateriale, slik at testen skulle bli mest mulig valid og virkelighetsnær. Vårt testmateriale inneholdt utelukkende de tre ovennevnte dokumenter, og var på 18 sider.

Vi unnlot å ta med pantedokumenter, pantsettelseserklæring og forsikringsdokumenter, som også kan være relevante dokumenter når man signerer en avtale om boliglån med banken.

Testmaterialet utgjør altså dokumenter som vanligvis presenteres for boliglånskundene i et signeringsmøte, dvs. et møte der hensikten er at banken presenterer tilbudet om boliglån, og kunden signerer lånedokumentene.

2. Utforming av testen

Deltakerne fikk først beskjed om å markere ord, setninger eller tallinformasjon som var uklar. Gul markering indikerte en tekst som var uklar, rød markering indikerte en tekst som var vanskelig å forstå, og blå markering indikerte en tekst som var godt kommunisert.

I tillegg fikk de ti spørsmål relatert til innholdet, blant annet om lånetype, renter, angrefrist, kostnader ved lånet og nedbetaling for å fange opp hvordan de oppfattet informasjonen i dokumentene.¹⁹

Testen ble gjennomført i TNS Gallups lokaler 29. september 2011.

¹⁶ Se Colter, 2009.

¹⁷ Liks står for lesbarhetsindeks. En liksberegner er et enkelt program som gir en indikasjon på hvor lett eller vanskelig en tekst er å lese. Programmet regner ut antall ord per setning og hvor mange av disse ordene som har flere enn seks bokstaver. Det finnes flere typer lesbarhetsindeks, men i Skandinavia er liks den mest brukte. Liks ble utviklet i Sverige på 1960-tallet av pedagogikkforskeren Carl Hugo Björnsson. Den liksberegneren vi har anvendt her er en norsk oversettelse av Gustaf Öqvist Seimyrs LIX-räknare, og finnes på www.difi.no.

¹⁸ Forkortelsen SEF står Standardiserte Europeiske Forbrukeropplysninger.

¹⁹ Testen ble også gjennomlest av Språkrådet, som hadde noen forslag til forbedringer. Språkrådet har en satsing på Klarspråk arbeid, med tips til bedre språkføring, se www.sprakrad.no.

Deltakerne fikk bruke den tiden de hadde behov for, og anvendte fra 40 minutter til 2 timer på å gjennomføre testen. Tidsbruken økte med utdanningsnivået til testdeltakerne. Av testerne hadde 5 gjennomført opptil videregående skole, 2 var i gang med høyere utdanning, og 3 hadde gjennomført høyere utdanning og var i arbeid.

3. Tolkning av resultatene

Når man leser resultatene, er det viktig å huske på at testdeltakerne i forkant hadde deltatt på Forbrukerrådets boliglånsundersøkelse del 1²⁰, og dermed var godt forberedt på å gjennomgå kontraktsdokumenter til boliglån.

3.1. Valgarkitektur og iscenesetting – under hvilke betingelser overleveres denne informasjonen?

Sentralt i Forbrukerrådets arbeid, ligger føringen om at forbrukerne skal kunne treffe informerte valg mellom ulike kjøpsalternativer. Men legger den pre-kontraktuelle informasjonen tilstrekkelig til rette for at forbrukerne kan foreta valg mellom tilbud av boliglån fra ulike banker?

For å vurdere dette spørsmålet, må vi gå inn og se på hvilke rammer som settes for forbrukernes valg. Innen adferdsøkonomi kalles dette valgarkitektur.

Bankene vi samtalte med om bruken av pre-kontraktuell informasjon, omtaler gjerne at signeringsmøtene var relativt korte og varte ca. 20 min. Formålet med disse samtalene var å signere avtalen, ikke gå i detalj på betingelsene som var beskrevet skriftlig. Dermed blir det antagelig en utfordring å få formidlet all relevant informasjon om boliglånet ut fra et forbrukerståsted.

Forbrukermyndighetene²¹ har tidligere omtalt dette som et problem. Informasjonen i SEF-skjemaet, som i utgangspunktet skulle hjelpe forbrukeren å sammenligne informasjon om boliglån, blir først tilgjengelig for kundene ved inngåelse av lånekontrakt. SEF-skjemaene blir da ikke anvendelige for å sammenlikne og innhente flere tilbud pga. tidspress i budrunde og lignende. De kommer altså for seint til kunden for å kunne medvirke til reell konkurranse basert på detaljert produktinformasjon, som er intensjonen med dokumentet.

Når kundene i det relativt korte møtet med banken også blir presentert for 2-5 andre dokumenter i tillegg til SEF-skjemaet, får ikke kundene nok tid til å absorbere informasjonen i denne pre-kontraktuelle informasjonen. Et forsiktig anslag tilsier at dette kan innebære en dokumentsamling på ca. 10 – 25 sider²². De fleste vil vel tenke at man trenger noe mer tid på å gå gjennom faglig relatert informasjon. Til sammenligning kan nevnes at beregnet lesebelastning for en student med normal progresjon er 30 sider per dag. Men når det gjelder lånekundene ventes det at de skal sette seg inn i, og godkjenne denne informasjonen ved signatur, i et møte på under 30 minutter.

²⁰ Deltakerne ble valgt ut på basis av at de var reelle førstegangs søkere av boliglån. I undersøkelsen gjennomgikk deltakerne en survey som tok for seg spørsmål om lån, inntekt og hvordan de vurderte ulike lånetyper. I tillegg fikk de en samtale med en selger fra en bank. Vi antar derfor at disse deltakerne var like godt, eller bedre forberedt, på å lese prekontraktuell informasjon som en regulær lånekunde ville være.

²¹ Forbrukerombud Gry Nergård omtaler her ESIS-skjemaet, som er den nye europeiske varianten av SEF-skjemaet, se

<http://www.forbrukerombudet.no/id/11041595.0>

²² En av bankene hadde redusert fontstørrelsen på "Alminnelige kredittvilkår, for kredittavtale – forbruker", ned til ca. 10 Times New Roman. Dette, samt mye og tung tekst, bidrar til å gjøre materialet vanskelig tilgjengelig for lånekundene. Redusert fontstørrelse kan være en måte å redusere antall sider på, men det gjør også teksten mindre tilgjengelig.

Antagelig vil lånekundene i et slikt møte oppleve en informasjons-overload²³. Dermed vil de enten ikke klare å behandle og agere ut fra den informasjonen som blir gitt, eller de vil ta beslutninger ut fra forenklinger eller rasjonaliseringer. Innen adferdsøkonomi er det forsket mye på hva som skjer under slike betingelser, og man har kommet fram til flere typer rasjonaliseringer²⁴ som kan opptre hos de som er utsatt for mer informasjon enn de kan behandle på en gang:

- Spørsmålet omformuleres og forenkles, slik at svaret blir enklere å finne.
- Man søker tiltro til autoriteter, som forteller at dette er bra, istedenfor å sjekke selv.
- Man velger det "de andre" gjør – familie, venner eller fagforening.
- Man forsøker å få bekreftet det man har hørt er bra, uten å undersøke flere alternativer.

Resultatet kan bli valg som ikke er tilstrekkelig gjennomtenkt. I dette tilfellet kan det også resultere i at lånekunden ikke er klar over hvilke betingelser han/hun faktisk har godkjent i signeringsmøtet med banken.

3.2. Prosessen i forkant av signering

Det kan også diskuteres om selve signeringssamtalen og prosessen i forkant av signering er designet for å gi lånekunden anledning og tid til å få sjekket sentrale opplysninger i avtalen han/hun skal forplikte seg til. Flere momenter ved situasjonen gjør at kommunikasjon om forbrukerrelevante spørsmål kan komme i bakgrunnen.

- Er det satt av nok tid til at han/hun kan spørre om det de faktisk lurte på eller ikke forstår i lånedokumentene?
- Blir han/hun oppfordret til å spørre om dette?
- Bankselgerens autoritet på fagfeltet – dersom lånekunden føler at han/hun mangler kompetanse på feltet, kan det også være at han/hun oppfatter seg som underlegen, og kvier seg for å spørre om "selvfølgeligheter". Eventuelt kan det være at han/hun stoler "blindt" på selgeren²⁵.
- Et stammespråk knyttet til økonomi og juss kan bli oppfattet som vanskelig av en vanlig lånekunde, og legge en demper på kundens spørreiver i samtalen.
- Et moment som er spesielt relevant for vår testgruppe, og mange førstegangs boliglånere, er alder. Mange er unge, fra 20-30 år, og dette kan forsterke opplevelsen av autoritet fra en eventuelt eldre bankselger.

De punktene som er nevnt ovenfor burde være nok til at det stilles spørsmål ved bruken av SEF-skjema i dag, og hvordan kundesamtaler knyttet til boliglån og signering av boliglånskontrakter er designet. Ønsker man å fremme forståelse og innsikt, kan det hende hele prosessen bør endres.

²³ Informasjonsoverload vil si å bli møtt med mer informasjon enn man klarer å behandle eller vurdere. Information overload» er knyttet til omforming av informasjon til kunnskap, og kan karakteriseres med: «..."information" and "inability"...» [13](s.3). Når IOL oppstår har vi ikke kapasitet til kognitivt å behandle mer informasjon. Fredrik Ljungberg. An initial exploration of communication overflow. I COOP group, redaktør, *The 2nd International Conference on the Design of Cooperative Systems (COOP'96)*, side 19-36. Sophia Antipolis, France, 1996.

²⁴ Se for eksempel Thaler and Sunstein, 2009, Ariely, 2009.

²⁵ EU kommisjonens studie fra 2010 om rådgivning i forbindelse med salg av verdipapir, viste at kundene stolte nærmest blindt på selger. Dette gjaldt uansett om de fikk avslørt at selgeren tjente på at de satset på visse produkter framfor andre.
http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/final_report_en.pdf

4. Resultater

"Dette ordet har jeg aldri hørt før, er det bankspråk?"²⁶

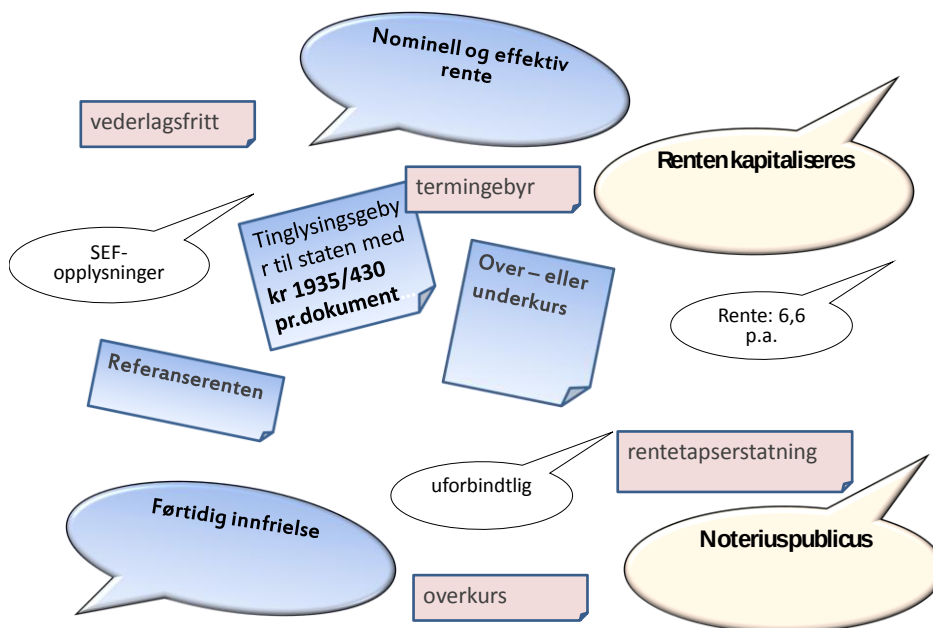
De standarddokumentene vi testet, tilsagnsbrev, gjeldsbrev og SEF-skjema, viste seg å inneholde flere ord og vendinger som boliglånskundene ikke skjønte.

Noe av terminologien som ble anvendt i dokumentene var bankrelatert, og noe kan beskrives som et mer juridisk orientert språk. Testerne hadde mange kommentarer til dokumentasjonen, og enkelte hadde merket halvparten av tekstmaterialet som vanskelig å forstå. Vi har derfor valgt å referere et utvalg av de kommentarer og innspill som ble gitt av testerne i undersøkelsen.

I gjennomgangen nedenfor presenteres kommentarer til enkeltord først, og deretter setningsdeler og lengre bolker av teksten. Til slutt går vi gjennom merknader som retter seg spesifikt mot enkelte skjemaer.

Resultatene av undersøkelsen er kommentert ut fra et forbrukerståsted. Forståelsen av disse dokumentene er sentralt for at lånekunden skal kunne bruke sine rettigheter i forhold til for eksempel bytte av bank, oppfølging av bankens gebyrendringer og raskere nedbetaling av boliglånet.

4.1. Enkeltord som ble (rød)merket av testerne



Dette er ord og uttrykk som kommer fra økonomisk og juridisk terminologi. En del av ordene kan karakteriseres som kanselli-former²⁷, som for eksempel førtidig, innfrielse, uforbindtlig og vederlagsfritt. De øvrige er faguttrykk innenfor økonomi. Med basis i lesetestundersøkelser, antar vi

²⁶ Kommentar fra tester 29.9.11.

²⁷ Kanselli stil betegnes som bruk av gammeldagse, stive former av språket, som sjelden brukes i dagligtale.

at en stor del av gjennomsnittsforbrukerne ville ha vanskeligheter med å forklare begreper som referanserente, over- eller underkurs, rentetapserstatning og kapitalisering²⁸.

4.2. Hvilke konsekvenser får manglende forståelse av disse ordene?

Ordene på tavla ovenfor var altså ord som en eller flere av deltakerne ikke forsto i lesetesten, og som er viktige for forståelse av selve låneavtalen. "Nominell" og "effektiv" rente er for eksempel sentralt for å kunne forstå og sammenligne betingelsene på lånet med andre tilbud.

Når renten "kapitaliseres", dvs. blir beregnet fra, er viktig for å forstå når lånet blir rentebærende. Det kan også forvirre leseren at teksten nedenfor "Renten kapitaliseres: Etterskuddsvis hver måned" i bankens dokument²⁹, er: "Renten beregnes etterskuddsvis hver måned". Den siste setningen kunne vært presisert til for eksempel "Renten blir belastet låntaker etterskuddsvis hver måned" for tydelig å skille disse to tingene.

Andre aktuelle begreper, som "overkurs", "underkurs" og "rentetapserstatning", er viktig for å kunne vurdere om man for eksempel vil inngå en fastrenteavtale. Dette burde derfor vært bedre forklart i teksten dersom det skulle vært med.

Et stort ankepunkt ved den pre-kontraktuelle informasjonen, er at den inneholder mye informasjon som tilsynelatende er formidlet flere ganger med litt ulike vinklinger. Tekstmaterialet inneholder også mye informasjon som burde vært vurdert opp mot hensynet til hva som er nødvendig informasjon. Er dette "nice to know", eller "need to know"? Se for eksempel i tabellen nedenfor, rad to – teksten knyttet til terminbeløp. Hvorfor forklares alle eventualiteter når en enkel forklaring holder? En tester ønsket faktisk en enkel forklaring på ordet terminbeløp.

Det ser altså ut til å mangle en helhetlig analyse av informasjonsbehovet til mottakeren av informasjonen, som er boliglåneren selv. Innenfor feltet helseinformasjon, bruker man modeller for å beregne hvor mye informasjon pasienten klarer å ta inn, og har nytte av i ulike faser³⁰. Kanskje dette er noe man burde sett på innenfor boliglånsprosesser også.

Med referanse til vår modell over fasene i boligkjøpsprosessen, ser vi at boliglåneren allerede har mange forhold som han/hun skal sette seg inn i på relativt kort tid. Det å ta opp boliglån blir en ny kinesisk eske inni selve boligkjøpsprosessen som skal oppfattes, bearbeides, forstås og tas stilling til. Vi må derfor stille spørsmål om hva som er mest nødvendig å vite noe om på dette tidspunktet i prosessen, siden faren for informasjons-overload er overhengende.

28 I de internasjonale kartleggingene IALS - International Adult Literacy Survey og ALL - Adult Literacy and Life Skills viser tester at om lag 400.000 nordmenn sliter med å forstå tekster om privat økonomi.

29 Fra Gjeldsbrev -skjemaet.

30 Se for eksempel i Eide og Eide, 2009.

4.3. Setningsdeler som ble merket "vanskelig å forstå"

Tekst fra dokumentene	Kommentarer fra testerne ☹ og Forbrukerrådet
Overskrift: "Sikkerhet " : "Andelsleilighet: (kjøpesum + fellesgjeld) * 0,8 – svar – fellesgjeld. = 80 % Innskudd: 100 % av verdien på konto. Aksjer: 50 % av dagens verdi."	Denne teksten ble også avmerket av flere som hadde mye økonomi i sin utdanning. Kommentar tester: "Ha litt mer forklaring her?" FR: Dette er et forsøk på å sette opp en formel for sikkerhet med få ord. Problemet er at den er vanskelig å skjønne, og hadde antagelig blitt bedre forklart med flere ord.
Overskrift: "Terminbeløp": "Dersom det utbetales etter avtalt utbetalingsdato vil nedbetalingstiden blir noe kortere og terminbeløpet noe høyere."	Kommentar tester: "Hva betyr dette?" FR: Her har banken valgt å ta høyde for alle eventualiteter. Denne ekstra informasjonen forvirrer kundene. Er den strengt tatt nødvendig?
"Angrerett Ja. Men gjelder ikke ved lån med fastrente på over 700 000 kroner."	Kommentar tester: "Hva betyr dette?" FR: Dokumentene er på et lån med flytende rente, og denne teksten burde derfor vært tatt ut, siden den ikke gjelder for dette lånet.
"Kortere frist kan likevel benyttes dersom endringen skjer som en følge av at det er inntruffet en vesentlig endring i pengemarkedsrenten, obligasjonsrenten eller det generelle rentenivå for kredittgiverens innlån."	Kommentar tester: "Ufullstendig og uforståelig setning." FR: En omskriving og oppdeling av setningen hadde gjort den lettere å lese. LIKS-resultat: Tekstens lesbarhetsindeks er 70. Det betyr at den regnes som svært vanskelig, byråkratspråk.
"I varslet vil kredittgiver også angi en frist på minst 14 dager for kredittkunden til å varsle kredittgiver skriftlig, dersom kredittkunden ønsker å fortsette med fastrente, men foreta førtidig delvis innbetaling i forbindelse med reguleringen."	Kommentar tester: "Forstår ikke siste delen av setningen (uthevet)." FR: Denne delen må forklares bedre i egen setning. Tekstens lesbarhetsindeks er 69. Det betyr at den regnes som svært vanskelig, byråkratspråk.
"For lån med fastrente og/eller lån med rentetak kan kredittgiver kreve dekket tap av renter eller annet vederlag ved innfrielse av bindingsperioden."	Kommentar tester: "Forstår ikke teksten." FR: Hvilke renter dette dreier seg om, og annet vederlag, bør forklares. Teksten er i tillegg irrelevant fordi dette er et lån med flytende rente. Den burde derfor vært fjernet.
"Kostnadene ved å bruke et bestemt betalingsmiddel."	Kommentar tester: "Forstår ikke teksten." FR: Dette er en overskrift som ikke er utdypet,

	og derfor burde vært fjernet fra lånedokumentene.
-”Det eksakte lånebeløp vil imidlertid avhenge av lånets utbetalingsdato , og vil derfor kunne avvike fra vedlagte nedbetalingsplan.”	Kommentar tester: <i>”Forstår ikke (uthevet tekst.)”</i> FR: Dette kan skrives i et enklere språk og aktiv form.
-”Inndrivelse kan skje uten søksmål, jf tvangsfullbyrdelseslovens § 7-2, bokstav a.”	Kommentar tester: <i>”Forstår ikke teksten.”</i> FR: Ordet inndrivelse bør forklares. Lovreferanser som dette har liten verdi for forbrukere ved avtaleinngåelse.
”Tinglysingsgebyr til staten med kr 1935/430 pr.dokument... ”	Kommentar tester: <i>”Forstår ikke (uthevet) tekst.”</i> FR: Her bør kriteriene for tinglysningssatsene forklares.
”Om kredittkunden ønsker å andre kredittavtalen innen 14 dager, jf vilkårene pkt 7 nedenfor, vil det daglig påløpe et slikt rentebeløp for hver dag kreditten er benyttet”.	Kommentar tester: <i>”Hva vil det si at kreditten er benyttet? Er det når den er overført til låntakers konto?”</i> FR: Denne misforståelsen kunne vært unngått ved å bruke et enklere og mer direkte språk. Vilkårsreferanser har liten verdi for forbrukere ved avtaleinngåelse.
Overskrift: ”Gebyrer: Etableringsgebyr kr. 2000, som belastes ved etablering av lånet. Tinglysingsgebyr til staten...”	Kommentar tester: <i>”Hvem går etableringsgebyret til? Banken? Burde stått i teksten.”</i> FR: Relevant spørsmål, siden andre gebyr går til staten.
-”Tegn en forsikring slik at boliglånet innfris i sin helhet ved død.”	Kommentar tester: <i>”Dvs. ved hjelp av forsikringen?”</i> FR: Relevant spørsmål som kunne blitt forklart kort i teksten.
”Effektiv årlig rente (EÅR) Dette er de samlede kostnadene uttrykt som en årlig prosentandel av det samlede kredittbeløpet. Den effektive årlige renten er tatt med her for å gjøre det enklere å sammenligne tilbud.”	Kommentar tester: <i>”Kunne i tillegg forklare forskjell på effektiv og nominell rente.”</i> FR: Det er viktig å forklare slike sentrale begreper på en enkel måte i avtalen. Det kunne også vært gjort tydelig at EÅR er nøkkelstørrelsen som viser prisen forbrukeren faktisk betaler for produktet.

4.4. Språklige kommentarer

Det er mye bruk av passive former, og kanselliststil i lånedokumentene. Dette gjør det vanskeligere for lånekundene å forstå stoffet. En enklere, mer direkte form hadde tydeliggjort informasjonen, og kommunisert bedre med lånekundene. Det er viktig å huske at for de fleste lånekunder vil flere av de grunnleggende begreper som anvendes i dette tekstmaterialet være ukjent. Når flere ukjente

begreper brukes i samme setning, vil det ofte være vanskelig å få med seg meningsinnholdet for leseren.

Den hyppige bruken av passive og litt gammeldagse språkstiler, skaper avstand til lånekundene som gjør at de i mindre grad identifiserer seg med innholdet og ser betydningen av det i forhold til sin egen situasjon. Dersom det hadde blitt brukt en form som "fra den dagen banken overfører lånebeløpet til kundens konto" istedenfor "benyttet kreditt", hadde det vært mye enklere for lånekundene å skjønne hvilket veiskille det ble siktet til.

4.5. Kommentarer til de enkelte skjemaene

Nedenfor har vi gjennomgått tilbakemeldinger fra de 10 testerne for tre skjemaer:

- Standard Gjeldsbrev, nedbetalingslån, FNO
- SEF-skjema
- Alminnelige kredittvilkår, for kredittavtale – forbruker

Testerne har som nevnt markert i skjemaene med fargekoder, og noen steder har de skrevet kommentarer til teksten. Vi har også kjørt en LIKS-analyse³¹ på testmaterialet, for å få en objektiv, nøytral analyse av lesbarheten i teksten.

1. Standard Gjeldsbrev nedbetalingslån, FNO

Testerne markerte over halvparten av teksten i Gjeldsbrevet som uklar eller vanskelig å forstå. En ordtelling viste rød eller gul markering av 159 av 395 ord.

En tester kommenterte følgende:

"Negativt med mye bruk av passiv-setninger. Forslag: Låntaker tilbakebetaler kredittbeløpet, istedenfor Kredittbeløpet tilbakebetales."

Nedenfor vises et eksempel fra teksten:

"Beløpet med tillegg av renter og omkostninger, beregnet på grunnlag av de satser som til enhver tid gjelder i kredittperioden, tilbakebetales i samsvar med betingelsene ovenfor, de alminnelige kredittvilkår nedenfor og betingelsene i del 2 SEF-opplysninger."

Tekstens lesbarhetsindeks er 80. Det betyr at den regnes som svært vanskelig, byråkratspråk³².

2. SEF-skjema

³¹ Se LIKS-tabell i vedlegg 4.

³² LIKS er et sammensatt mål på objektive standarder for hvor lett en tekst er å lese. Det er viktig å merke seg at LIKS kun gir en indikasjon på hvor lett eller vanskelig en tekst er å lese, men sammen med en kvalitativ innholdsanalyse gir den et godt grunnlag for å vurdere lesbarhet av teksten. Vi kunne også lagt fram en mer detaljert LIKS-analyse for de underliggende målene, men har valgt å kun presentere hovedresultatet i denne rapporten av plasshensyn.

Testen av SEF-skjemaet kom noe bedre ut enn for gjeldsbrevet. Her markerte testerne om lag en tredel av teksten i skjemaet som uklar eller vanskelig å forstå, 377 ord av 1010 totalt.

Det kom noen tilbakemeldinger på strukturen i SEF-skjemaet. Testerne reagerte på at overskriftene til temaene noen ganger sto over og noen ganger ved siden av brødteksten. Dette skapte forvirring med hensyn til hvilken tekst overskriften gjelder for. Her kunne det vært nyttig med en opprydding, se eksempelet nedenfor.

forutsatt at rente og omkostninger er uendret gjennom hele kredittperioden		Er overskrift for de neste to feltene vertikalt
Er det obligatorisk, for å oppnå kreditten eller for å oppnå denne på de vilkår og betingelser som blir markedsført, å		
- tegne en forsikringspolise som sikrer kreditten, eller	Nei	
- inngå en annen kontrakt om tilleggstjenester?	Belastningskonto/Kontonr. hvor kreditten skal noteres: 1111.11.11111	Er overskrift for de neste to feltene horisontalt
Dersom kostnadene ved disse tjenestene ikke er kjent av Kredittgiver, skal de ikke inkluderes i den effektive årlige renten.		
Andre kostnader som kan følge av kredittavtalen		
Tinglysningsgebyr fast eiendom pr. dokument	fra kr 215,00 til kr 1.935,00	
Tinglysningsgebyr BL pr. dokument	fra kr 215,00 til kr 430,00	

3. Alminnelige kredittvilkår, for kredittavtale – forbruker

I dette dokumentet markerte testerne halvparten av teksten i dokumentet som uklar eller vanskelig. Totalt ble 1722 ord markert i "Alminnelige kredittvilkår- for forbruker". Hele dokumentet består av 2799 ord og er på 7 sider.

Dette dokumentet er lengre enn de to andre, og flere tekstdeler inneholder redegjørelser med referanse til lovtekster. Testerne forsto ofte ikke disse henvisningene. Språkrådets holdning til lovreferanser i en tekst er at det noen ganger er nødvendig for at teksten skal være juridisk holdbar. De anbefaler likevel at man vurderer om de kan samles under en egen overskrift slik at de er tilgjengelige for de som ønsker å klage på avtalen³³.

Kommentarene til "Alminnelige kredittvilkår - for forbruker", var altså mange. Flere av testerne hadde problemer med store deler av teksten. Dette er alvorlig, siden skjemaet er tenkt som en forklaring på betingelsene for slike lån. Det vil bli for detaljert å gå inn på alle kommentarene her, men det er grunn til å oppfordre bankene til videre arbeid med klart språk i dette skjemaet, dersom det skal rettes mot vanlige forbrukere.

Eksempler fra dokumentet:

- d) Hvor vilkårene krever at kredittgiver skal sende varsel om endringer i rente og gebyrer/omkostninger, vil varselet sendes i ordinær post til den hovedadressen som er angitt i kredittavtalen eller til slik hovedadresse som kredittgiver på annen måte har fått sikker kunnskap om. Dersom kredittkunden har samtykket i å motta varsel om renteendringer i nettbankens postkasse, vil varselet bare sendes dit.

³³ Se www.sprakrad.no.

LIKS-resultat: Denne tekstens lesbarhetsindeks er 58. Det betyr at den regnes som vanskelig å lese. Her kunne man valgt en alternativ formulering, for eksempel: Varsel om renteendringer sendes til låntagers adresse ifølge Folkeregisteret. Har låntager sagt ja til å motta slike varsler i nettbankens postkasse, sendes varselet bare dit.

b) Kredittgiver kan ensidig forhøye rentesatsen når endringen er saklig begrunnet ut fra disposisjoner fra Norges Bank som påvirker pengemarkedsrenten, endringer i obligasjonsrenten, annen kredittpolitisk avgjørelse, eller endringer i det generelle rentenivå for kredittgiverens innlån.

Kredittgiver kan også ensidig forhøye rentesatsen når endringen er saklig begrunnet ut fra hensynet til kredittgivers inntjeningssevne på sikt, omstrukturering av kredittgivers innlån eller tilsvarende særlige forhold på kredittgivers side, samt når endringen er saklig begrunnet i en oppfølging av myndighetenes syn på kredittgiveres rentepolitikk. Endelig kan kredittgiver ensidig forhøye rentesatsen når endringen er saklig begrunnet i individuelle forhold ved kreditten, f.eks. når sikkerheter (pant, kausjon) er redusert i verdi, eller når det er skjedd andre endringer på kredittkundens hånd som gjør at kreditten medfører økt risiko for kredittgiver.

LIKS-resultat: Tekstens lesbarhetsindeks er 86. Det betyr at den regnes som svært vanskelig, byråkratspråk.

En alternativ formulering kunne være: Banken kan sette opp renten når endringen er saklig begrunnet ut fra endringer i Norges Banks pengemarkedsrente, obligasjonsrenten eller i bankens innlånsrente eller inntjeningssevne. Banken kan også sette opp renten når det skjer endringer i forhold hos låntageren, f.eks. at låneobjektet er redusert i verdi.

4.6. Informasjon som ble misforstått eller feiloppfattet

Det var også vanskelig for testerne å få med seg en del viktig informasjon fra dokumentene. Noe av denne informasjonen er vital for å forstå hvilke betingelser som boliglånet inneholder.

Informasjon som ble misforstått eller feiloppfattet var blant annet:

- Om lånet hadde flytende eller fast rente
- Betingelser for å betale ned lånet raskere
- Forskjellen på nominell og effektiv rente ³⁴

Problemet er at dersom man ikke oppfatter hvilken rente lånet har, kan man bli overrasket ved for eksempel rentesvingninger i flytende rente om man tror at man har fastrente, og dermed ikke har beregnet en buffer i husholdningens økonomi for å ta høyde for økte lånekostnader.

Også når det gjelder nedbetaling av lånet, er rentetype en avgjørende kategori ³⁵. Nesten alle testerne trodde det ville innebære ekstra kostnader å betale hurtigere ned på lånet selv ved flytende rente (8 av 10 testere).

³⁴ En av testdeltakerne trodde nominell og effektiv rente var henholdsvis flytende rente og fast rente.

³⁵ Se <http://www.finansportalen.no/Tips+og+r%C3%A5d/Bank/Sikker+I%C3%B8nnsom+sparing.1127974.cms>

Dersom man misforstår betingelsene i låneavtalen og tror at kravene til renteerstatning for fastrentelån også gjelder for lån med flytende rente, som var tilfellet her, kan man feilaktig tro at det koster noe å nedbetale ekstra på lånet, og la være å gjøre dette når man for eksempel mottar en arv. Dermed kan man som forbruker gå glipp av en mulighet til på sikt å forbedre sin økonomiske situasjon ved å redusere lånet og framtidige lånekostnader. Det er derfor imperativt at informasjonen i betingelsene utelukkende gjelder lånetypen som kunden faktisk er i ferd med å signere. Løsningen synes å være å utvikle flere spesifikke skjema i stedet for ett generisk dokument.

Ut fra adferdsøkonomisk forskning, vet vi at forbrukere ofte har tapsaversjon, det vil si at de vil forsøke å begrense tap og realisere gevinst³⁶. Denne handlingstendensen skulle derfor tilsi at folk heller ville "sikre gevinsten" av for eksempel en arv eller en bonus ved å plassere den et sted der de kunne tjene på den, istedenfor å "tape" eller få ekstra rentekostnader av å betale ned på lån.

Omformulert til et språk som tar hensyn til denne handlingspreferansen, kunne det for eksempel stått at "nedbetaling av lån er god sparing – det koster ikke noe å betale ned ekstra på lånet så lenge du har flytende rente."

En gjennomlesing av dokumentene viser at det er en setning som tar for seg dette momentet (fra "Gjeldsbrev"): *"Vi gjør særskilt oppmerksom på at endring fra fast til flytende rente i rentebindingsperioden, eller førtidig innfrielse av deler av lånet, kan medføre over- eller underkurs."* Et annet problem med denne forklaringen er at flere av testerne ikke forsto hva over- og underkurs var, og det fantes ingen forklaring på hva dette betydde i tilsagnsbrevet eller i gjeldsbrevet. I forklaringen "Alminnelige kredittvilkår, for kredittavtale – forbruker", framsettes følgende forklaring under pkt. 2.3. k):

"Dersom kredittkunden foretar førtidig tilbakebetaling (helt eller delvis) av fastrentekreditt utenom rentereguleringstidspunktet, og lånets fastsatte rente er høyere enn kredittgivers rentenivå på tilbakebetalingstidspunktet for fastrentekreditt, med rentebindingsperiode lik den gjenværende del av den avtalte perioden, må kredittkunden erstatte kredittgivers rentetap og tap av annet vederlag for den gjenværende del av rentebindingsperioden som nevnt (overkurs)."

Denne setningen taler for seg selv. Den inneholder minst sju momenter som resonnementet må ses i forhold til, og er neppe egnet for formidling. Setningen går over fem linjer, og inneholder flere fagbegreper som må forstås for å kunne tolke meningsinnholdet. Fra LIKS-analysen får vi dette resultatet: Tekstens lesbarhetsindeks er 97. Det betyr at den regnes som "svært vanskelig, byråkratspråk". Dersom vi ser resultatene av LIKS-testen i sammenheng med vår kvalitative analyse, kan vi konstatere at denne teksten ikke holder mål for å formidles til vanlige forbrukere.

Man kan derfor spørre om denne pre-kontraktuelle informasjonen er egnet i forhold til en klarspråkstandard beregnet på et gjennomsnitt av befolkningen, som stort sett ikke har økonomi- eller bankfaglig utdanning. Det er også verdt å merke seg at testdeltakere med noe/mye økonomi i sin utdanning, bemerket at begrepene "overkurs" - og "underkurs" burde forklares bedre.

36 Thaler and Sunstein, 2009.

4.7. Mangelfull informasjon begrenser lånekundenes valgmuligheter

Det var også en del informasjon som ikke ble fanget opp av testerne. Dette var informasjon som i en reell lånesituasjon kunne begrense både deres muligheter til å angre boliglånskjøpet og velge andre alternativer senere i nedbetalingsløpet. Denne informasjon dreide seg om angrefrist, flytting av lån til annen bank, og gebyrer og kostnader.

Angrefrist

Flere av testerne oppfattet ikke informasjon om angrefristen på lånet, som er 14 dager for lån med flytende rente. Denne 14 dagers perioden gir forbrukerne en mulighet til å tenke gjennom lånetilbudet en gang til, i forhold til belastningen det vil medføre på husholdningens økonomi.

Dersom denne 14 dagers fristen skal fungere som en ekstra sikkerhetsventil for forbrukerne, bør den også kommuniseres tydelig til låntakerne. Vi har ikke grunn til å tro at dette blir gjennomført i dagens praksis med relativt korte signeringssamtaler.

Ut fra adferdsøkonomiske undersøkelser, vet vi at folk trenger tid på å vurdere konsekvensene av beslutninger. Dette er det tatt høyde for i verdipapirlovgivningen, som gir kundene rett på en nedkjølingsperiode fra rådgivningssamtale er foretatt til tilbudet framsendes.

Det er det ingen bestemmelser om nedkjølingstid for boliglån. Angreretten kan til en viss grad fungere slik, men pga. ekstra rentebelastninger og gebyrer knyttet til "benyttet kreditt", er det grunn til å anta at dette vil ha en motsatt effekt – altså holde lånekunden fast i avtalen³⁷. Jamfør den tidligere omtalte tapsaversjonen – folk vil unngå å gjøre ting de taper på.

Flytting av lån til annen bank

De fleste testerne trodde det ville koste mye å flytte lånet over til en annen bank, selv om lånet hadde flytende rente. Dette er en forestilling som Forbrukerrådet gjerne møter blant forbrukere. Her kunne det for eksempel isteden stått at det koster 215 kroner å flytte lånet til en annen bank ved flytende rente.

Økning av gebyrer og kostnader

Testdeltakerne ble stilt følgende spørsmål: *"Endringer i renta endrer kostnadene ved lånet. Hva annet kan påvirke lånekostnadene?"*

For å finne svar på dette spørsmålet, måtte testerne lete seg fram gjennom relativt tungt formulerte deler av dokumentasjonen, f.eks. i Gjeldsbrevet, om endringer i kostnadene knyttet til kredittavtalen.

Halvparten av testerne hadde problemer med å finne svar på dette, og flere fant ikke hele svaret i dokumentasjonen. Selv om disse endringene kanskje ikke vil utgjøre de store forskjellene i forhold til beløpene som skal innbetales per måned, kan det ha en viss effekt dersom lånerne har knappe marginer for betjeningen av lånet.

³⁷ Sett i en større kontekst, det vil si boligkjøpsprosessen, vil det uansett være utfordrende for lånekunden å angre lånet og bytte bank på dette tidspunktet. De fleste vil på det tidspunktet de skal signere avtale om boliglån allerede ha avgitt et forpliktende tilbud på kjøp av bolig, og er derfor helt avhengig av at lånet innfris. De vil derfor ha begrenset tid og muligheter til å innhente tilbud fra flere banker. Siden dette er et spørsmål relatert til hvordan omsetningen av boliger foregår, vil det ikke bli behandlet nærmere her.

I tillegg vil det være vanskeligere for forbrukerne å reagere dersom banken skulle forsøke å øke gebyrer av årsaker som det ikke var grunnlag for i avtalen. Informasjon om hva som kan medføre økte gebyrer og kostnader ved lånet burde stått samlet på ett sted, og blitt forklart på en enklere måte for boliglånskundene.

4.8. Klart formidlet informasjon

Testerne ble stilt spørsmål om forskjellen mellom effektiv rente og nominell rente. De fleste klarte å finne satsene, men flere etterlyste forklaringer på begrepene. Som nevnt tidligere, må fagbegreper forklares. En tester svarte at:

”Effektiv rente er den faktiske renta som skal betales, mens nominell rente er den visuelle.”

Når det gjelder lånekostnad per måned klarte alle å finne svaret på dette i dokumentasjonen.

De fleste kunne også beskrive hvor mye økning i lånekostnader de ville tåle, ved bruk av reelle tall. Det var tydelig at flere syntes det var vanskeligere å regne på prosenter, noe som også avspeiler seg i deres måte å svare på. Derfor er det klart at dersom man ønsker å kommunisere kostnader så tydelig som mulig, bør man koble sammen lånets kostnader i ett beløp, og bruke reelle tall. Det blir forvirrende for forbrukerne med flere kostnader som må legges sammen, spesielt når dette også involverer prosentregning. Dette støttes også av andre undersøkelser innen adferdsøkonomi³⁸.

5. Hva kan hjelpe forbrukeren til å ta gode valg?

Som vist i denne rapporten, hadde boliglånerne store problemer med å få med seg vesentlige opplysninger fra den pre-kontraktuelle informasjonen. Flere av testerne misforsto innholdet, og oppga feil svar på en fjerdedel av spørsmålene om viktige deler av boliglånsavtalen som angrerett, nedbetaling og rentespørsmål.

I virkeligheten vet vi at ca. 400 000 personer mellom 25 og 65 år i Norge har lesevansker³⁹. Flere av disse tar opp boliglån. Hvordan skal de klare å få med seg all informasjonen som presenteres i denne prosessen dersom teksten ikke er bedre tilrettelagt for lesbarhet, og selve signeringen bærer mer preg av å sikre bankens interesser enn forbrukerens?

Utfordringer i leseforståelse av denne pre-kontraktuelle informasjonen er ifølge professor Egil Gabrielsen ved Lesesenteret i Stavanger at: *”De svakeste leserne oppgir offentlige dokumenter som det de har størst problemer med, men samtidig er det en stor utfordring at de med de svakeste ferdighetene ofte ikke er klar over hvor svake de er og hvilke ”lesekrav” som stilles i arbeids- og hverdagslivet i dag.”* Det er altså slik at de svakeste leserne ikke selv nødvendigvis forstår hva de ikke får med seg i en tekst.

Dette løfter utfordringene med lesing av boliglånskontrakter opp mot formidlerens ansvar, det vil si bankens selger, for at leserne, i dette tilfelle boliglånerne, har forstått betingelsene i boliglånsavtalen.

³⁸ Se for eksempel Thaler and Sunstein, s. 146. Man kan også tydeliggjøre kostnadene ved å presentere framskrivninger av lånebeløp med nedbetalingsplan der man både presenterer et sannsynlig utfall og et worst-case scenario i tilfelle renta øker.

³⁹ <http://www.nettavisen.no/innenriks/article777944.ece>

Selgers rolle og påvirkningsmuligheter er drøftet i Boliglånsstudiens del 1. Der kom det fram at selger relativt lett kunne påvirke låntakere til å endre lånepreferansene og for eksempel gå opp i risiko. Låntakere stolte mer på det som selger fortalte, enn på egne vurderinger og familie og venners vurderinger. Kobler vi dette med at boliglånere har utfordringer med å forstå innholdet i pre-kontraktuell informasjon, ser vi at selger blir den kritiske faktoren for kunden.

Selgers forklaring av den pre-kontraktuelle informasjonen kan få avgjørende betydning for hvilket boliglån låntaker velger, og ikke låntakers selvstendige lesing av materialet, fordi det er for komplisert framstilt. Dermed styrkes ikke forbrukeren i sin rolle som velger av alternativer, men reduseres til en mottaker av "oversatt" informasjon fra selger.

I tillegg skal materialet leses på kort tid, og forbrukeren står dermed i fare for å havne i en situasjon med informasjons-overload. Da er sjansen stor for at han/hun tar forenklede valg⁴⁰.

En annen dimensjon er valget mellom boliglånsalternativer. For at boliglånskunden skal velge, må han/hun også orientere seg i flere tilbud. Men hvordan skal kunden ha kapasitet til dette når også SEF-skjemaet representerer utfordringer rent kommunikasjonsmessig, og kommer så seint i beslutningsprosessen? Dette momentet, om informasjons-overload og push-salg på markedet, nevnes som et stort problem også for boliglånskunder i det amerikanske markedet⁴¹.

Ni bud til bransjen om pre-kontraktuell informasjon

Denne rapporten har vist at presentasjon av informasjon om boliglån er en utfordring. Det er likevel mulig å ta grep for å gjøre pre-kontraktuell informasjon lettere forståelig. Nedenfor presenteres en del anbefalinger og tips som kan bidra til økt lesbarhet av selve den skriftlige informasjonen.

40 I denne sammenheng brukes forenklede valg om valgtyper som ikke er rasjonelle, dvs. basert på kalkulasjon av alternativer. De kan bli foretatt på basis av hva man tror er bra, f.eks hva foreldre mener, hva selger anbefaler osv. Dersom informasjons-overload er problemet, vil uansett ikke mer informasjon hjelpe, fordi forbrukeren ikke klarer å anvende den. Derfor må man heller endre selve måten prosessen foregår på, og/ eller foreta tiltak for å forenkle informasjonen.

41 Se Essene og Apgar, 2007, s. 45. Det anbefales at kundene får nøyaktig prisinformasjon minst 3-7 dager før de må ta en lånebeslutning. For forbrukere som planlegger å ta opp Boliglån, kan Finansportalen gi en god indikasjon på nivået for boliglånspriser, se www.finansportalen.no.

- 1. Presenter det viktigste først**
- 2. Gi god informasjon, og ikke for mye.**
- 3. Klar og tydelig informasjon om angrefrist og klagerett.**
- 4. Samle informasjon om nøkkeltemaene så forbrukeren raskt får et overblikk.**
- 5. Klar og tydelig informasjon om gebyrer, tilleggsutgifter, og hva som kan endre dem.**
- 6. Klar og tydelig informasjon om retten til å skifte bank og eventuelle kostnader ved skiftet.**
- 7. Når det gjelder forklaringer – mest mulig upartisk informasjon om viktige begreper og sammenhenger.**
- 8. Analyser informasjonsbehovet ut fra forbrukerens ståsted: Hva er det spesielt viktig å få formidlet i et klart og tydelig språk?**
- 9. Kostnadsinformasjonen bør helst formidles i hele tall og eller eksempler. Prosjenter og formler gjør informasjonen mer utilgjengelig for mange.**

I tillegg vil vi anbefale at materialet brukertestes før det tas i bruk i stor skala. I faglitteraturen argumenteres det for at 5-8 testere vil være tilstrekkelig for å avdekke vanskelig tilgjengelig informasjon i tekster. Det er også viktig å teste materialet på en relevant brukergruppe.

Når det gjelder måten informasjonen presenteres på, og prosessen med signering av boliglånsavtaler, bør man tenke gjennom hva som bedrer informasjonsoverføringen, gjør det lettere for kundene å få stilt spørsmål, og hvordan kundene skal få god nok informasjon om sine forbrukerrettigheter under selve avtaleinngåelsen.

Det må settes av tid til å gi kundene forklaring på det de eventuelt ikke forstår, og spørsmål bør aktivt etterspørres. Lånekunden bør få tilstrekkelig tid til å tenke gjennom denne beslutningen, som vil få store konsekvenser for husholdningens økonomi i flere år framover.

Anbefalinger og krav om tiltak fra Forbrukerrådet

Spareregulering for salg av boliglån

Forbrukerrådet mener beslutningstakerne må sørge for at forbrukerne blir like godt beskyttet når de skal ta opp boliglån som når de skal plassere sparepengene sine. Dette kan gjøres ved å implementere grunntankene og grunnprinsippene fra reguleringen av sparemarkedet – salg av spareprodukter (MIFID) inn i boliglånsmarkedet.

Boliglånavtale inngår i en større kjøpsprosess som for mange av oss er det største, enkeltstående kjøpet vi gjør i løpet av et helt liv – kjøp av bolig. Det er et problem at valg av boliglån blir drevet av en boligkjøpsprosess som legger opp til impulsive valg og er preget av eufori. Det er paradoksalt at det er strengere krav til selgere av spareprodukter enn det er til selgere av boliglån. Etter å ha sett hvilken påvirkningskraft og tillit en selger har når forbrukerne skal velge boliglån, fremstår det opplagt at rådgivning og salg av boliglånavtaler må reguleres tilsvarende som spareavtaler. Faren for interessekonflikt mellom rådgiverens/bankens interesser og kundens interesser må reduseres, og i beste fall elimineres. Dette er mulig å få til ved bl.a. å stille krav til kundesamtalene og til selgeren.

Det er flere ubalanser i boliglånsmarkedet som bør utjevnes. Vi tenker spesielt på selgerens kompetanseovertak i kundesamtalene, fravær av krav til rådgivning og kundekartlegging, en boligkjøpsprosess hvor boligfinansieringsavtalene er underordnet og ikke legger til rette for å kunne ta veloverveide og rasjonelle valg av boliglån, salgsperson som kamufleres som rådgiver, og vanskelig tilgjengelige tekster i sentrale kontraktsdokumenter som kommer utidig i forhold til beslutning/valget av produkt og tilbyder.

Profesjonsansvar for boliglånselgere

Først og fremst betyr det at det må innføres et profesjonsansvar for selger av boliglån på samme måte som selgere av spareprodukter har fått gjennom innføringen og implementeringen av MIFID. I dette ligger at den profesjonelle parten må få ansvar for å sikre balansen i boliglånsmarkedet.

Profesjonsansvar innebærer bl.a. at det i lovgivningen må stilles krav til at selger plikter å gi råd og anbefalinger om boliglånsprodukter som er i **forbrukerens beste interesse**. En slik tydelig og klarlagt preferanse eliminerer faren for at det blir gitt dårlige råd og anbefalinger, når det oppstår interessekonflikter som selgerne kan oppleve i forhold til sine egne resultatmål. Samtidig trykker det at selgerne må forsikre seg om at de har forstått kundens individuelle forhold og behov. På denne måten vil man samtidig kunne forhindre at produkter som har en grad av usikkerhet/risiko/ulønnsomhet innebygd, blir solgt til forbrukere som ikke er tjent med/ønsker en slik usikkerhet/risiko/ulønnsomhet knyttet til sitt boliglån og sin privatøkonomi⁴².

Det innebærer videre at det må stilles **krav til kundekartlegging**, som skaper balanse mellom bankenes undersøkelsesplikt og kundenes opplysningsplikt. Dagens fravær av samtaleregulering for kundemøtet må adresseres, tilsvarende slik det er gjort for salg av spareprodukter. I denne sammenheng vil også et **nasjonalt gjeldsregister** kunne være et sentralt verktøy for å kartlegge kundens individuelle forhold og privatøkonomi. Ved å få en fullstendig oversikt over kundens

⁴² Jf "valutalånsaken" i Stavangerregionen – tidligere referert.

gjeldssituasjon, vil rådene og anbefalingene for salget bli riktigere i forhold til hva som er i forbrukerens beste interesse.

Inn under dette profesjonsansvaret kommer også en **frarådningsplikt**, som må skje både skriftlig og muntlig og være reell. Det er lett å glemme forbrukerbeskyttelsen og la det være (satt på spissen) fritt frem for kreditorene å tilby sine tjenester. Dersom kundekartleggingen tilsier at forbrukeren ikke klarer å betjene et lån i den størrelsesorden som ønskes (eller i det hele tatt), så skal forbrukeren bli klart og tydelig informert om dette. Bankene bør i slike tilfeller avslå lånesøknaden, slik EU-kommisjonen har foreslått at kredittytterne må, hvis kredittvurderingen er negativ. Som et minimum må lovgiver sikre at frarådningsplikten ikke fungerer som et smutthull for bankene til å gi lån selv i tilfeller hvor kredittvurderingen tilsier at det ikke bør gis, såfremt forbrukeren har signert på at banken har oppfylt frarådningsplikten sin.

Bransjen bør bedre kundemateriellet og vurdere innføring av karenstid

Den informasjonen som blir gitt i dag i lånedokumentene fungerer ikke som kundeopplysning, men mer som ansvarsfraskrivelse og oppfyllelse av juridiske forpliktelser. Det ligger en klar oppfordring i dette til bransjen om å forbedre kundemateriellet, sikre gode forklaringer og forståelig språk. En visualisering av risiko har gjennom denne undersøkelsen vist seg svært hensiktsmessig. Forbrukerne har lettere for å forstå når innholdet blir visualisert, f.eks. i "risikopyramiden".

Signeringsmøtet slik det forekommer i dag, har ikke i seg rammer for at forbruker skal ta veloverveide og rasjonelle valg. SEF-skjemaet kommer for sent til at det er mulig for forbrukeren å sammenligne tilbud med hensyn til hvilken fase av kjøpsprosessen man er i når skjemaet kommer på bordet. SEF-skjemaet tjener da ikke sin hensikt. Det bør vurderes om det er praktisk mulig å fremlegge skjemaet i en tidligere fase av prosessen. I tillegg har dette skjemaet, som de andre, betydelig forbedringspotensial for å bli språklig forståelig og lettere tilgjengelig. Vi oppfordrer bransjen til å vurdere de 9 budene vi anbefaler for pre-kontraktuell informasjon.

Bransjen bør også vurdere å legge inn en karenstid for å dempe impulselementet i en opphetet boligjakt og boliglånsopptak, og legge til rette for at forbrukerne blir oppfordret til å ta rasjonelle og veloverveide valg når de tar opp boliglån.

EU-regulering av boliglånsmarkedet

31. mars 2011 fremmet EU-kommisjonen et lovforslag COM(2011)0142 for å sikre ansvarlig utlånspraksis på boliglånsmarkedet i Europa, et marked som i liten grad er grenseoverskridende foreløpig. Direktivet er nå til behandling (første lesning) i Eurpoaparlamentets komiteer og i Rådets arbeidsgruppe. Forbrukerrådet har – sammen med vår europeiske paraplyorganisasjon BEUC – satt høy prioritet på arbeidet med å sikre at forbrukerinteressene ivaretas i reguleringen.

Hensikten med EUs lovforslag er å skape ett boliglånsmarked med høy forbrukerbeskyttelse, samt fremme finansiell stabilitet ved å sikre at boliglånsmarkeder virker på en ansvarlig måte. Gjeldsopptaket i norske husholdninger har økt kraftig de siste årene. Tilsyn og myndigheter leter etter virkemidler for å bremse utlånsiveren og stagge stigningen på boligprisene. Reguleringen av boliglånsmarkedene både i Europa og i Norge i dag sikrer forbrukerne dårligere enn når de skal plassere sine sparepenger.

Nå har norske myndigheter mulighet til å berede grunnen for den kommende implementeringen av direktivet, og veie opp for de ubalansene vi ser i markedet og som denne rapporten har pekt på.

Forbrukerrådet anbefaler spareregulering inn i boliglånsmarkedet.

Vedlegg 1: Hypostat 2010, A review of Europe's mortgage and housing markets utgitt av European Mortgage Federation (EMF)

Statistical tables

2. Residential Mortgage Debt per Capita, thousand EUR

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Austria	n/a	n/a	3.69	4.46	4.91	5.90	6.56	7.36	7.96	8.66	8.79	9.55
Belgium	6.44	6.84	6.75	7.22	7.85	8.60	9.68	10.86	11.94	12.85	14.11	15.07
Bulgaria	0.00	0.01	0.01	0.01	0.02	0.05	0.10	0.17	0.27	0.37	0.40	0.59
Cyprus	0.72	0.85	0.98	1.23	1.62	2.04	5.53	7.11	8.98	10.88	13.17	14.98
Czech Republic	n/a	n/a	n/a	0.15	0.24	0.37	0.60	0.79	1.26	1.54	1.62	1.77
Denmark	21.06	22.04	23.81	25.46	27.47	29.08	32.53	35.92	38.81	40.62	41.96	42.88
Estonia	0.16	0.21	0.28	0.44	0.70	1.11	1.94	3.18	4.15	4.64	4.56	4.46
Finland	n/a	n/a	n/a	5.63	6.86	7.90	9.19	10.45	11.70	12.66	13.41	14.25
France	4.74	5.04	5.32	5.71	6.23	6.94	8.02	9.14	10.24	11.09	11.46	12.31
Germany	13.64	13.36	13.65	13.83	14.01	14.02	14.09	14.36	14.04	13.93	13.99	14.09
Greece	0.82	1.03	1.43	1.94	2.43	3.08	4.10	5.14	6.21	6.93	7.15	7.12
Hungary	0.05	0.07	0.13	0.32	0.57	0.77	1.05	1.31	1.73	2.25	2.24	2.48
Ireland	7.02	8.62	10.00	12.11	15.04	19.26	24.18	29.46	32.59	33.81	33.25	30.40
Italy	1.45	1.74	1.92	2.28	2.65	3.19	3.72	4.23	4.59	4.55	4.85	5.83
Latvia	0.02	0.06	0.09	0.17	0.31	0.57	1.08	2.04	2.91	3.14	3.01	2.89
Lithuania	0.04	0.04	0.05	0.10	0.19	0.37	0.66	0.88	1.43	1.80	1.80	1.80
Luxembourg	10.43	12.67	14.03	14.97	17.47	19.34	22.95	25.62	30.82	32.95	34.60	37.03
Malta	0.77	0.89	1.96	2.22	2.59	3.14	3.78	4.38	4.96	5.43	5.98	6.50
Netherlands	14.87	17.98	20.46	23.17	24.71	26.66	29.45	32.00	34.17	35.94	36.53	38.01
Poland	0.07	0.10	0.15	0.18	0.23	0.25	0.38	0.60	0.94	1.48	1.48	1.77
Portugal	4.16	4.98	5.59	6.28	6.38	6.79	7.55	8.69	9.54	9.91	10.42	10.77
Romania	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	0.01	0.04	0.10	0.18	0.24	0.27	0.32
Slovakia	n/a	n/a	n/a	0.19	0.26	0.41	0.57	0.78	1.26	1.58	1.75	2.00
Slovenia	0.03	0.03	0.05	0.10	0.13	0.40	0.68	0.98	1.33	1.69	1.94	2.36
Spain	3.88	4.70	5.46	6.39	7.51	9.08	11.05	13.07	14.54	14.89	14.81	14.79
Sweden	12.47	13.41	13.05	13.94	14.96	18.26	19.42	22.45	24.30	23.86	25.51	30.37
UK	13.27	15.21	16.14	17.92	18.68	21.15	23.69	26.53	28.72	23.86	22.29	23.27
EU27	5.28	5.90	6.30	6.40	7.08	7.73	8.98	10.28	11.47	11.91	12.27	12.88

Iceland	15.90	19.11	18.47	20.10	22.23	25.99	35.95	32.77	57.56	n/a	n/a	n/a
Norway	13.98	15.95	17.85	21.47	22.73	24.24	29.82	32.50	37.78	36.24	40.70	45.16
Russia	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	0.01	0.06	0.13	0.22	0.18	0.21
Turkey	n/a	n/a	n/a	0.00	0.01	0.02	0.11	0.17	0.27	0.27	0.28	0.42
Ukraine	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	0.04	0.09	0.17	0.22	0.20	0.19
USA	17.90	21.74	23.97	23.29	21.62	22.34	28.34	27.97	26.92	28.79	25.83	27.04

Source: European Mortgage Federation National Experts, Eurostat, European Central Bank, National Central Banks, National Statistics Offices, Federal Reserve, US Bureau of Census

Notes:

- Swedish series has been revised; please note that data after 2004 is not comparable with the earlier data due to a change in the statistical source
- UK series has been revised

Vedlegg 2: Metodiske betraktninger

1. Forberedelse av selgeren

Vi kunne valgt å ha en "nøytral" selger, eller en selger med en agenda om å legge fram argumenter som kunne trigge en bestemt adferd hos kundene opp mot økonomiske valg. I denne undersøkelsen valgte vi å gi selger en agenda.

For å teste folks tilbøyelighet til å agere i forhold til adferdsøkonomiske prinsipper snarere enn rasjonell vurdering for optimal lønnsomhet (Economic Man), vurderte vi å be selgeren gjøre følgende:

- Fokusere på kortsiktig gevinst framfor langsiktig lønnsomhet
- Nevne beløp tidlig i samtalen – anchoring/ ev. ikke nevne beløp for halvparten
- Presentasjon av lånene – sette to og to sammen slik at kunden velger det beste av de to som sammenlignes – for å teste sammenligningspreferanser (narrow bracketing)
- Tydeliggjøre risiko i forhold til å tydeliggjøre fordeler ved lånetypene.
- Hvordan potensielle låntakere reagerer på, og håndterer en situasjon med mye informasjon i valgprosessen.
- Tallfesting av kostnader og betingelser ved lånet – hvordan potensielle låntakere oppfatter tall, prosenter og verbale formuleringer i framstillingene.

I det faktiske eksperimentet valgte vi å fokusere på informasjon om risiko for å isolere faktorer det var mulig å få belyst i et eksperiment av den dimensjonen vi hadde mulighet til å gjennomføre gitt tid og ressurser til disposisjon.

I eksperimentet ble det også aktuelt å fokusere på informasjonsopptak og bearbeidning knyttet til selve kjøpsprosessen av boliglån. Det er på den ene siden individuelt hvor mye som skal til før det blir informasjonsoverload – og forbrukeren eventuelt velger ut fra andre hensyn (heuristikker) eller lar være å velge/utsetter valget, og på den annen side, kan strukturen i selve valgprosessen fremme mer eller mindre reflekterte valg. Vi antok at dersom vi har opptak av samtaler og observerte dem, kunne vi finne ut mer om hvordan dette skjedde, og hvordan testeren reagerte.

Vi foretok også en studie av formuleringer i lånedokumenter og matematiske uttrykk for lånet. Den ble såpass omfattende at vi valgte å utforme en egen rapportdel om dette materialet. Den delen tar for seg prekontraktuell informasjon, blant annet SEF-skjema og kontrakt, og kalles Del 2 – test av prekontraktuell informasjon.

2. En selger – ikke flere

Begrunnelsen for å velge en selger er at vi da ville ha kontroll på at det kun var en person som påvirket samtlige testere. I personlige møter er det svært mange faktorer som bidrar til påvirkning – både ytre trekk som framtoning, etnisk bakgrunn, alder og klesstil kan gi signaler som tiltaler eller frastøter andre personer. I tillegg kommer mer udefinerbare faktorer som personlig kjemi og lignende. Det ville være svært vanskelig å finne to selgere som var "like" på alle disse variablene, og vi valgte derfor å bruke samme selger på alle testerne. Vi stilte også testerne et spørsmål om selve selgeren som person for om mulig å avdekke særlige positive eller negative bias knyttet til disse faktorene. Samtlige testere vurderte selger som en sympatisk person.

3. Overføringsverdi av eksperimentet

Det er selvfølgelig ikke slik at valg foretatt i en eksperiment-situasjon er direkte overførbart til virkelighetens verden. Likevel, er det noen likhetstrekk i situasjonene, som styrker overføringsverdien, eller den eksterne validiteten. Både i "real life" og eksperiment-situasjonen, er det et visst tidspress og opplevelse av at man må ta et valg. Når forbrukere skal velge boliglånstype, har de ofte allerede et objekt på hånden, eller har kanskje allerede lagt inn bud, og da kan karakteristika ved lånet lett framstå som detaljer i det store bildet.

I møtet med en veltalende selger som har kunnskapsovertak og salgserfaring, kan derfor forbrukerne framstå som et lett bytte. Motforestillingene blir verken oppmuntret til å komme fram av selgeren, og situasjonens tidsrammer og opplevelse av press for avgjørelse, gjør at forbrukerne ikke får tid til å tenke nøye gjennom alternativene som presenteres. Vi kan si det slik, at denne situasjonen ser ut til å ha manglende forutsetninger og rammer for at type 2 tenking – rasjonell overveielse og serielle prosesser, har mulighet til å fungere godt.

4. Konsistens

En annen utfordring, kan være behovet for å skape konsistens i forhold til valg. Dersom boliglåneren blir overbevist om at denne lånetypen er fantastisk, og innebærer muligheter (for gevinst), kan det være vanskelig å nå fram med mer nøytralt basert informasjon i etterkant.

I de tilbakeskuende intervjuene i etterkant av kundesamtalene, der vi i avslørte hvilke instruksjoner selgeren hadde fått, var dette et tema som kom i fokus. Testerne ville ikke uten videre gå med på at dette var "dårlige råd", men holdt fast ved at her kunne det ligge potensial og muligheter, selv om vi informerte om hvilke reelle alternativer som faktisk var å anbefale ut fra deres økonomiske situasjon og framtidsutsikter.

Den innleide selgeren uttrykte selv ved flere anledninger en bekymring for hvor lite motforestillinger som kom opp hos en del av testerne, og presiserte ovenfor Forbrukerrådet at vi måtte informere grundig om hva som var de "riktige" alternativene for testerne i etterkant⁴³.

Årsaken til denne "staheten" hos testerne kan ligge i et ønske om ikke å tape ansikt i etterkant, siden de var blitt "lurt". Men FR hadde flere ganger uttrykt at dette var en test av selger og bankenes måte å informere om lån på, og at det ikke var noen riktige svar eller meninger fra deres side, for å tone ned dette aspektet. Testernes argumentasjon gikk mer i retning av at de ønsket å opprettholde forestillingen om at dette lånet ville tilfredsstille deres drømmer og gi muligheter for å gjøre noe som ga ekstra gevinst i tillegg. Og denne "gevinsten" ville de nødig gi fra seg. Dette handler derfor mer om tapsaversjon (Thaler & Sunstein).

5. Kategorisering av talehandlinger

Talehandlinger (verbal kommunikasjonsatferd) kan observeres gjennom hørsel og kontrolleres gjennom bruk av lydbånd. Observasjon av talehandlinger gir et presist bilde av et spesifikt utsnitt av interaksjonen mellom 2 eller flere personer. Utsnittet beskriver *tendensen* i dynamikken og kan belyse forhold som videre kan forklare noe om hvordan aktørene:

⁴³ Deltakerne ble etter kundemøtet informert om at de hadde vært utsatt for et eksperiment og at rådene de hadde fått ikke var reelle.

- Deltar (eller dominerer, eller drop out)
- Benytter hverandres kompetanse (lytter, bygger på, utveksler, deler, utfordrer mv)
- Utnytter ressursene til stede (tid, kompetanse, ideer, perspektiver etc.)
- Deler virkelighet (snakker *til* hverandre eller *med* hverandre, deler virkelighet om hva som er sagt, hvori man er enige eller uenige, hvilke alternativer som er belyst o.l.)
- Dialog og vurderingsprosesser (eks. simple eller komplekse kjøpsbeslutningsprosesser, kvalitetssikring, nytenking, involvering, forankring, innsalg, forhandling mv.)

I dette tilfellet ble følgende kategorier talehandlinger vurdert som relevante:

Kategori	Beskrivelse meningsinnhold
Forslag emne	Framsette ideer og forslag til innhold og måter å løse saken/emnet det snakkes om
Støtte	Verbalt bekrefte det en annen person sier eller personen som sier det
Innvende	Verbalt gå imot det som sies, være uenig i innhold, tolkning, konklusjon eller måter noe vurderes
Søke Info	Spørre (alle spørsmål som ikke spesifikt faller inn under Søke Forslag eller Teste Forståelse)
Søke Forslag	Spørre om en annen person har idé eller forslag til innhold og måter å løse saken/emnet det snakkes om
Teste Forståelse	Spørre om det er tror en har forstått er i tråd med det en annen har ment å si/formidle
Sammenfatte	Korrekt og fullstendig gjengivelse av det som er sagt – uten egen fortolkning
Gi Info	Beskrive, argumentere, gjenta, utdype, forklare, formidle – gi uttrykk for egen oppfatning
Andre kategorier	Enkelte talehandlinger ble observert (eks. Forslag prosedyre, Forsvar/Angrep, Motforslag, Bygge/utvikle)
TOTAL	Sammenlagt sum av delobservasjonene innenfor hver kategori
Avbryte	Tilleggsobservasjon i fht. hvordan ovenstående ble utført
Speiling	Tilleggsobservasjon i fht. hvordan ovenstående ble utført
Latter	Tilleggsobservasjon i fht. hvordan ovenstående ble utført
Motivere for neste	Tilleggsobservasjon i fht. hvordan ovenstående ble utført
Lade	Tilleggsobservasjon i fht. hvordan ovenstående ble utført

Vedlegg 3: LIKS-tolkning

Tolkning	
< 30	Veldig lettlest, barnebøker
30 – 40	Lettlest, skjønnlitteratur, ukeblader
40 – 50	Middels vanskelig, vanlig avistekst
50 – 60	Vanskelig, vanlig verdi for tekster fra det offentlige
> 60	Svært vanskelig, byråkratspråk

Se også <http://www.sprakrad.no/Klarsprak /Verktoy/Skriverad/Kansellisten/>.