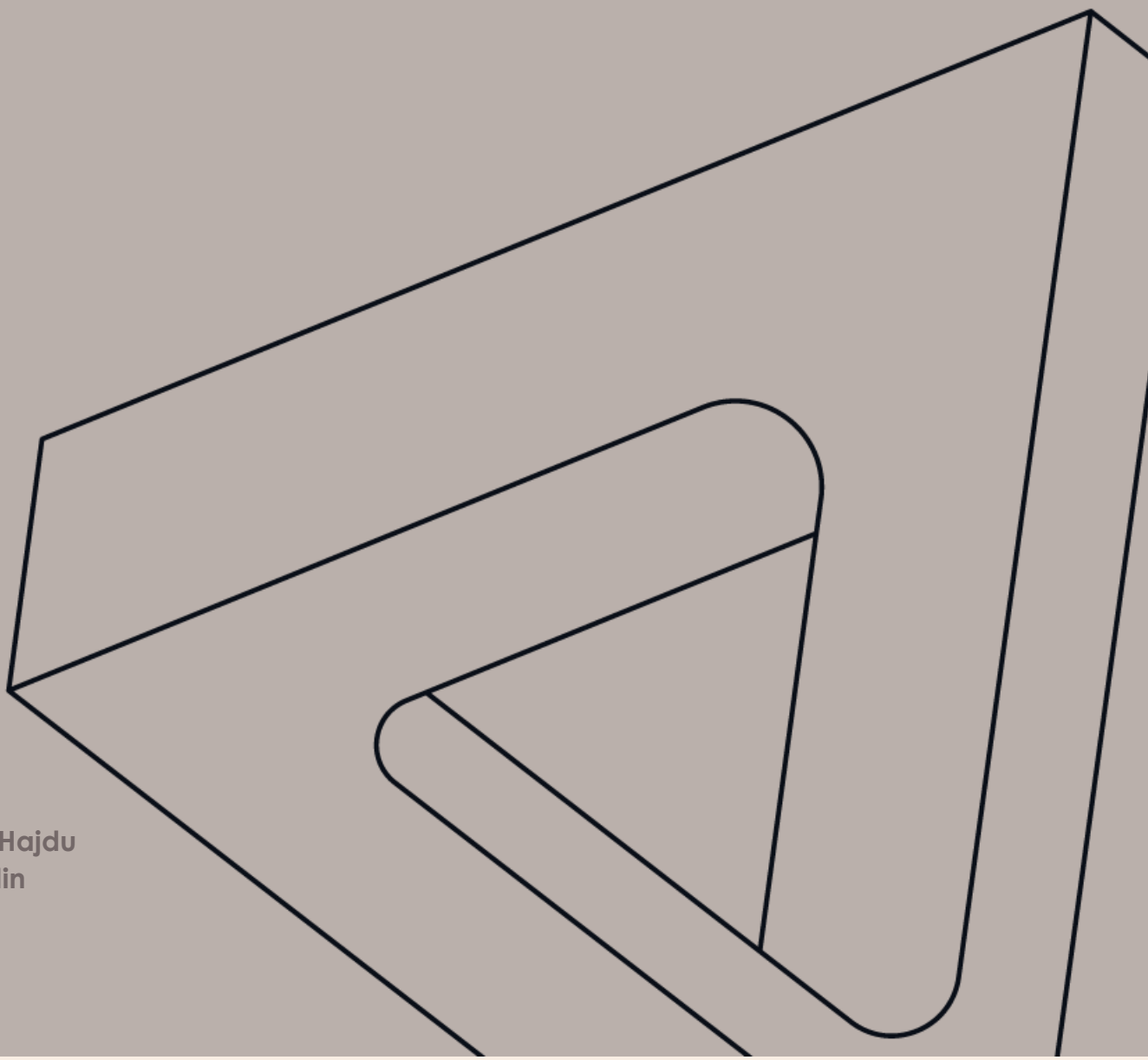
Kundundersökning Pensionsförflyttning

Nordea Liv & Pension



Katarina Hajdu
Emil Lundin

Oktober 2026

Innehåll

Sammanfattande slutsatser **3**
Introduktion **4**
Ökad kunskap och förståelse för sitt pensionssparande **5**
Flytten till Nordea och rådgivningens betydelse **8**
Nöjdhet med flytten och pensionsrådgivningen **12**
Om undersökningen **18**

Sammanfattande slutsatser

Rådgivningen skapar kunskapsökning
Andelen kunder som uppger att de har en god förståelse för sitt pensionssparande ökar efter rådgivningen. Det mest intressanta resultatet är att skillnaderna mellan grupperna är relativt små efter rådgivningen, trots att utgångsläget skiljer sig åt. Detta tyder på att rådgivningen fungerar väl för olika kundgrupper och bidrar till en mer jämlik förståelsenivå bland kunderna.

Rådgivningen är en avgörande drivkraft bakom flyttbeslutet
Tre av fyra kunder uppger att rådgivningen hade stor betydelse för beslutet att flytta sin tjänstepension. Rådgivningen är därmed inte bara ett stöd i flyttprocessen utan en central faktor bakom själva affären.

Relationella värden väger tyngre än produkt- och prisfaktorer
De främsta skälen till flytten är bättre personlig service och bra rådgivning. Faktorer som avgifter, fondutbud och andra produktattribut spelar en betydligt mindre roll. Detta tyder på att Nordea i första hand attraherar genom relation och förtroende snarare än genom pris eller produktutbud.

Äldre kunder värdesätter rådgivning särskilt högt
Betydelsen av rådgivningen ökar med åldern. Äldre kunder motiveras i högre grad av personlig kontakt och rådgivning, medan yngre kunder i större utsträckning lyfter fram pensionsutveckling och produktutbud. Kundsegmenten har därmed delvis olika drivkrafter.

Flyttupplevelsen levererar starkt på kundernas förväntningar
Över åtta av tio kunder är nöjda med flytten till Nordea och endast 3 procent är missnöjda. Resultaten indikerar att Nordea lyckas omsätta förväntningar och löften i en positiv kundupplevelse.

Tydlig kommunikation är den enskilt viktigaste framgångsfaktorn
Analysen visar att tydlighet och begriplighet har starkast samband med den totala nöjdheten. Kundernas helhetsintryck formas i hög utsträckning av hur väl rådgivaren lyckas förklara komplexa pensionsfrågor på ett enkelt och relevant sätt.

Nöjda kunder vill fortfarande möta människor
Trots en omfattande digitalisering föredrar 68 procent av kunderna personlig rådgivning som källa till framtida pensionskunskap. Intresset för AI, chatbotar och digital rådgivning är mycket begränsat bland de som svarat i undersökningen.

Introduktion

Undersökningen syftar till att öka förståelsen för Nordeas pensionskunders behov, attityder och upplevelser av pension, pensionssparande och rådgivning. Undersökningen omfattar kunder som flyttat hela eller delar av sin tjänstepension till Nordea under första halvåret 2026.

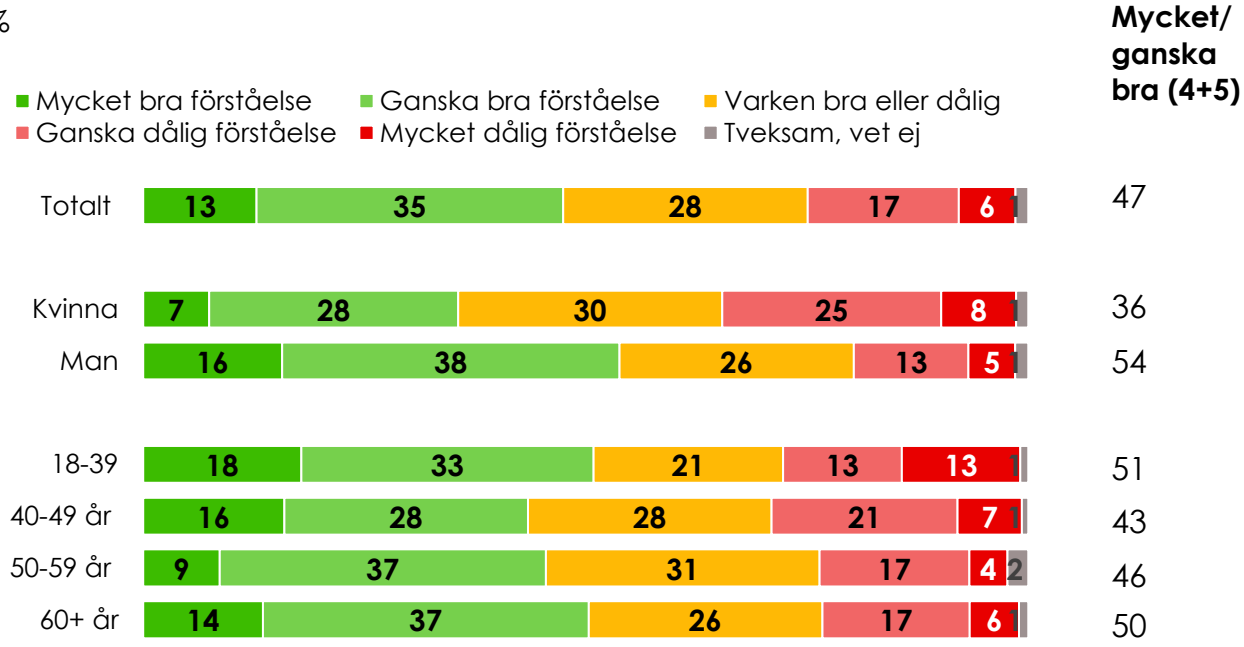
Datainsamlingen genomfördes av Nordea. Verian medverkade i framtagandet och kvalitetssäkringen av enkäten samt ansvarade för bearbetning och analys av resultaten efter avslutad datainsamling. Totalt samlades 848 intervjuer in och ligger till grund för resultaten i rapporten.

Ökad kunskap och förståelse för sitt pensionssparande

I detta kapitel undersöks hur kunderna upplevde sin kunskap och förståelse före respektive efter rådgivningen med Nordea, samt i vilken utsträckning rådgivningen bidragit till ökad insikt. Resultaten visar både hur utgångsläget såg ut för olika kundgrupper och vilken effekt rådgivningen haft på kundernas upplevda förståelse före sitt pensionssparande.

Innan rådgivningen med Nordea uppger nästan hälften av respondenterna (47 %) att de hade en mycket eller ganska bra förståelse för sitt pensionssparande. Samtidigt anger 23 procent att de hade en ganska eller mycket dålig förståelse, medan 28 procent varken hade en bra eller dålig förståelse. Det finns tydliga skillnader mellan kvinnor och män. Män uppger i högre utsträckning än kvinnor att de hade en god förståelse för sitt pensionssparande före rådgivningen (54 jämfört med 36 %). Kvinnor anger samtidigt oftare att de hade en ganska eller mycket dålig förståelse (33 jämfört med 18 %). Skillnaderna mellan åldersgrupperna är mindre. Omkring hälften av de yngsta (18–39 år) och äldsta (60+ år) uppger att de hade en god förståelse innan rådgivningen, medan motsvarande andel är något lägre bland personer i åldern 40–59 år. Sammantaget visar resultaten att kunderna gick in i rådgivningen med varierande kunskapsnivåer. Drygt hälften upplevde att de saknade eller endast hade begränsad kunskap om sitt pensionssparande, vilket understryker behovet av pensionsrådgivning.

Figur 1. Hur bra förståelse för ditt pensionssparande hade du innan rådgivningen med Nordea?

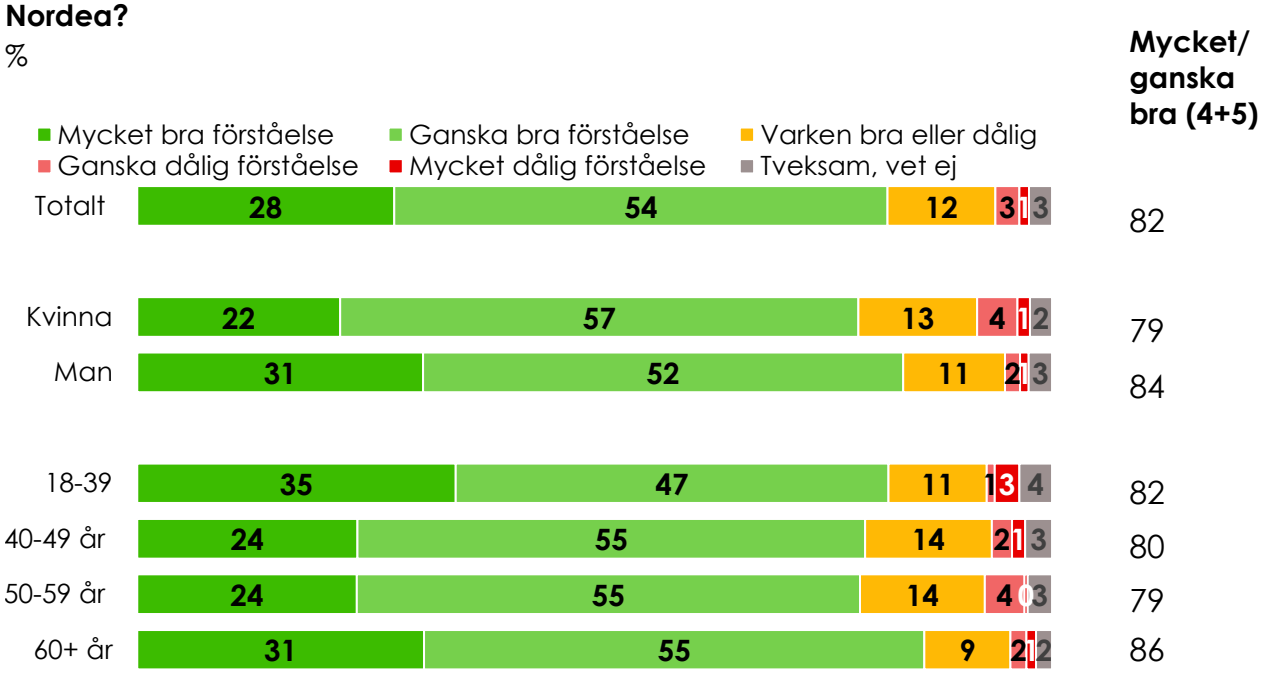


Efter rådgivningen med Nordea uppger en stor majoritet av respondenterna (82 %) att de har en mycket eller ganska bra förståelse för sitt pensionssparande. Endast 4 procent anger att de har en ganska eller mycket dålig förståelse, medan 12 procent placerar sig i mitten av skalan. Resultaten tyder på att kunderna efter rådgivningen känner sig betydligt mer insatta i sitt pensionssparande.

Skillnaderna mellan kvinnor och män är relativt små. Bland män uppger 84 procent att de har en god förståelse efter rådgivningen, jämfört med 79 procent bland kvinnor. Samtidigt har andelen som upplever en låg förståelse minskat till mycket låga nivåer i båda grupperna.

Även mellan åldersgrupperna är resultaten genomgående positiva. Högst andel med god förståelse återfinns bland personer 60 år och äldre (86 %), följt av personer 18–39 år (82 %). Bland personer i åldern 40–49 år och 50–59 år uppger 79–80 procent att de har en mycket eller ganska bra förståelse för sitt pensionssparande efter rådgivningen.

Figur 2. Hur bra förståelse för ditt pensionssparande har du efter rådgivningen med Nordea?



Resultaten visar att rådgivningen har haft en betydande positiv effekt på kundernas upplevda förståelse för sitt pensionssparande. Innan rådgivningen uppgav 47 procent av respondenterna att de hade en god förståelse för sitt pensionssparande (betyg 4 eller 5 på den femgradiga skalan). Efter rådgivningen har motsvarande andel ökat till 82 procent, vilket motsvarar en förbättring på 35 procentenheter.

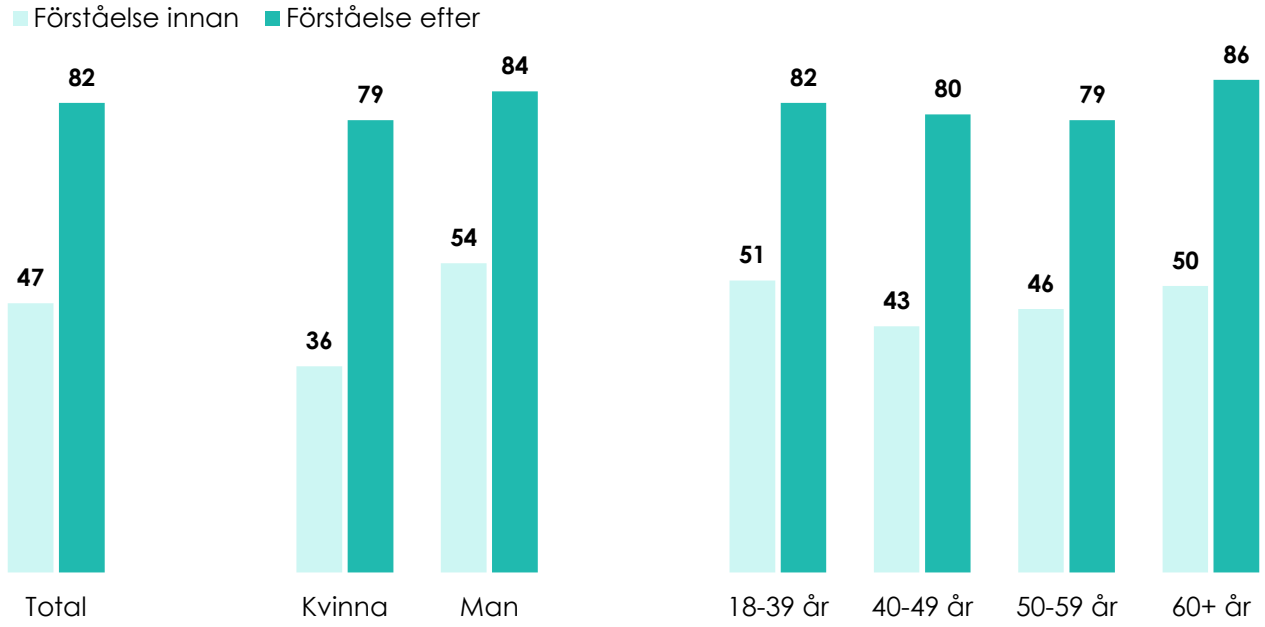
Förbättringen syns bland både kvinnor och män. Bland kvinnor ökar andelen med god förståelse från 36 till 79 procent, vilket motsvarar en ökning på 43

procentenheter. Bland män ökar andelen från 54 till 84 procent, en förbättring på 30 procentenheter. Även om män i högre utsträckning uppger att de hade god förståelse redan före rådgivningen, visar resultaten att rådgivningen bidrar till en tydlig kunskapsökning för båda grupperna.

Även mellan åldersgrupperna är utvecklingen tydlig. Bland personer i åldern 18–39 år ökar andelen som upplever att de har en god förståelse från 51 till 82 procent (+31 procentenheter). För personer i åldern 40–49 år ökar andelen från 43 till 80 procent (+37 procentenheter), medan ökningen bland personer i åldern 50–59 år är från 46 till 79 procent (+33 procentenheter). Bland personer 60 år och äldre stiger andelen från 50 till 86 procent (+36 procentenheter).

Sammantaget visar resultaten att rådgivningen inte bara uppskattas av kunderna, utan också bidrar till ett mer konkret utfall i form av ökad kunskap och förståelse för det egna pensionssparandet. Efter rådgivningen uppger omkring åtta av tio respondenter, oavsett kön eller ålder, att de har en god förståelse för sin pension. Resultaten indikerar därmed att rådgivningen har en stark kunskapshöjande effekt och bidrar till att kunderna känner sig mer informerade och trygga i sina pensionsbeslut.

Figur 3. Hur bra förståelse för ditt pensionssparande hade du innan rådgivningen med Nordea? / Hur bra förståelse för ditt pensionssparande har du efter rådgivningen med Nordea?
Andelar mycket bra förståelse + ganska bra förståelse (4+5) i %

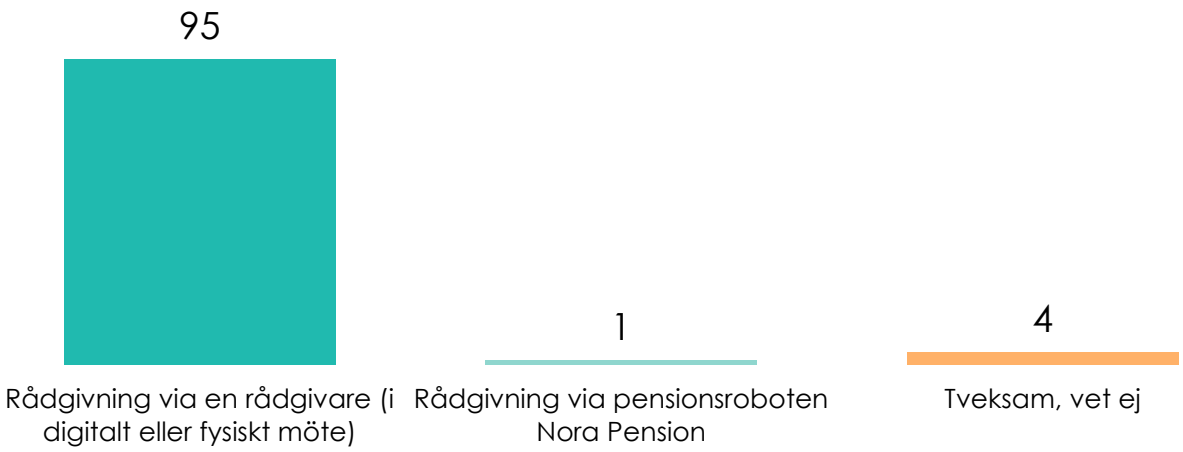


Flytten till Nordea och rådgivningens betydelse

För att förstå vad som låg bakom flytten av tjänstepensionen till Nordea undersöks i detta kapitel rådgivningens roll och kundernas främsta motiv till flytten. Fokus ligger på hur kunderna genomförde flytten, vilken betydelse rådgivningen hade för beslutet samt vilka faktorer som vägde tyngst när valet att flytta pensionen fattades.

Nästan samtliga respondenter (95 procent) uppger att de fick rådgivning av en personlig rådgivare i samband med flytten av sin pension till Nordea, antingen genom ett digitalt eller fysiskt möte. Endast 1 procent anger att de använde pensionsroboten för självservice medan 4 procent är osäkra eller inte minns hur rådgivningen genomfördes. Resultatet visar att flytten till Nordea i huvudsak föregicks av kontakt med en rådgivare, snarare än digital självservice.

Figur 4. För en tid sedan flyttade du hela eller delar av din tjänstepension till Nordea efter rådgivning. Vilken typ av rådgivning fick du i samband med flytten?
%



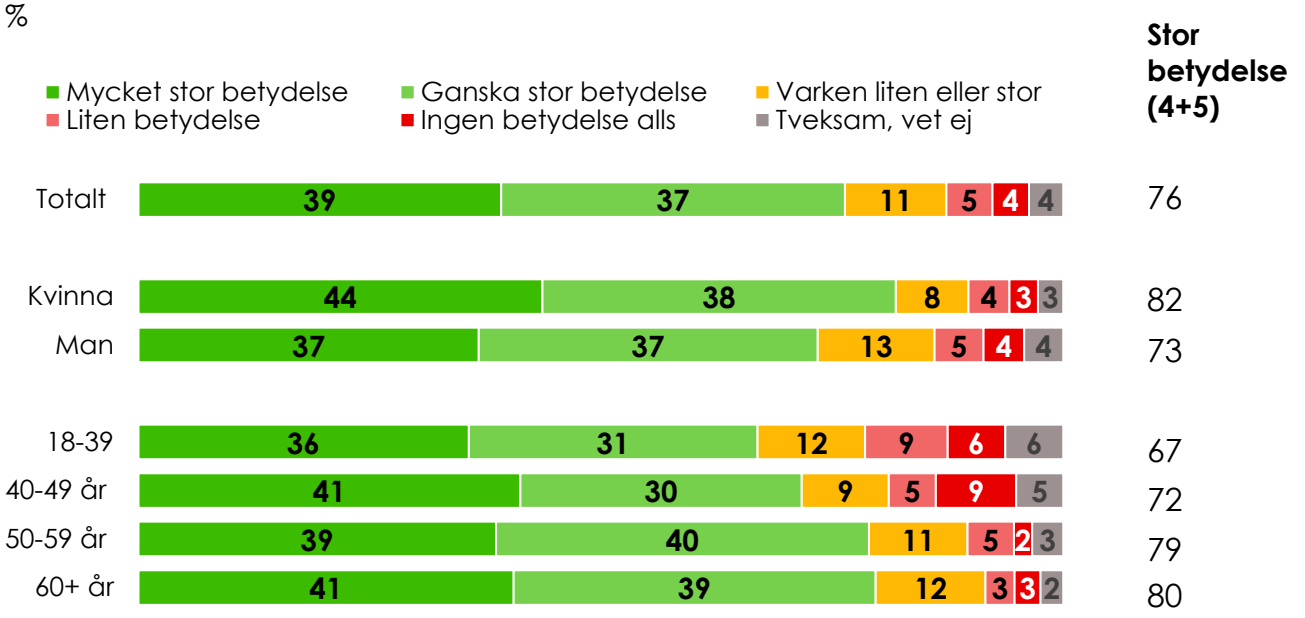
Rådgivningen har haft en avgörande betydelse för de flesta respondenters beslut att flytta sin tjänstepension till Nordea. Sammantaget uppger 76 procent att rådgivningen hade mycket stor eller ganska stor betydelse för flytten, varav 39 procent anger mycket stor betydelse. Endast 9 procent anser att rådgivningen hade liten eller ingen betydelse alls.

Betydelsen av rådgivningen är hög i samtliga grupper, men något större bland kvinnor än män (82 respektive 73 procent som anger mycket eller ganska stor betydelse). Det finns också tydliga åldersskillnader. Bland personer i åldern 18–39 år anser 67 procent att rådgivningen hade stor betydelse och 72 procent bland personer i åldern 40–49 år, jämfört med 79 procent bland 50–59-åringar och 80 procent bland personer 60 år och äldre. Resultaten tyder därmed på att

rådgivningen spelade en särskilt viktig roll för äldre respondenters beslut att flytta sin tjänstepension till Nordea.

Figur 5. Vilken betydelse, på det stora hela, hade rådgivningen för din flytt av tjänstepension?

%



När respondenterna ombeds ange den främsta anledningen till att de flyttade sin tjänstepension till Nordea framträder två tydliga huvudskäl: bättre personlig service och bra rådgivning. Nästan tre av tio (29 %) uppger att bättre personlig service var den viktigaste anledningen, medan 22 procent pekar ut den rådgivning de fick som det främsta skälet.

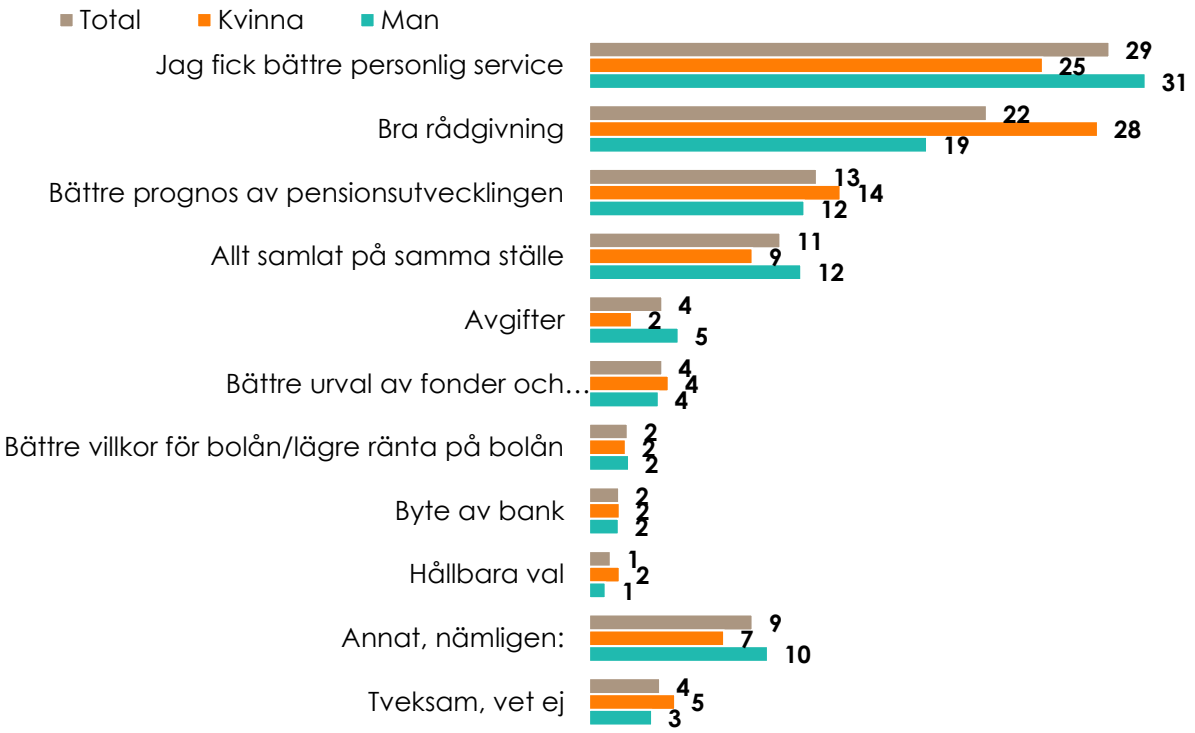
Resultaten visar att frågor om service och rådgivning väger tyngre än mer traditionella faktorer som avgifter, fondutbud eller ränta. Endast 4 procent uppger exempelvis att avgifter var den främsta anledningen till flytten, och lika många nämner ett bättre urval av fonder och förvaltningsprodukter.

Det finns vissa skillnader mellan kvinnor och män. Män anger i något högre utsträckning än kvinnor att de flyttat till Nordea på grund av bättre personlig service (31 jämfört med 25 procent). Kvinnor lyfter däremot oftare fram bra rådgivning som främsta skäl till flytten (28 jämfört med 19 procent bland män), vilket är den största könsskillnaden i resultatet.

Ytterligare 13 procent uppger att en bättre prognos för pensionsutvecklingen var den viktigaste anledningen till flytten, medan 11 procent främst motiverades av möjligheten att samla sitt pensionssparande på ett och samma ställe.

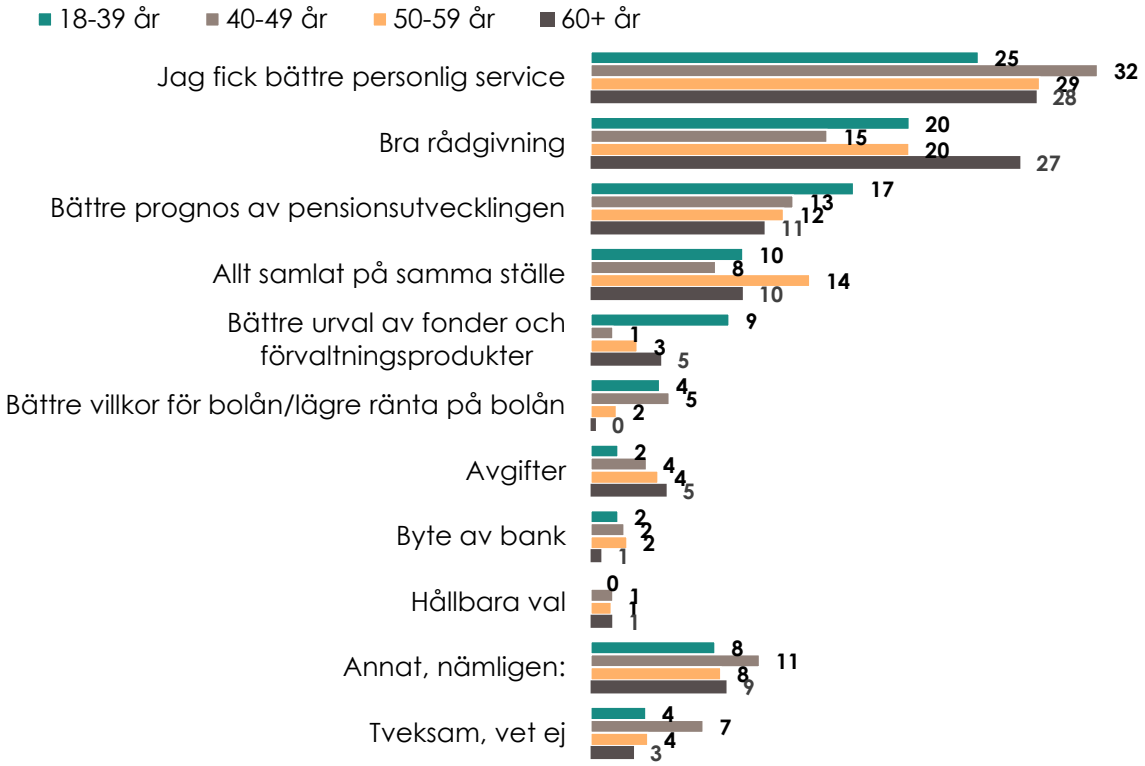
Sammantaget tyder resultaten på att flytten till Nordea i första hand drevs av förtroendet för den personliga kontakten och den rådgivning som erbjuds, snarare än av finansiella villkor eller produktutbud.

Figur 6. Vad var den främsta anledningen till att du genomförde en flytt av din tjänstepension till Nordea? *Ett svar*
%



*"Allt samlat på samma ställe" och "Bättre villkor för bolån/lägre ränta på bolån" är efterkodade utifrån fritextsvar på "Annat, nämligen".

Figur 7. Vad var den främsta anledningen till att du genomförde en flytt av din tjänstepension till Nordea? *Ett svar*
%



Ur ett åldersperspektiv är mönstren relativt lika. Bättre personlig service är den vanligaste anledningen till flytten i samtliga åldersgrupper och lyfts särskilt fram av personer i åldern 40–49 år (32 %). Bland personer 60 år och äldre har bra rådgivning en större betydelse än i övriga grupper. Här anger 27 procent rådgivningen som främsta skäl till flytten, jämfört med 15 procent bland 40–49-åringar.

Yngre respondenter (18–39 år) lyfter oftare fram ett bättre urval av fonder och förvaltningsprodukter (9 %) samt en bättre prognos av pensionsutvecklingen (17 %) som främsta skäl. Resultaten tyder sammantaget på att äldre kunder i högre grad motiveras av rådgivning och personlig kontakt, medan yngre kunder oftare betonar pensionsutveckling och produktutbud.

Nöjdhet med flytten och pensionsrådgivningen

I detta kapitel redovisas hur kunderna upplever flytten av tjänstepensionen till Nordea och den rådgivning de fått i samband med flytten. Fokus ligger på den övergripande nöjdheten med flytten, hur olika delar av pensionsrådgivningen har bedömts samt vilka aspekter av rådgivningen som har störst betydelse för kundernas helhetsomdöme. Resultaten ger en samlad bild av styrkorna i rådgivningsupplevelsen och vilka områden som har störst potential att påverka den totala nöjdheten.

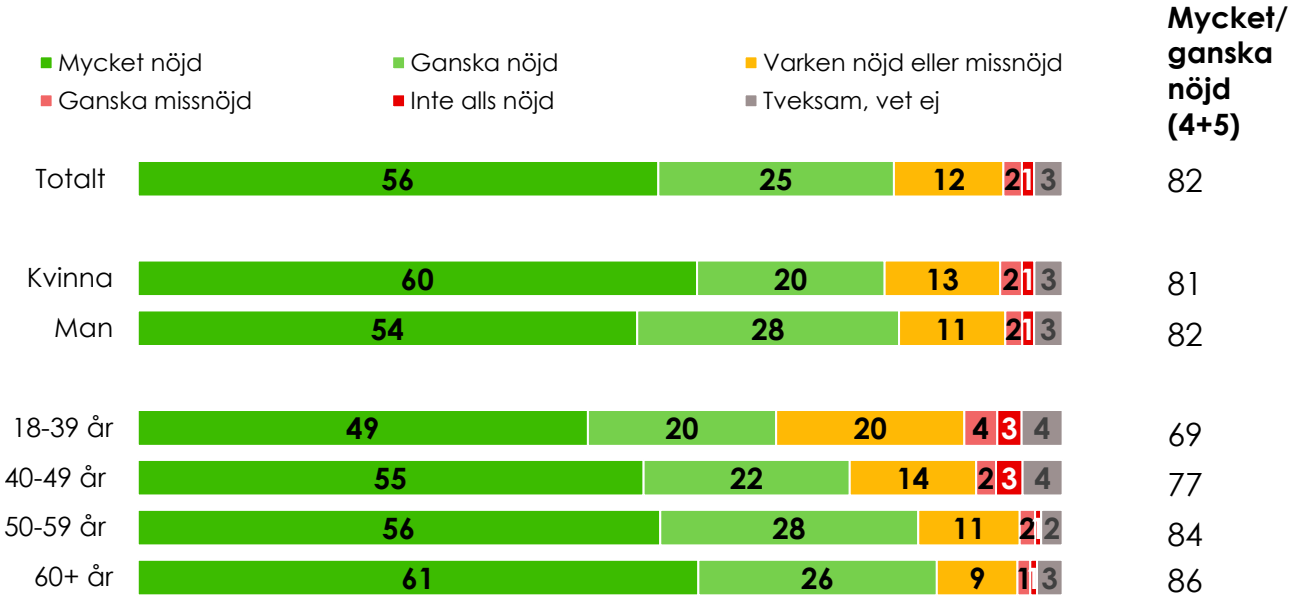
Resultaten visar att kunderna i stor utsträckning är nöjda med sin flytt av tjänstepensionen till Nordea. Totalt uppger 82 procent att de är mycket eller ganska nöjda, varav en majoritet (56 %) är mycket nöjda. Endast 3 procent anger att de är ganska eller mycket missnöjda med flytten.

Nöjdheten är hög bland både kvinnor och män. Totalt 81 procent av kvinnorna uppger att de är mycket eller ganska nöjda, jämfört med 82 procent bland män. Samtidigt är andelen mycket nöjda något högre bland kvinnor (60 %) än bland män (54 %).

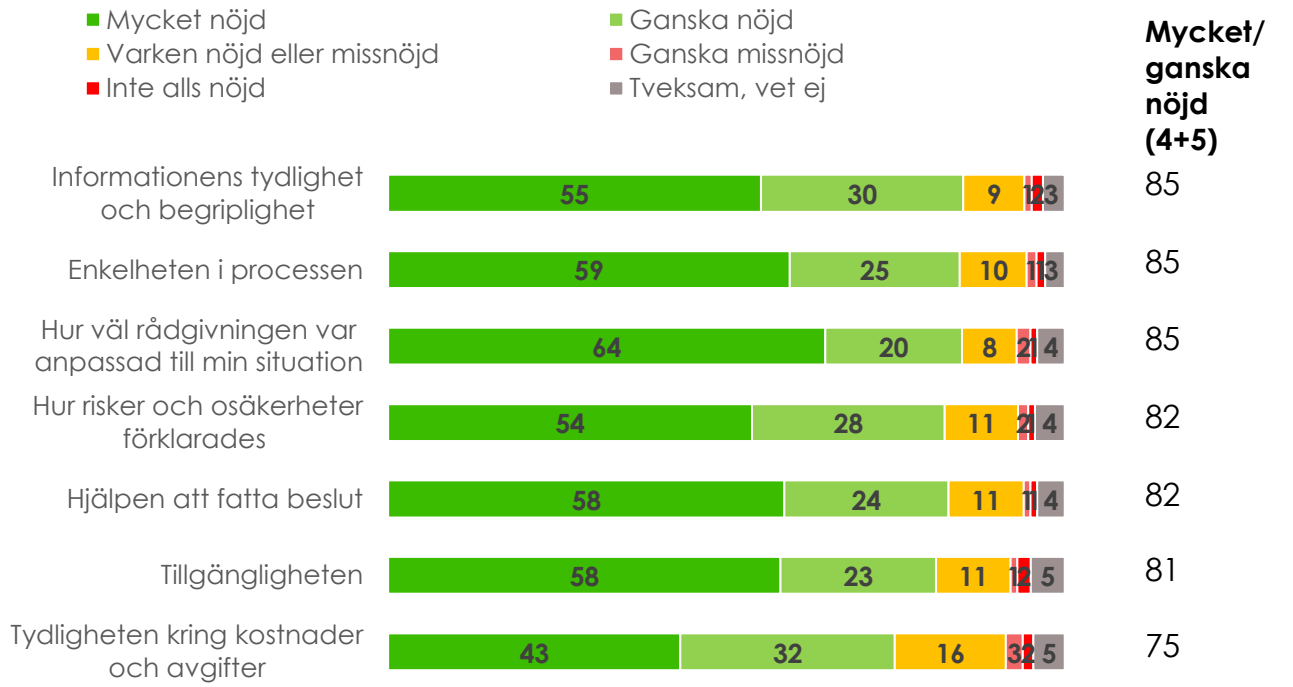
Även ur ett åldersperspektiv är nöjdheten genomgående hög. De mest nöjda återfinns bland personer 50 år och äldre, där hela 86 procent är mycket eller ganska nöjda bland de över 60+ år och 84 procent är nöjda i åldersgruppen 50–59 år. Bland de yngsta respondenterna, 18–39 år, är nöjdheten något lägre (69 %), samtidigt som denna grupp i högre grad än övriga anger att de är varken nöjda eller missnöjda (20 %).

Sammantaget visar resultaten att flytten till Nordea har upplevts positivt av en stor majoritet av kunderna, med särskilt höga nöjdhetsnivåer bland de äldre respondenterna.

Figur 8. Hur nöjd är du på det stora hela med din flytt av tjänstepension till Nordea?
%



Figur 9. Hur nöjd är du med följande delar av den pensionsrådgivningen du fick via Nordea?
%



Resultaten visar att kunderna är mycket nöjda med den pensionsrådgivning de fått via Nordea. För samtliga utvärderade områden uppger minst tre fjärdedelar av respondenterna att de är mycket eller ganska nöjda, medan andelen missnöjda genomgående är låg.

Det högst rankade området är informationens tydlighet och begriplighet, enkelheten i processen och hur väl rådgivningen var anpassad till den egna situationen som får mycket höga betyg, med 85 procent nöjda.

Även hjälpen att fatta beslut, tillgängligheten och hur risker och osäkerheter förklarades får höga omdömen. Mellan 81 och 82 procent av kunderna uppger att de är nöjda med dessa delar av rådgivningen.

Något lägre, men fortfarande på en hög nivå, är nöjdheten med tydligheten kring kostnader och avgifter (75 %). Detta område har också något högre andel som svarar att de är varken nöjda eller missnöjda, vilket kan tyda på att kunderna i mindre utsträckning upplever det som lika tydligt.

Sammantaget visar resultaten att Nordeas pensionsrådgivning får mycket positiva omdömen. Särskilt uppskattas rådgivningens anpassning till kundens individuella situation, den tydliga kommunikationen och den enkla processen, vilket framstår som centrala styrkor i kundupplevelsen.

Vad driver den övergripande nöjdheten?

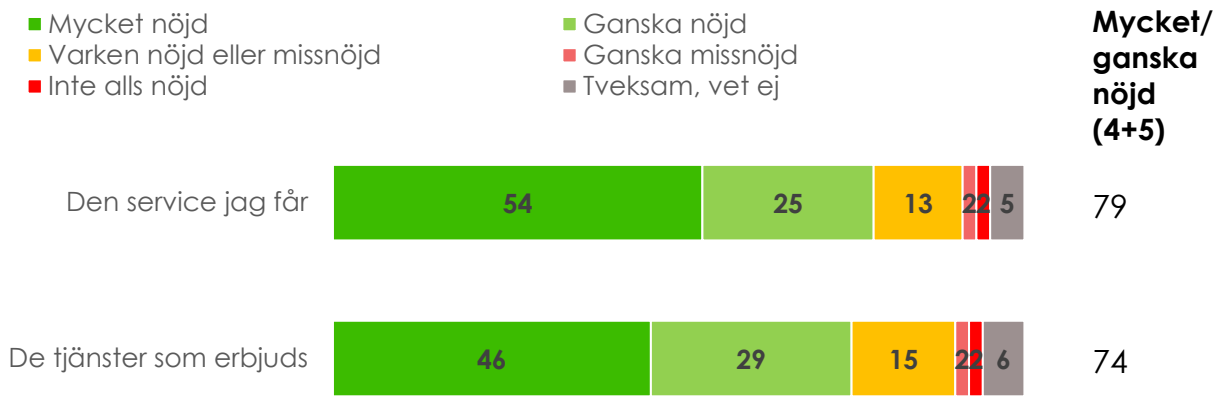
Analysen visar att informationens tydlighet och begriplighet har det starkaste sambandet med den övergripande nöjdheten samtidigt som nöjdheten redan idag är mycket hög. Detta tyder på att tydlig kommunikation är en av de viktigaste drivkrafterna bakom kundernas positiva helhetsintryck.

Även hur väl rådgivningen var anpassad till kundens situation och hjälpen att fatta beslut har ett starkt samband med total nöjdhet. Dessa faktorer framstår därmed som centrala styrkor i rådgivningserbjudandet och bidrar i hög grad till att kunderna är nöjda med sin upplevelse.

Tydligheten kring kostnader och avgifter är det område som får lägst betyg i undersökningen. Däremot är sambandet med den övergripande nöjdheten något svagare än för flera andra faktorer. Resultatet tyder på att avgiftsfrågan är viktig för kunderna, men att det framför allt är kvaliteten i rådgivningen, den personliga anpassningen och den tydliga kommunikationen som driver den övergripande nöjdheten med pensionsrådgivningen.

Figur 10: Hur nöjd är du med följande delar kopplat till ditt pensionssparande på Nordea?

%



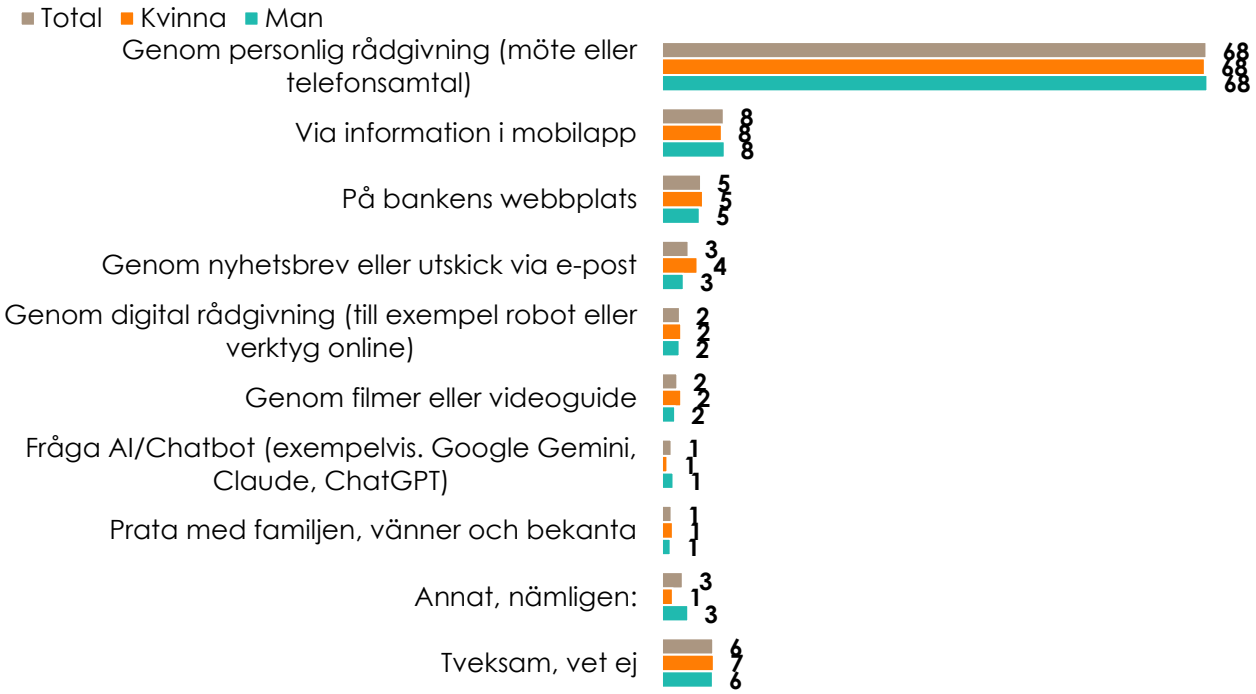
När respondenterna får ange hur de helst vill få mer kunskap om sitt pensionssparande är resultatet mycket tydligt. Nästan sju av tio (68 %) föredrar att få information genom personlig rådgivning, antingen i form av ett möte eller telefonsamtal. Detta gör personlig rådgivning till den i särklass mest efterfrågade kunskapskällan, långt före alla digitala alternativ.

Övriga alternativ får ett betydligt lägre stöd. Endast 8 procent föredrar att få information via en mobilapp, medan 5 procent helst söker kunskap på bankens webbplats. Nyhetsbrev och e-postutskick nämns av 3 procent, medan digital rådgivning genom robot eller onlineverktyg endast föredras av 2 procent. Lika många föredrar filmer eller videoguider.

Det är också tydligt att nyare informationskanaler ännu har en begränsad attraktionskraft inom målgruppen. Endast 1 procent uppger att de helst skulle vilja använda AI eller chatbotar, såsom ChatGPT, Claude eller Gemini, för att få mer kunskap om sitt pensionssparande. Lika få föredrar att diskutera pensionsfrågor med familj, vänner eller bekanta.

Mönstret är i stort sett identiskt mellan kvinnor och män. Resultaten visar därmed att behovet av personlig kontakt och individanpassad vägledning är starkt oavsett kön. Sammantaget pekar resultaten på att kunderna i första hand vill bygga vidare på den personliga rådgivning som redan präglar deras kontakt med Nordea.

Figur 11. Hur vill du helst få mer kunskap om ditt pensionssparande?
%

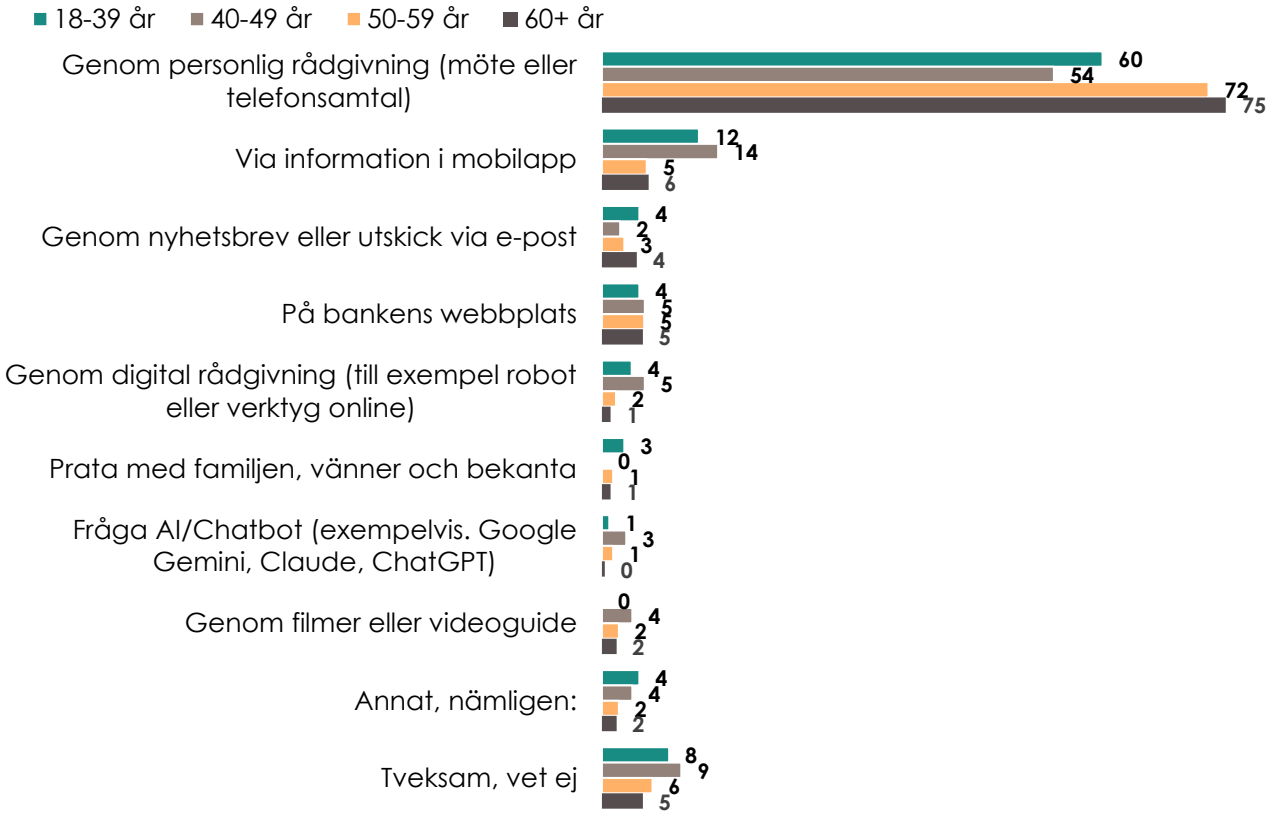


Åldersanalysen visar att personlig rådgivning är den klart vanligaste önskade kunskapskällan i samtliga åldersgrupper, men att preferensen ökar med stigande ålder. Bland personer 60 år och äldre föredrar hela 75 procent personlig rådgivning, jämfört med 60 procent bland de yngsta (18–39 år), vilket tyder på att behovet av personlig vägledning är särskilt starkt bland äldre kunder.

De yngre grupperna är samtidigt något mer öppna för digitala informationskanaler. Exempelvis föredrar 12 procent av 18–39-åringarna och 14 procent av 40–49-åringarna att få information via en mobilapp, jämfört med 5–8 procent bland de äldre grupperna. Intresset för digital rådgivning, AI/chatbotar och andra digitala verktyg är dock lågt i samtliga åldersgrupper.

Sammantaget visar resultaten att personlig rådgivning är den dominerande och mest efterfrågade formen för kunskapsinhämtning oavsett ålder. Samtidigt finns en viss tendens att yngre kunder i högre grad än äldre är intresserade av kompletterande digitala kanaler för information om sitt pensionssparande.

Figur 12. Hur vill du helst få mer kunskap om ditt pensionssparande?
%



Om undersökningen

Bakgrund och syfte
Syftet med undersökningen är att öka förståelsen för Nordeas pensionskunders behov, attityder och upplevelser kopplade till pension, pensionssparande och rådgivning. Studien ska belysa kundernas erfarenheter och de faktorer som påverkar beslut att flytta sitt pensionskapital, samt ge en fördjupad förståelse för hur kunder upplever pensionsfrågor. Undersökningen syftar även till att kartlägga vilken betydelse rådgivning har för kundernas förståelse, trygghet och beslutsfattande inom pensionsområdet.

Målgrupp
Undersökningen består av kunder som har flyttat hela eller delar av sin tjänstepension till Nordea under det första halvåret 2026.

Genomförande
Datainsamlingen genomfördes av Nordea, som ansvarade för utskick av enkäten och insamling av svar i sitt eget system. Verian deltog i framtagandet av enkäten och frågeställningar, samt kvalitetsgranskade innan utskick. Efter avslutad datainsamling överförde Nordea en anonymiserad rådatafil till Verian, som bearbetade och sammanställde resultaten.

Resultaten i rapporten är oviktade, vilket innebär att de inte har justerats för skillnader mellan urvalet och de som svarat. Äldre personer är något överrepresenterade bland de svarande, medan yngre är underrepresenterade. Eftersom antalet svarande i den yngsta åldersgruppen är begränsat skulle en viktning ge deras svar ett stort genomslag i resultaten. För att undvika att ett litet antal svar påverkar totalresultatet alltför mycket redovisas resultaten därför oviktat. Skillnaderna mellan urvalets och de svarandes sammansättning bör dock beaktas vid tolkningen av resultaten på totalnivån.

Antal intervjuer
Totalt samlades 848 kompletta intervjuer in som ligger till grund för undersökningen, varav 671 respondenter tillhör avtalspension och 177 respondenter tillhör Individuell Tjänstepension. Antal intervjuer varierar dock på specifika frågor då inte alla som fullföljt undersökningen uppgett ett svar på alla frågor.

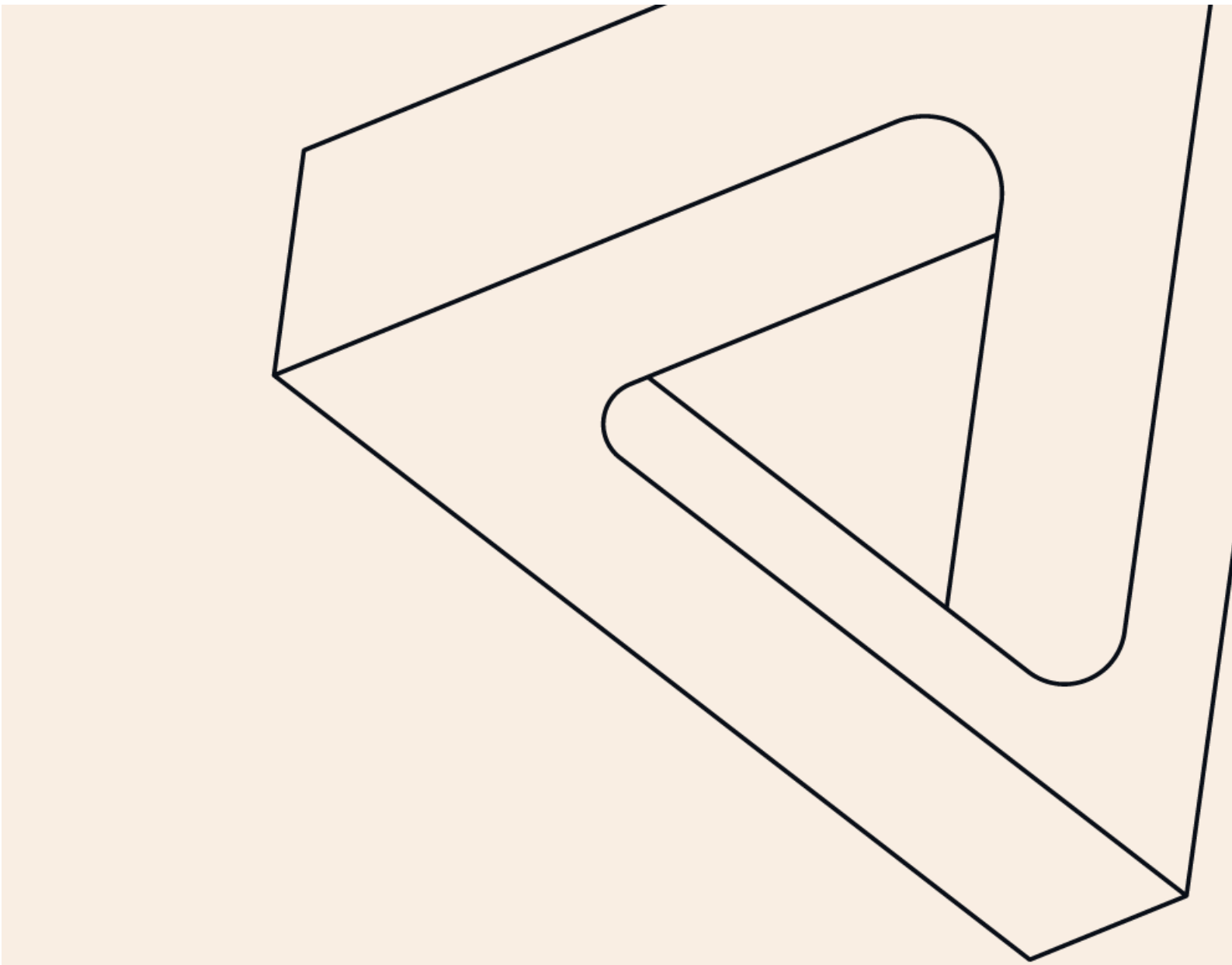
Profil på de svarande
Respondenterna bestod till största delen av män, som utgjorde 65 procent av urvalet, medan kvinnor stod för 35 procent. Åldersmässigt dominerades undersökningen av personer i åldern 50–69 år, där 36 procent var 50–59 år och 32 procent 60–69 år. Andelen yngre respondenter var relativt låg, med 2 procent i åldern 18–29 år och 11 procent i åldern 30–39 år.

Tabell 1. Antal intervjuer och andel av svaren

Kön	Antal intervjuer	% av totalen
Kvinna	296	35
Man	552	65
Ålder	**Antal intervjuer**	**% av totalen**
18–29 år	17	2
30–39 år	96	11
40–49 år	139	16
50–59 år	302	36
60–69 år	271	32
70+ år	18	2
Data saknas	5	1

verian

Powering decisions
that shape the world.



2026 Verian Group. All information and data contained in this document is the property of Verian Group and cannot be reproduced without our prior permission.

veriangroup.com