

NYANLÄNDA OCH BANKSEKTORN

En nulägesanalys om utmaningar och
möjligheter kopplade till integration inom
banksektorn

SBAB!

INNEHÅLL

Varför ska bankbranschen prata integration?	3
Tillvägagångssätt	4
Vem är nyanländ?	5
Nyanlända – en potentiell talangpool?	7
Vad görs i branschen - integrationsinitiativ på rekryteringssidan	8
Case study: Äntligen Jobb	10
Så vilka är barriärerna egentligen?	10
Nyanlända – underskattad kundpotential?	11
Målgruppens användning av banktjänster idag	11
Vad görs i branschen - Integrationsinitiativ på marknadssidan	18
Slutsats och reflektion	19

VARFÖR SKA BANKBRANSCHEN PRATA INTEGRATION?

På grund av en orolig omvärld har det under ett relativt litet antal år kommit många nya svenskar hit och den svenska befolkningen har utvecklats. Idag är ungefär 20 procent av svenskarna födda i ett annat land. Vi har blivit mer heterogena vad gäller ursprung, språk, utbildningsnivå och kultur. Det gör på många sätt vårt land rikare. Men det innebär också att företags och organisationers målgrupper snabbt har förändrats eller utökats, utan att man egentligen har hunnit förstå hur eller lärt känna de nya grupperna.

Att nyanlända svenskar snabbt integreras i samhället, får ett arbete och ett socialt sammanhang ligger i allas intresse. Den här gruppen medför stora möjligheter i form av kompetenstillskott och köpkraft. Enligt beräkningar har den utlandsfödda delen av befolkningen en gemensam köpkraft på cirka 300 miljarder kronor¹. Samtidigt riskerar en person som inte integreras att utgöra en kostnad för samhället. Dessutom leder det utanförskapet till en stor nedsida för den enskilda individen. Idag finns det cirka 69 000 utlandsfödda akademiker som är arbetslösa i Sverige². Det är en möjlighet vi borde ta bättre vara på.

Mot denna bakgrund ser vi det som självklart att vi banker ska snacka integration. Banksektorn har en särskild roll i samhället. Vi är en stor bransch och fyller, genom vårt omfattande kompetensbehov, en viktig roll som arbetsgivare. Vi har rekryteringsmuskler som kan göra skillnad men har hittills haft svårt att i någon större omfattning bredda vår rekrytering utanför våra hemvana cirklar.

Tillgången till banksystemet är också helt avgörande för individens integration i samhället. Bankerna har en avgörande roll för att en person ska kunna ta emot en lön, spara inför framtiden, ta ett lån för att kunna köpa en bostad och betala räkningar. Saker som de flesta svenskar tar för givet, men som kan ställa någon helt utanför samhället om hen saknar tillgång till dem.

Vi ser det som vårt ansvar att engagera oss i integrationsfrågan och vi tror att det finns stora fördelar med att ta oss an delar av det ansvaret gemensamt som bransch, snarare än att respektive aktör arbetar på varsitt håll. På många områden delar vi utmaningar, och storskaliga, långsiktiga lösningar behövs. Med våra gemensamma resurser har vi bättre förutsättningar för att skapa sådana.

Slutligen finns det ytterligare en viktig anledning till att vi ska engagera oss mer i att arbeta med nyanlända, nämligen en potentiellt undernyttjad affärsnytta. Det är helt enkelt dags att vi lär känna den här kundgruppen bättre, och skaffar oss större kunskap om nyanländas intressen och deras behov. Med den här rapporten tar vi ett första steg för att lära oss mer om nyanländas relation till bankbranschen. Rapporten syftar också till att göra en nulägesanalys av hur bankbranschen idag arbetar med integration och av vilka de potentiella barriärerna är. Både på rekryterings- och på marknadssidan.

Initiativet följer SBAB:s ambition att bidra till de globala hållbarhetsmålen 8 och 12. Det är också ett tydligt exempel på att vi är övertygade om att vi blir mycket starkare tillsammans genom partnerskap, på så sätt är det även ett konkret exempel på hållbarhetsmål nummer 17 om genomförande och globala partnerskap. Genom att dela med oss av erfarenheter, kunskap och samverkan kan vi hitta nya och mer kraftfulla sätt att bidra till ett bättre samhälle och utveckling. Vi ser fram emot många bra inspel och dialoger i arbetet framöver.

¹ Beräkningar gjorda av I Am Collective tillsammans med SCB

² Siffror från Arbetsförmedlingen oktober 2018

TILLVÄGAGÅNGSSÄTT

Som underlag för rapporten har vi utgått från tillgänglig statistik, undersökningar och rapporter. För att komplettera den offentligt tillgängliga statistiken har vi även varit i kontakt med Arbetsförmedlingens statistikavdelning. Genom möten med en rad olika branschkollegor, Svenska Bankföreningen, Handelshögskolan i Stockholm och Novare Potential har vi skaffat oss en uppfattning av branschens arbete och olika aktörers syn på utmaningar och möjligheter.

Det kanske viktigaste av allt i processen har varit att prata med nyanlända svenskar. Det här har vi gjort på två olika sätt. Vi har dels genomfört en enkätundersökning kring målgruppens användande av banktjänster samt deras attityder gentemot och kunskap om bankbranschen. Enkäten har gått ut till totalt 750 svarande som är antingen persisk- eller arabisktalande och bosatta i Sverige. Vi har också arrangerat två fokusgrupper med nyanlända där vi har pratat mer djuplodande om frågor relaterade till samma teman som enkäten. Det vill säga hur man använder banktjänster idag och varför, hur man ser på bankbranschen som potentiell arbetsgivare.



Målgruppsenkät

750 svaranden

som är antingen persisk- eller arabisktalande bosatta i Sverige

Lite fakta om de svarande i enkäten:

- Är i åldrarna 18-80 år, men en majoritet är i åldrarna 30-45 år.
- 54 % har en universitetsutbildning, samma generella nivå inom båda språkgrupperna.
- 48 % har en anställning, 9 % är egenföretagare, 20 % studerar i någon form, 10 % är arbetssökande, övriga är pensionärer eller har annan sysselsättning.
- 5 % arbetar idag inom banksektorn.
- 75 % har bott i Sverige under mindre än 10 år, 30 % har bott här i tre år eller kortare.
- 45 % har permanent uppehållstillstånd, 30 % har svenskt medborgarskap och ca 10 % har tillfälligt uppehållstillstånd, övriga har arbetstillstånd eller är i en pågående asylprocess.

VEM ÄR NYANLÄND?

I integrationsdebatten idag råder det viss begreppsförvirring kring gruppen nyanlända. Begreppet används ofta brett för att benämna en grupp människor som har kommit till Sverige med asylskäl under de senaste åren. Den definitionen räcker långt om man vill diskutera integration. Men det finns också en byråkratisk definition som används av myndigheterna. Den är viktig att förhålla sig till när man tittar på statistik och ser till vilket stöd individen har rätt till från samhället.

Migrationsverket definierar en nyanländ person som någon som är mottagen i en kommun och har beviljats uppehållstillstånd för bosättning. En person är nyanländ under tiden som han eller hon omfattas av lagen om etableringsinsatser, det vill säga två till tre år. Att man innefattas av den lagen innebär exempelvis att man som arbetslös blir inskriven hos Arbetsförmedlingen inom ramen för

deras etableringsuppdrag och därmed har rätt till särskilda insatser.

I den här rapporten har vi dock breddat begreppet till att innefatta även personer som har varit i Sverige längre än tre år. Statistiken visar nämligen att etablering i Sverige tar betydligt längre tid än tre år. Efter åtta år i Sverige är det i genomsnitt hälften av de som kommit hit som flyktingar som förvärvsarbetar.³ Ny statistik från Arbetsförmedlingen indikerar visserligen en positiv trend, men det står likväl klart att behovet av integrationsinsatser inte upphör efter tre år. Det är därför relevant att ha ett bredare perspektiv än enbart nyligen anlända.

Den här rapporten undersöker gruppen nyanlända brett definierat som en grupp som har kommit hit under överskådlig tid och inte som arbetskraftsvandrande. Det är en heterogen grupp som vi har relativt låg kunskap om idag.



³ SCB, registerdata för integration, kommunmottagna flyktingar 1997-2008

Lite statistik

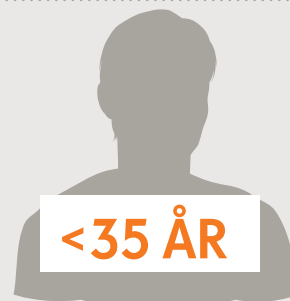
Mellan 2010 och 2017 beviljades ca 340 000 uppehållstillstånd till personer med asylskäl och anhöriga till personer med asylskäl. Personerna kom främst från

- Syrien
- Somalia
- Eritrea
- Afghanistan



Källa: SCB Statistikdatabas: Utrikes födda i riket efter födelseland, ålder och kön. År 2000 – 2017

Generellt sett har den utrikesfödda populationen en yngre ålderssammansättning än den svenska populationen i sin helhet. Bland de som kommit hit från Syrien, och som alltså utgör den största gruppen bland de nyanlända, är en majoritet under 35 år.



Källa: SCB Statistikdatabas: Utrikes födda i riket efter födelseland, ålder och kön. År 2000 – 2017

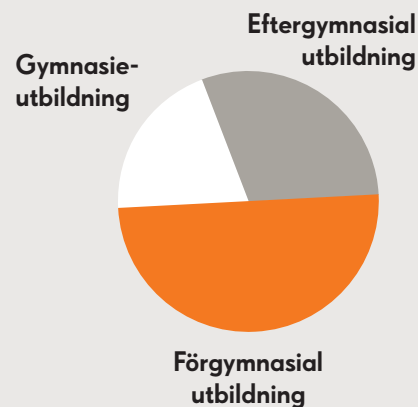
I nuläget är cirka 95 500 personer inskrivna i Arbetsförmedlingens etableringsuppdrag. Bland dem som har skrivits in under de senaste tre åren ser utbildningsnivån ut enligt följande:

Högst avslutad utbildningsnivå:

Ca 50 % förgymnasial

Ca 20 % gymnasial

Ca 30 % eftergymnasial, två år eller längre.



Källa: Siffror från Arbetsförmedlingen

Generellt finns det en brist på demografisk statistik för den här gruppen. Därmed är det tyvärr svårt att bilda sig en mer detaljerad uppfattning av målgruppens utbildnings- och yrkesbakgrund. Dessa faktorer kartläggs inte av Migrationsverket utan registreras i regel först när den nyanlända kommer till Arbetsförmedlingen. Arbetsförmedlingen rapporterar i sin tur utbildningsnivå endast på övergripande nivå. Det här utgör ett hinder för den som vill förstå den här gruppen på djupare nivå och är något som borde adresseras av myndigheter framöver.



NYANLÄNDA – EN POTENTIELL TALANGPOOL?

Den svenska banksektorn har ett stort behov av kompetens. 2017 sysselsatte bankbranschen nära 40 000 personer i Sverige⁴. Branschens rekryteringsmuskler är stora, och samtidigt vittnar flera banker om att det idag är svårt att rekrytera. Kan nyanlända svenskar utgöra en undernyttjad talangpool för branschen? Många lyfter fram behovet av att de egna medarbetarna ska spegla kunderna för att kunna förstå och möta deras behov. Det innebär att i takt med att mångfalden bland kunderna ökar så måste den även göra det bland de egna medarbetarna. En process som har gått trögt, men under de senaste åren har ett antal initiativ tagits i branschen för att få till en förändring. Varför har då processen att bredda rekryteringen varit så långsam? Några anledningar man ofta hör i diskussionen är språksvårigheter och hinder relaterade till licenser, svårigheter att hitta relevanta kandidater och mer resurskrävande rekryteringar. Vi började med frågan om huruvida de som tillhör målgruppen själva överhuvudtaget är intresserade av att arbeta i branschen.

Intresset i målgruppen för att arbeta i branschen

I enkätundersökningen ställde vi frågan om huruvida man är intresserad av att arbeta i banksektorn. Resultatet visar att en majoritet är intresserad av att arbeta i branschen, men det är bara 5 procent som har sökt jobb inom branschen.

Svarsalternativen som gavs var:

- Inte intresserad
- Jag jobbar redan inom banksektorn
- Intresserad men vet inte vad det innebär
- intresserad men vet inte hur man får jobb inom banksektorn
- Intresserad och har sökt jobb inom banksektorn
- Intresserad men tror inte att jag har kvalifikationerna som krävs
- Jag jobbar redan inom banksektorn
- Annat

⁴ Svenska Bankföreningen: Bank- och finansstatistik 2017, publicerad maj 2018



Det är totalt 5 procent som idag arbetar inom banksektorn och det är ytterligare 5 procent som säger sig vara intresserade och har sökt jobb i branschen.

Nästan var femte svarar att de är intresserade av att arbeta i bankbranschen men inte riktigt vet vad det innebär. Vidare är det 18 procent som är intresserade men inte vet hur man får jobb i branschen. Denna grupp utgörs sannolikt av en kombination av svarande som är osäkra på hur de formella rekryteringsvägarna ser ut, och av personer som tycker att de formella vägarna är svåra att hantera. Under samtalen i fokusgrupperna vittnade flera personer om att de upplever det som svårt att få komma på intervju även om man har ett relevant CV. Många upplever det också som svårt att få arbete utan nätverk och kontakter och tycker att språket utgör ett hinder.

Det är 16 procent som svarar att de är intresserade av att arbeta i banksektorn men som tror att de inte har kvalifikationerna som krävs. En del i denna grupp har heller inte den utbildningsnivå som branschen vanligtvis kräver. Vad som däremot är anmärkningsvärt är att flera av de som valt detta alternativ har universitetsexamen. Ett flertal personer som tidigare har arbetat inom banksektorn i eller utanför Sverige anger ändå att de inte tror att de har tillräckliga kvalifikationer för att arbeta i branschen.

Gruppen som har tidigare erfarenhet från bankbranschen utgör totalt 13 procent av de svarande. I denna grupp är det bara 18 procent som har sökt arbete inom branschen i Sverige. Nästan en tredjedel av gruppen med tidigare erfarenhet säger att de är intresserade men inte vet hur man får jobb. 17 procent är intresserade men vet inte riktigt vad det innebär här i Sverige. Nästan var femte säger att de inte tror att de har kvalifikationerna – detta alltså trots att man har tidigare erfarenhet av branschen. En möjlig förklaring till detta är att många tänker på språket som den kvalifikation man saknar.

Var tionde person med tidigare erfarenhet är inte intresserad av branschen.

Sammantaget väcker resultaten ett antal frågor, framförallt rörande diskrepansen mellan intresset för att arbeta i bankbranschen och benägenheten att faktiskt söka ett jobb i branschen. Den låga kunskapen om vägarna in i branschen och förståelse för vad det innebär att arbeta i den belyser bristande kommunikation och information gentemot målgruppen. Frågor rörande vilka kanaler vi kommunicerar i, hur rekryteringsprocesserna är utformade, vilka kvalifikationer som krävs på förhand och vilka man tillåts tillskansa sig på arbetsplatsen samt vilka ansträngningar som görs för att nå bortom det närmsta nätverket är alla exempel på saker som bör adresseras av branschen framöver.

Vad görs i branschen idag?

Under de senaste åren har många aktörer i branschen fått upp ögonen för att man har ett samhällsansvar att i större utsträckning rekrytera nyanlända och att en bredare rekrytering även har ett strategiskt värde relaterat till kompetensförsörjning. Den insikten och viljan har genererat ett antal initiativ och projekt med detta syfte. Ett axplock av initiativ som drivs och aktörer utanför branschen med syfte att rekrytera fler nyanlända finns på följande sida.

Många branschaktörer deltar i olika former av projekt och initiativ för att ta emot praktikanter eller på annat sätt bredda rekryteringen till nyanlända. En kartläggning av initiativen landar i två slutsatser:

Det är en fragmentiserad helhet med många relativt småskaliga initiativ. Det skulle sannolikt finnas ett strategiskt värde i att koordinera insatserna till färre, mer skalbara projekt.

De flesta initiativen är beroende av en branschextern part, främst för att identifiera potentiella kandidater. Arbetsförmedlingen är även instrumentell som finansier i några av de större projekten, exempelvis Äntligen Jobb och Jobbsprånget.

Exempel på integrationsinitiativ på rekryteringssidan

JOBBSPRÅNGET

Drivs av IVA och finansieras av Arbetsförmedlingen. Nyanlända akademiker matchas med företag för en fyra månader lång praktik. Fokus ligger på ekonomer, ingenjörer, arkitekter och forskare.

MITT LIV

Ett mentorprogram som ger personer med utländsk bakgrund, eftergymnasial utbildning och som pratar god svenska eller engelska, en mentor från ett partnerföretag eller en partnerorganisation.

NOVARE POTENTIAL

Novare Potential är rekryteringskoncernen Novares senaste företag som, sedan januari 2016, arbetar med rekrytering och bemanning med syfte att leda nyanlända in på den svenska arbetsmarknaden. De samarbetar med flera banker.

ÄNTLIGEN JOBB

Initiativet startades 2011 i samarbete mellan Swedbank och Arbetsförmedlingen. Programmet innefattar en 6 månader lång heltidspraktik med en handledare. Praktiken är subventionerad av Arbetsförmedlingen men cirka 70 % av praktikanterna har fått anställning på Swedbank efter avslutad praktik. Sedan 2011 har 300 praktikanter deltagit i programmet.

JUST ARRIVED

Just Arrived är ett bemanningsföretag med särskilt fokus på utrikesfödda. De samarbetar med flera svenska banker.

RAMP

RAMP är Handelshögskolan i Stockholms mini-MBA för nyanlända akademiker. Deltagarna varvar utbildning på Handels med praktik på ett företag som är särskilt matchat mot deras utbildnings- och yrkesbakgrund. Här finns svenska banker med bland praktikföretagen.

KORTA VÄGEN

Korta vägen är ett samarbete mellan Arbetsförmedlingen, universitet/högskolor och näringsliv för nyanlända akademiker. Deltagarna genomgår under 26 veckor en utbildning utifrån individuella behov för att göra dem redo för svensk arbetsmarknad. Deltagarna får oftast även göra praktik på ett partnerföretag varav flera är svenska banker.

Case study: Äntligen Jobb

Äntligen Jobb lyfts ofta fram som en förebild bland integrationsinitiativen i branschen. Initiativet startades 2011 i samarbete mellan Swedbank och Arbetsförmedlingen med ambitionen att bli en bred praktikplattform med diverse storbolag anslutna. Idag tillämpar exempelvis ABB, EON, Volvo och KPMG Äntligen Jobb-modellen, men Swedbank är den aktör som tar in flest praktikanter.

Programmet innefattar en 6 månader lång heltidspraktik, subventionerad av Arbetsförmedlingen. Under praktiktiden tilldelar arbetsgivaren varje praktikant en särskild handledare som har genomgått en handledarutbildning. Handledaren innebär en extra investering från banken men lyfts ofta fram som en framgångsfaktor. Praktikanten är inte garanterad jobb efter avslutad praktik men är under hela sin praktikperiod berättigad att söka interna jobb på banken.

Arbetsförmedlingen ansvarar för att identifiera lämpliga kandidater. Det innebär att endast personer som har varit i Sverige i mindre än två år deltar. Bland dessa kandidater väljer Swedbank ut vilka som ska kallas på intervju. Det har inte funnits några formella krav på att kandidaterna ska prata svenska och erfarenheterna är att de flesta praktikanter lär sig svenska väl på jobbet.

Sedan starten har Swedbank tagit in 300 praktikanter och har anställt cirka 70 % av dessa efter avslutad praktik. Swedbank har också tagit projektet vidare och arrangerar nu nätverksträffar där de kopplar ihop kandidaterna med sina företagskunder för att även dessa ska kunna ta in praktikanter. Med banksektorns breda nätverk följer ytterligare möjligheter på integrationsfronten.



Så vilka är barriärerna in i branschen egentligen?

Det finns sannolikt en rad olika faktorer som bidrar till att bankerna har haft svårt att rekrytera nyanlända. Förutfattade meningar, att stor vikt läggs vid språket både av bankerna och de nyanlända själva, informationsbrist och invanda rekryteringsmönster är några av dessa faktorer som har framkommit i kartläggningen. Det står dock klart att bristande intresse från de nyanlända för att arbeta i branschen inte är en faktor. Våra resultat visar att branschen står inför en kommunikativ utmaning för att nå ut till den här gruppen med information om vad ett jobb inom banksektorn innebär i Sverige, vad som krävs och hur man når dit.

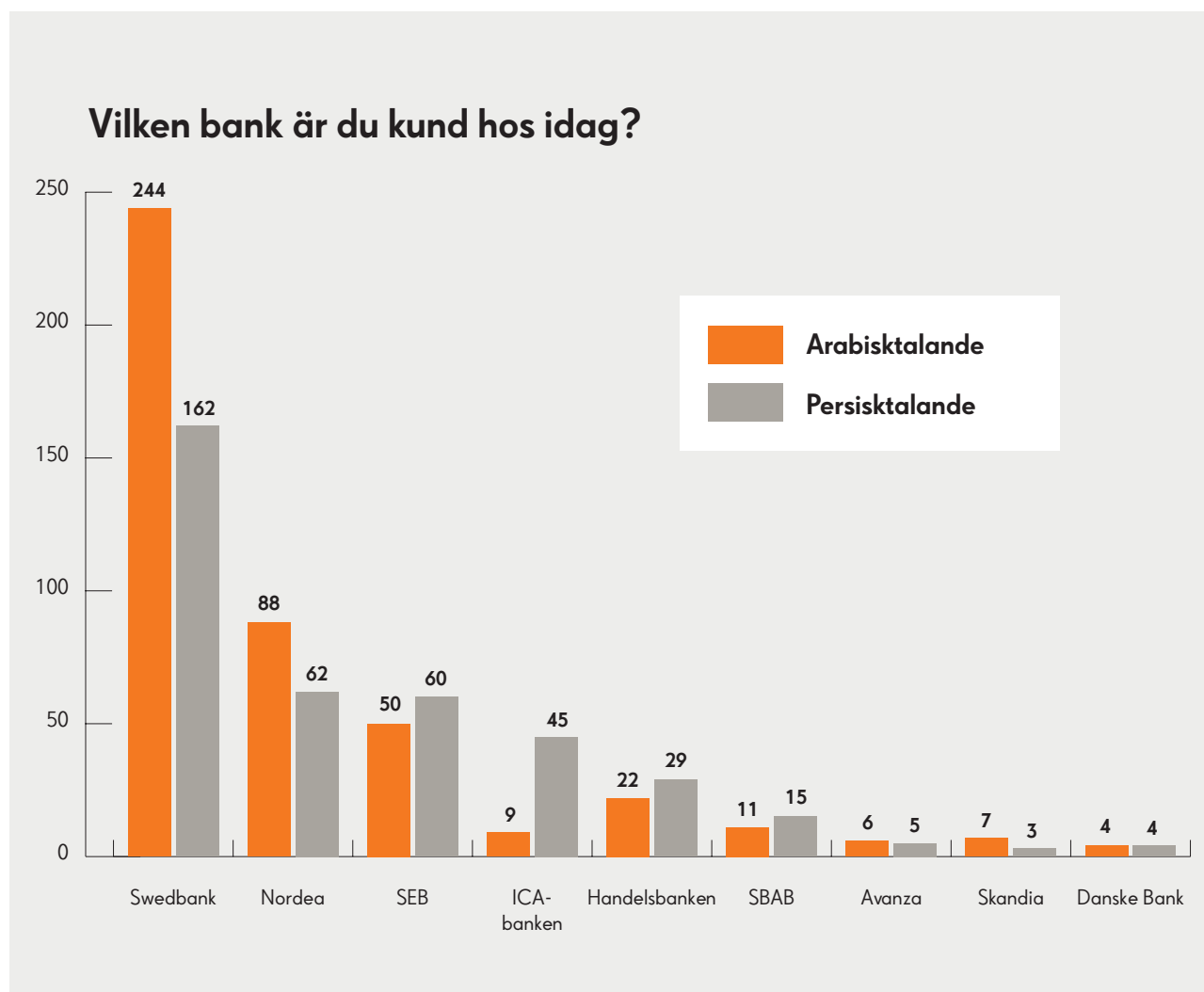
Det finns också anledning att se över rekryteringskrav och processer för att se till att de är relevanta. Är krav på goda kunskaper i svenska nödvändigt eller räcker det att man talar engelska, som idag är flera svenska bankers huvudsakliga arbetspråk, och är villig att lära sig svenska parallellt med arbetet? Många licensutbildningar inom bank- och finanssektorn ges idag endast på svenska, här kan man också fundera på om det finns anledning att ta fram engelska versioner för att sänka barriärerna in i branschen.

NYANLÄNDA – UNDERSKATTAD KUNDPOTENTIAL?

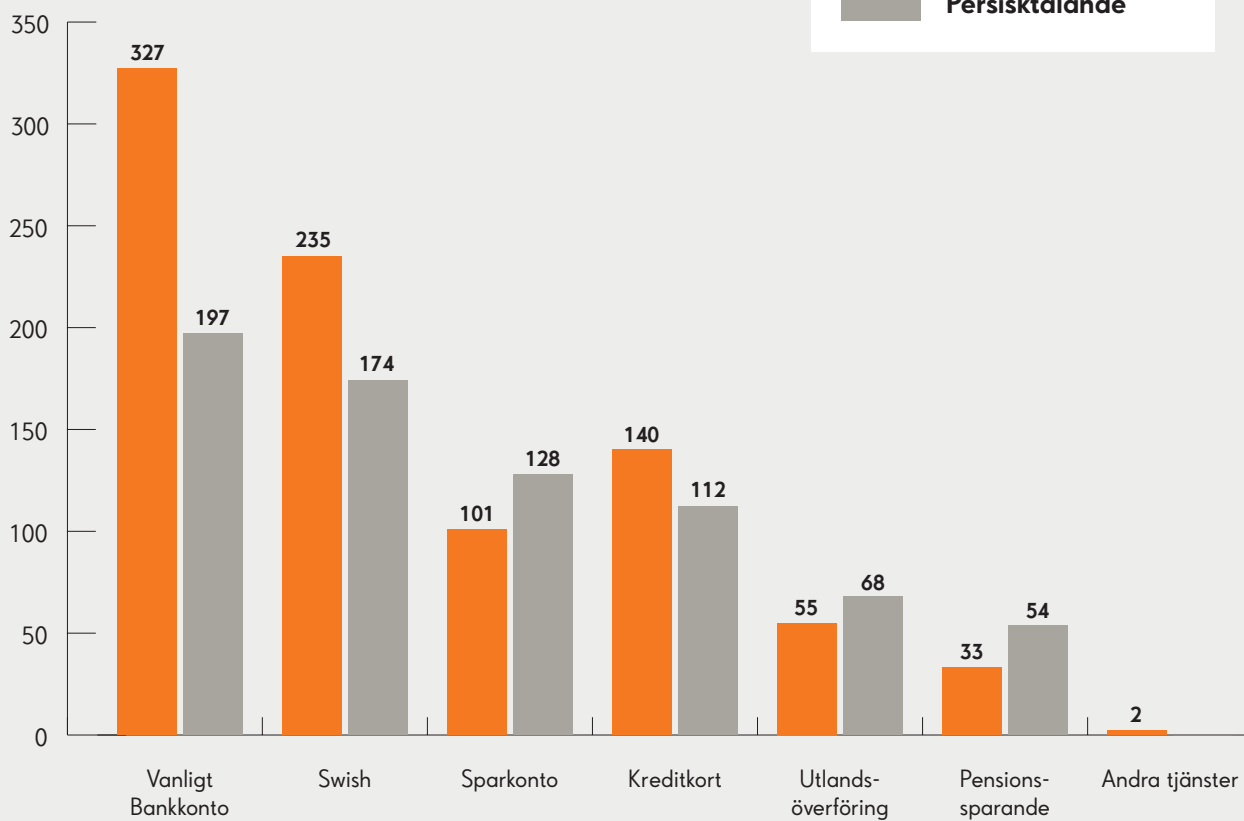
Utöver en potentiell talangpool, utgör nyanlända även en möjlighet på marknadssidan? Den generellt låga kunskapen om den här gruppen gör att det sannolikt finns en låg kännedom om deras behov och preferenser även som kundgrupp. Diskussionen på det här området stannar ofta vid svårigheterna för personer som befinner sig i asylprocessen att öppna bankkonton på grund av bristfällig dokumentation rörande sin identitet. Det är en viktig diskussion som delvis också har lösts genom branschöverskridande policys. Men vi vill lyfta diskussionen från att bara handla om bankernas ansvar för att tillgodose en basal nivå av tillgång till banktjänster. Det finns anledning att undersöka bankernas möjliga affärsnytta om man bättre kan förstå nyanlända som kundgrupp och därigenom tillgodose deras behov av banktjänster.

Målgruppens användning av banktjänster idag

En majoritet av de svarande är idag kunder hos Swedbank. Nordea och SEB kommer relativt långt efter som andra och tredje vanligaste bank. Vi ser även att ICA-banken har en starkare position bland persisktalande än arabisktalande.



Vilka banktjänster använder du?



Hur använder målgruppen banktjänster idag?

De flesta i målgruppen utnyttjar relativt få banktjänster, men vanligt bankkonto och Swish är de mest använda tjänsterna både bland persisktalande och arabisktalande. Generellt ser vi ett lägre sparande bland de svarande jämfört med den övriga befolkningen. Bland persisktalande är det 41 procent som har ett sparkonto och bland arabisktalande är det 23 procent. Motsvarande siffra för den svenska befolkningen i sin helhet är 80 procent⁵. Det är även färre som pensionssparar än bland den övriga befolkningen. 17 procent av de persisktalande svarar att de pensionssparar, och motsvarande siffra för arabisktalande är 7 procent. Bland den svenska befolkningen i sin helhet är det ca 54 procent som pensionssparar.⁶

⁵Undersökning genomförd av SIFO på uppdrag av Swedbank mars 2018

⁶Undersökning från Nordea "Svenskarnas pensionstankar" februari 2018



PENSIONSSPARANDE

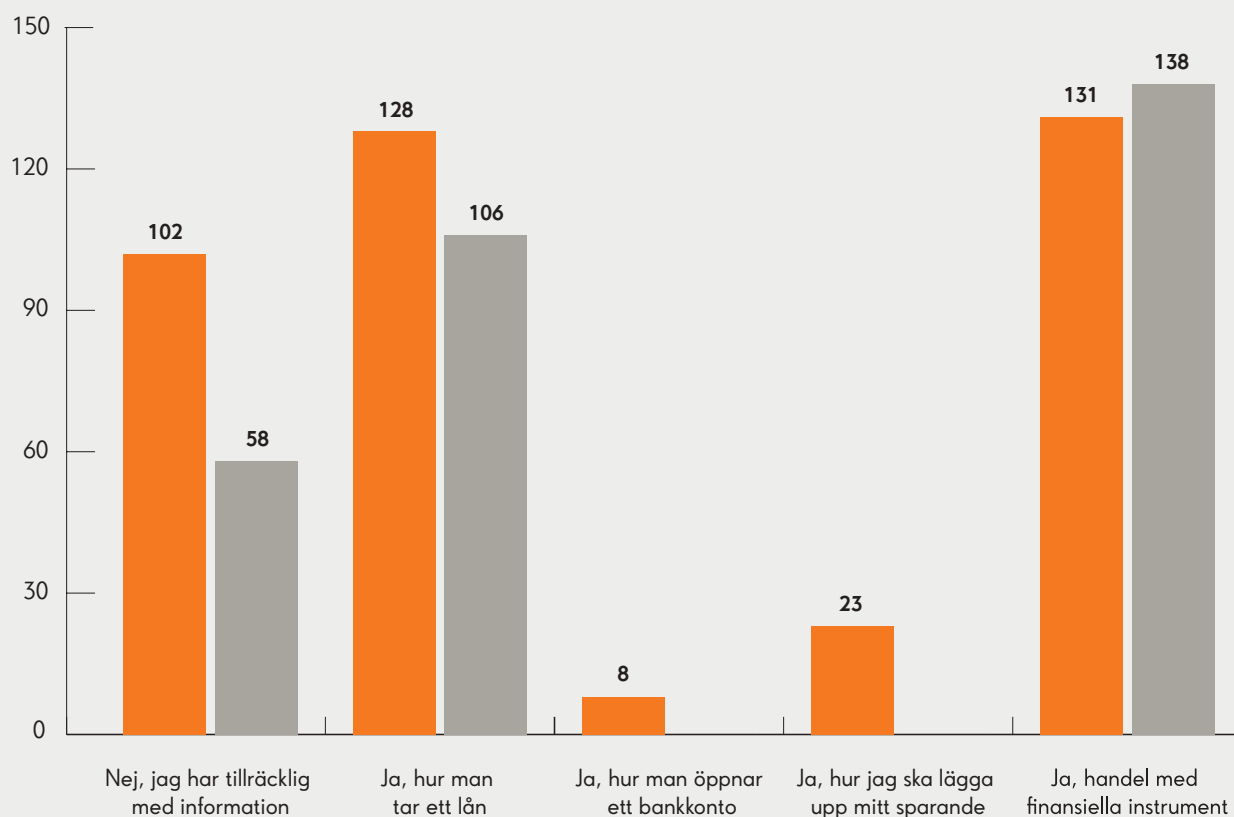
17 %
av persisktalande

7 %
av arabisktalande

54 %
av svenska befolkningen i sin helhet

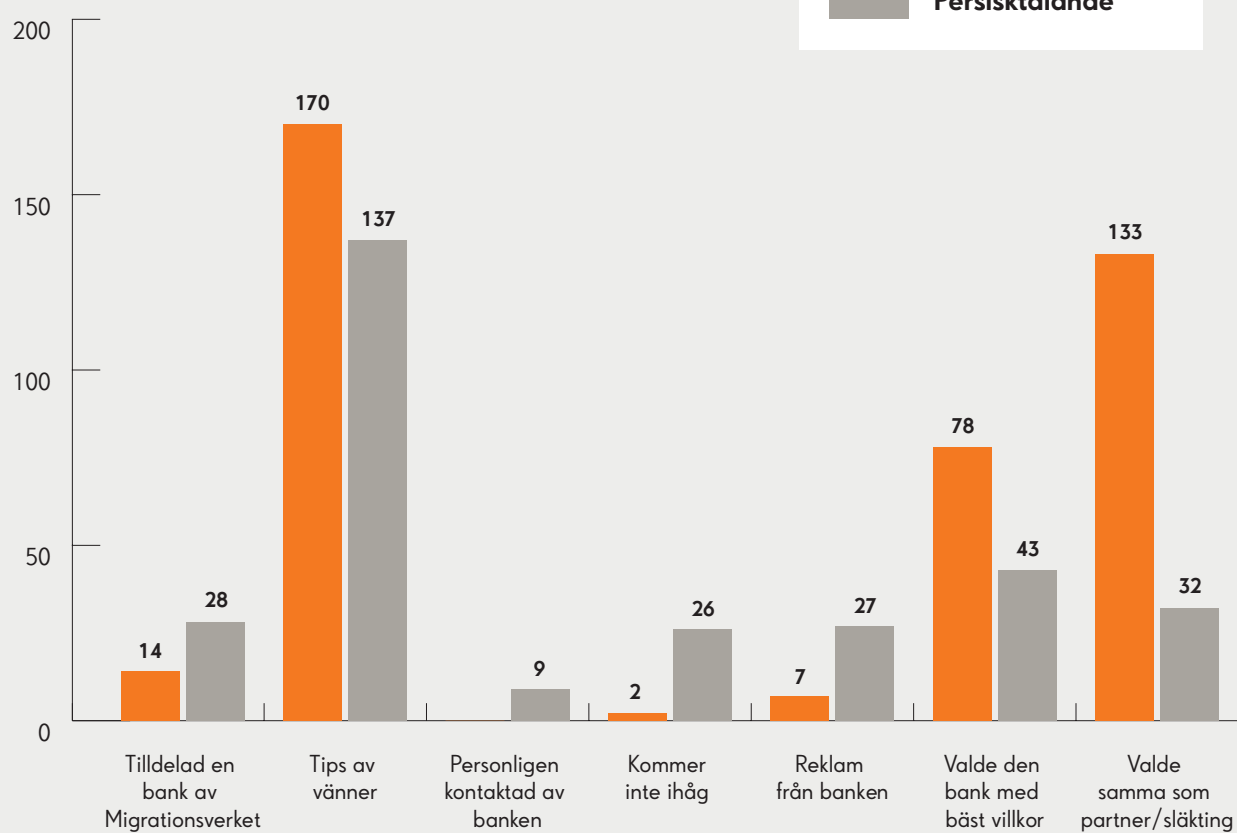
Finns det något inom den svenska banksektorn du skulle vilja veta mer om?

Arabisktalande
Persisktalande



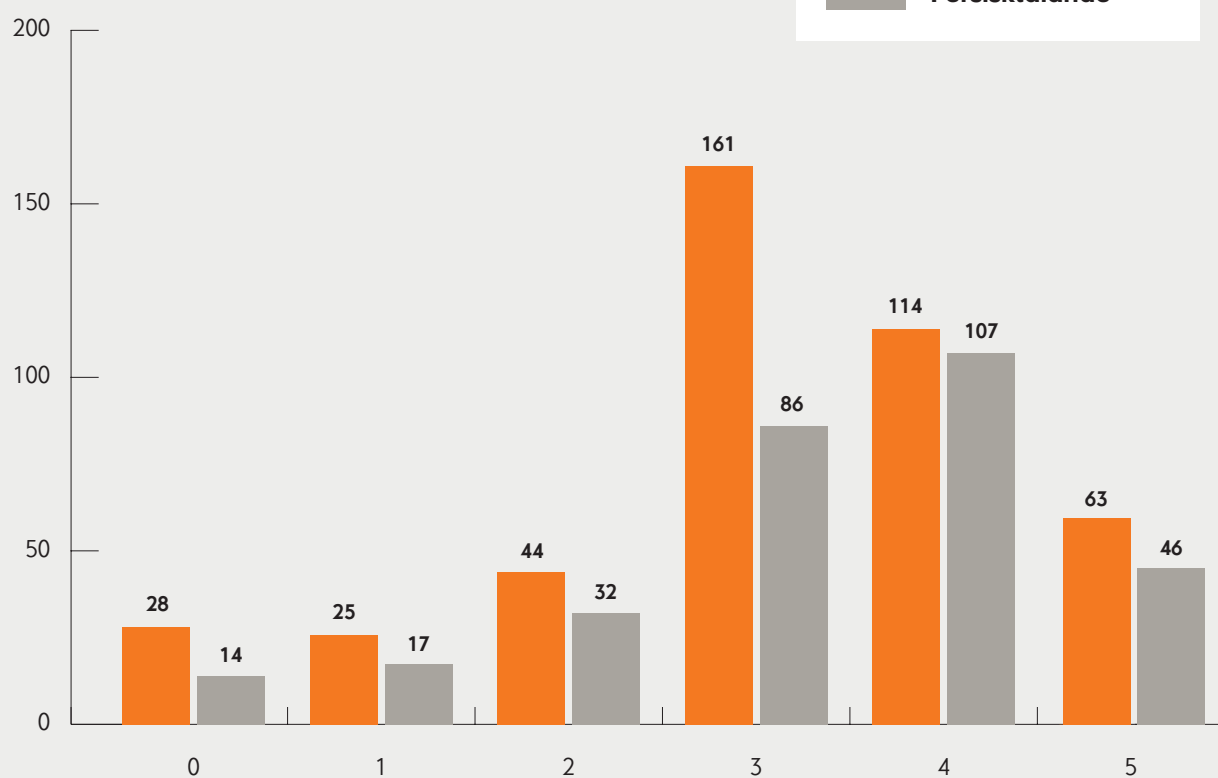
Det finns en tydlig efterfrågan på mer information om hur man tar lån och om handel med finansiella instrument. Det är bara var femte som svarar att de tycker sig ha tillräcklig information idag. Det vore här intressant att jämföra denna siffra mot den svenska befolkningen i sin helhet, något vi inte haft möjlighet att göra inom ramen för denna analys.

Vilken var den starkast bidragande faktorn i ditt val av bank?



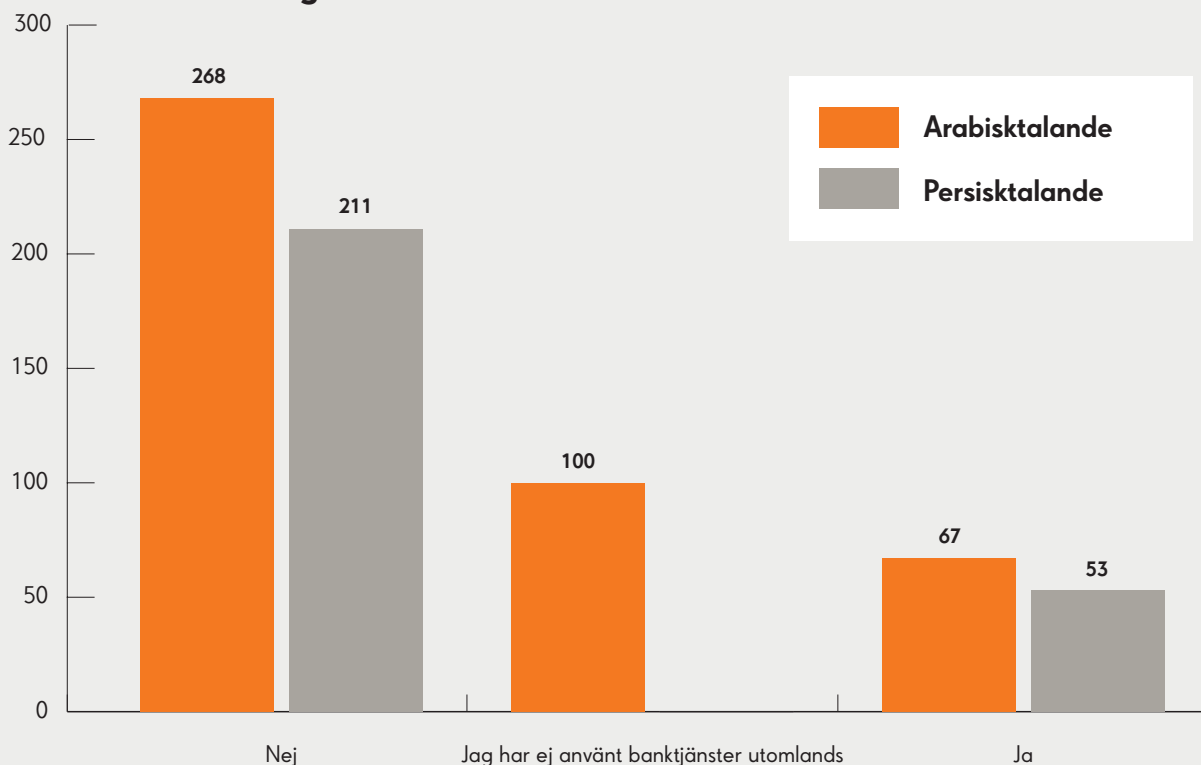
Det är tydligt att rekommendationer från vänner och familj spelar störst roll vid val av bank. Kommunikativa insatser från bankerna och avtalsvillkor spelar i dagsläget mindre roll.

Hur nöjd är du med din bank på en skala 1-5?



De flesta är generellt sett ganska nöjda med sin bank. Persisktalande är signifikant mer nöjda än arabisktalande. Den senare gruppen svarar främst att de varken är nöjda eller missnöjda med sin bank.

Saknar du något hos din nuvarande bank i jämförelse med banker i det land du tidigare har bott i?



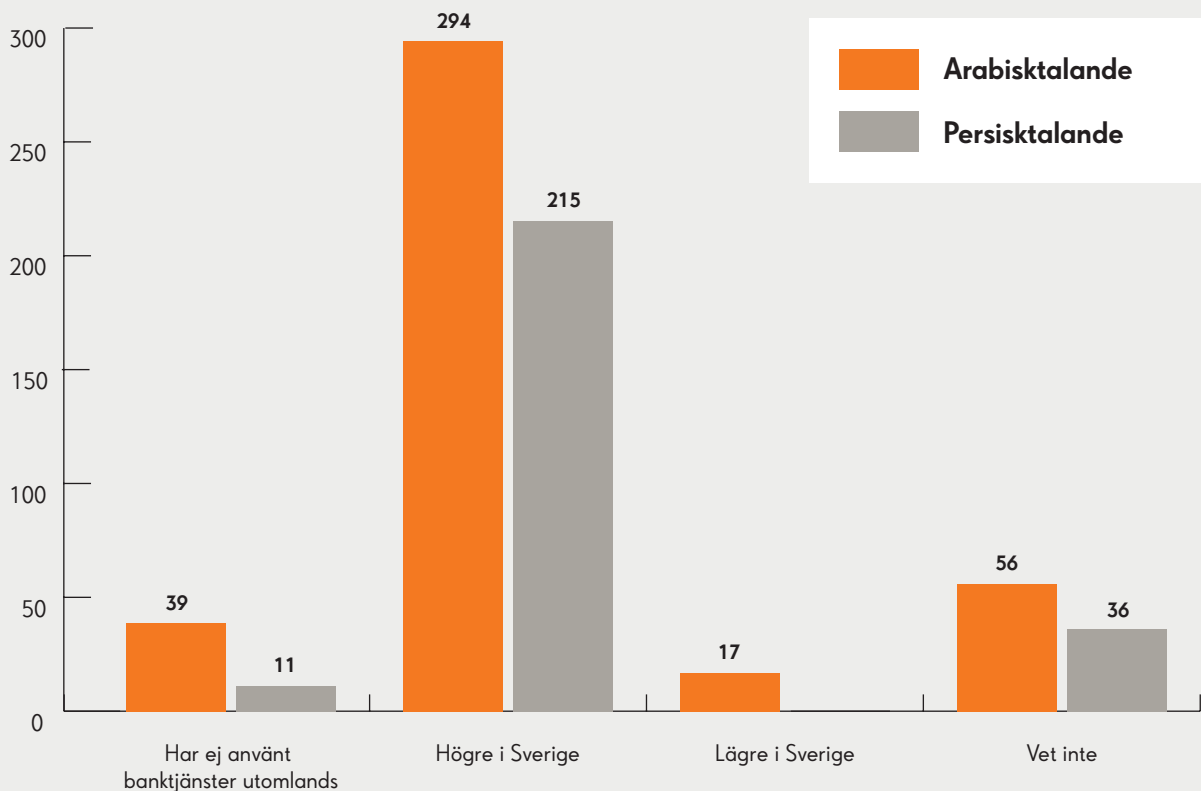
65 procent svarar att de inte saknar något jämfört med i sitt hemland. Var femte svarar att de inte använde banktjänster i sitt hemland, framförallt bland arabisktalande. 16 procent anger att de saknar något. Det man saknar är övervägande bättre villkor och mer generösa möjligheter att ta lån, snarare än specifika tjänster. En tjänst som däremot är vanligt efterfrågad bland deltagarna i undersökningen är möjligheten att få en SMS-bekräftelse vid uttag av pengar från kontot. Det är en tjänst som många har nyttjat i sina hemland. Det ligger även i frågans natur att man, utan större erfarenhet av att använda banktjänster, inte är medveten om vad man saknar i utbudet. Vi vet också att även när man frågar personer som har bott i Sverige under en lång tid är kunskapen om utbudet av banktjänster relativt lågt.



Det man saknar är främst:

- SMS-bekräftelse vid uttag av pengar från konto
- Ränta på sparkonto
- Möjlighet att ta lån även med liten inkomst
- Underlättad kommunikation med banken, många har svårt att förstå

Hur är ditt förtroende för banksektorn i Sverige i jämförelse med det land du tidigare har bott i?



Det lyfts ibland fram att en misstro gentemot bankväsendet i hemlandet överförs till den svenska kontexten och därmed skulle vara en förklarande faktor i undernyttjandet av banktjänster. Den tesen får inte något större stöd i vår undersökning, som visar att över 70 procent har högre förtroende för banksektorn i Sverige än för banksektorn i hemlandet.



70 %

har högre förtroende för banksektorn i Sverige än i hemlandet

VAD GÖRS PÅ MARKNADS- SIDAN IDAG?

Vi har konstaterat att det på rekryteringssidan pågår ett antal projekt riktade mot nyanlända. Vi ser inte samma aktivitet på marknadssidan. Generellt har en del insatser gjorts för ökad språklig tillgänglighet. Vissa banker har översatt sina webbplatser till flera språk som är relevanta för målgruppen. Det finns också aktörer som erbjuder kundservice på många olika språk. Däremot ser vi en brist på initiativ som aktivt vänder sig till nyanlända i syfte att i större utsträckning lära känna och engagera dem som kundgrupp. Det är vanligt att man som bank regelbundet genomför kundundersökningar och på olika sätt kartlägger sina kunders behov. De här undersökningarna når sällan ut till nyanlända. Istället behövs det riktade insatser för att nå ut till gruppen.



SLUTSATS OCH REFLEKTION

En övergripande slutsats är att det på ett generell plan finns en bristande kunskap om gruppen nyanlända, både i samhället i stort och i banksektorn specifikt. En nyckel till förbättrad integration är sannolikt att lära känna gruppen bättre och förstå de nyanländas behov, preferenser och vanor. Vi kan också konstatera att branschen har kommit mycket längre i sitt integrationsarbete på rekryteringssidan jämfört med marknadssidan. En hypotetisk anledning till detta är att det finns tydliga branschexterna aktörer att driva satsningar tillsammans med på rekryteringssidan, exempelvis Arbetsförmedlingen och specialiserade bemanningsföretag. På marknadssidan är det mer upp till branschen själv och respektive aktör själva att se till sin affärsnytta och lära känna sina kundgrupper.



ETT MÖJLIGT INITIATIV FÖR BRANSCHEN VORE ATT SKAPA EN BANKSPECIFIK SPRÅKUTBILDNING.



Engagemanget på rekryteringssidan borde även kunna koordineras mer branschövergripande för att göras mer storskaligt. Ett möjligt initiativ för branschen vore att skapa en bankspecifik språkutbildning. Detta för att kunna sänka språkkraven vid rekrytering men snabbt hjälpa nyanlända rekryter att lära sig svenska med fokus på vokabulär som är relevant för yrket. Att ta fram licensutbildningar på engelska vore sannolikt också ett sätt att sänka språkbarriären in i branschen. En annan möjlig



EN ANNAN MÖJLIG GEMENSAM INSATS VORE ATT TA FRAM EN BRANSCHÖVERGRIPANDE HANDELDARUTBILDNING.



gemensam insats vore att ta fram en branschövergripande handledarutbildning för medarbetare som ska handleda en nyanländ rekryt eller praktikant. Handledarskapet har visat sig vara en framgångsfaktor - det är naturligt att man hjälps av handfast

stöd att navigera de många oskrivna koderna i kulturen på en arbetsplats i ett nytt hemland.



PÅ MARKNADSSIDAN SER VI ETT GENERELLT UNDERUTNYTTJANDE AV BANKTJÄNSTER I GRUPPEN NYANLÄNDA.



På marknadssidan ser vi att det finns ett generellt underutnyttjande av banktjänster i gruppen nyanlända, framförallt vad gäller sparande. Till viss del förklaras detta av att många har kommit till Sverige utan några tillgångar och därmed har mindre kapital. Men vår undersökning visar också att många önskar mer information om banktjänster och att kommunikation med banken upplevs vara en svårighet. Det går inte att utesluta att många av dem som ingår i målgruppen skulle bli mer aktiva kunder om de fick mer information utifrån sina behov och preferenser.



BRISTEN PÅ INITIATIV ATT BÄTTRE LÄRA KÄNNA DENNA KUNDGRUPP ÄR PÅTAGLIG.



Bristen på initiativ för att bättre lära känna denna kundgrupp är påtaglig. Branschen behöver fråga sig vad detta beror på. Kanske finns det en okunskap, likt på rekryteringssidan, kring hur man når ut till gruppen och vilken information som är relevant. Traditionella kundundersökningar och analyser omfattar ofta inte denna grupp. Vi ser därför ett behov av att höja kunskapen kring nyanländas behov av banktjänster. Som sifferbaserad bransch är vi vana vid att basera beslut och strategi på fakta. Det är rimligt att ett eventuellt beslut om att bortprioritera den här kundgruppen också görs på rätt grunder. Idag finns inte det kunskapsunderlag som behövs för detta. Förhoppningsvis kan vi som bransch besluta oss för att denna kundgrupp är värd att lära känna lite bättre.

Stockholm, november 2018

Vid frågor kontakta:

Malin Pellborn

Chef Hållbarhet, Marknad & Kommunikation

08 - 614 43 45

SBAB!