



Banknæringens digitale hamskifte

En kvalitativ studie om DNBs digitalisering i møtet med eldre kunder

Sindre Haugan

Veileder

Nils Martin Engebretsen

Masteroppgaven er gjennomført som ledd i utdanningen ved Universitetet i Agder og er godkjent som del av denne utdanningen. Denne godkjenningen innebærer ikke at universitetet inntår for de metoder som er anvendt og de konklusjoner som er trukket.

Sammendrag

Hensikten med denne mastergradsavhandlingen er å bedre forstå digitaliseringen av banknæringen, og hvordan den påvirker kontakten mellom banken og eldre kunder. Det er få eksempler på norsk forskning på eldre og deres bruk av informasjon- og kommunikasjonsteknologi, noe som er blant årsakene til at jeg ønsket å utforske dette nærmere.

Det metodiske rammeverket er tverrfaglig, og kombinerer teori fra felt som informasjonsteknologi (Technology Acceptance Model), konseptuell design (Tjeneste-design) og sosiologi (Sosial-gerontologi). Ved hjelp av kvalitative dybdeintervjuer har jeg intervjuet fire eldre informanter, samt representanter fra DNB og interesseorganisasjonen Seniorsaken.

Resultatene fra denne studien viser at banksektoren blir kontinuerlig utfordret på å levere relevante og brukervennlige tjenester. Digitalisering, endringer i kundeferdigheter og globalisert markeds-konkurranse er blant tendensene som preger banksektoren i dag. De eldre informantene bruker alle nettbank, men opplever trenden med nedleggelse av fysiske bankkontorer som negativt. En av utfordringene til DNB handler om å bevare følelsen av service og menneskelig kontakt blant eldre kunder, på tross av det faktum at mange filialer blir avviklet. Studien viser også at det er mange ulike faktorer som kan påvirke de eldres brukeraksept av digitale banktjenester. Som for eksempel indre motivasjon, frykt for ny teknologi og sosiale normer.

Digitaliseringen av banksektoren representerer en generell tendens i mange næringer, og det blir stadig viktigere å besitte digital kompetanse for å kunne delta i samfunnet. Dette kan illustrere nødvendigheten av å engasjere og motivere eldre til å bruke digitale banktjenester, da det kan øke følelsen av selvstendighet og tilhørighet til samfunnet.

Abstract

The purpose of this thesis is to better understand the digitization of the banking sector in Norway and how it affects the relationship between the bank and older customers. One of the reasons being that there are few examples of Norwegian research on the elderly and their use of Information and Communications-Technology (ICT).

The theoretical approach is interdisciplinary, combining theory from fields such as information systems theory (Technology Acceptance Model), conceptual design theory (Service design) and sociological theory (Social-gerontology). Using a qualitative research method I interviewed four elderly customers of Norway's largest bank, as well as representatives from DNB and Seniorsaken, an interest group for senior citizens.

The results of this study show that the banking sector is continuously being challenged to deliver relevant and user-friendly services. Digitization, changes in customer behaviour and globalized market competition are some of the factors that shape today's modern banking sector. The older interviewees are all using online banking services, however they react negatively to the banking sector's current trend of closing down many of the physical offices. A challenge for the banking sector seems to be to maintain the relational aspect of banking while keeping up with the trends of digitization. This study also shows that acceptance of online banking are influenced by many different factors. Such as inner motivation, technological fear and social norms.

The digitization of the banking sector represents a general tendency in many industries. It is becoming increasingly important to have the knowledge and skill on how to use ICT in order to participate in today's society. This illustrates the importance of engaging and motivating seniors to use digital banking, as it can increase the sense of independence and a sense of belonging to society.

Forord

Først og fremst vil jeg gi en stor takk til mine informanter: Cecilie Kirsebom-Aronsen i DNB, Christin Engelstad i Seniorsaken og mine fire eldre intervjuobjekter. Takk for alt dere delte av erfaringer, innsikt og personlige historier. Uten dere ville ikke denne oppgaven vært mulig.

Jeg må også rette en spesiell takk til Martin Engebretsen, min veileder. Ditt engasjement og konstruktive tilbakemeldinger har virkelig styrket oppgaven. Ellers har jeg hatt flere viktige støttespillere rundt meg som alle fortjener ros. Sunniva, Margrete, Mamma, Pappa og resten av familien. Dere har alle vært en stor kilde til motivasjon og støtte underveis.

Til slutt vil jeg gi en oppmerksomhet til den lille, sammensveisede gjengen på masterstudiet i samfunnskommunikasjon. Tusen takk for to fantastiske år sammen.

Oslo, mai 2016

Sindre Haugan

INNHOILDSFORTEGNELSE

1. INNLEDNING	4
1.1 AKTUALISERING	4
1.2 PROBLEMSTILLING.....	6
1.3 PERSONLIG MOTIVASJON.....	7
1.4 OPPGAVENS STRUKTUR	8
2. NØKKELTALL	9
3. TIDLIGERE FORSKNING	12
3.1 ET UUTFORSKET OMRÅDE?	12
3.2 DE KOMPETENTE ELDRE – EN KVANTITATIV STUDIE OM ELDRES IKT-BRUK	13
3.3 EN STUDIE OM BRUKERAKSEPT AV NETTBANK.....	16
3.4 KVALITATIV FORSKNING OM ELDRE OG DET DIGITALE	17
4. TEORI	20
4.1 – DIGITALISERINGEN AV BANKNÆRINGEN	20
4.1.1 Digitaliseringsbølgen	20
4.1.2 Disruptive trender i finanssektoren.....	22
4.1.3 Det digitale rotteracet.....	22
4.2 – TJENESTEDSIGN	23
4.2.1 Kontaktflater og kundeopplevelser	25
4.3 TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL	27
4.3.1 Hovedtrekk ved TAM.....	27
4.3.2 Nyere versjoner av TAM	29
4.3.2 Kritikk av TAM	31
4.4 SOSIALGERONTOLOGI	31
4.4.1 Hovedtrekk ved gerontologi.....	32
4.4.2 Sosial aldring	33
5. METODE	36
5.1 KASUS-STUDIE.....	36
5.1.1 Kasus-beskrivelse	37
5.2 KVALITATIV OG KVANTITATIV FORSKNING	38
5.3 SEMI-STRUKTURERT DYBDEINTERVJU	38
5.4 DATAUTVALG OG GJENNOMFØRING	39
5.4.1 Strategisk utvalg	39
5.4.2 Datanalyse	41
5.5 METODISKE VURDERINGER.....	42
5.5.1 Reliabilitet, validitet og generalisering.....	44
5.5.2 Ethiske hensyn	46

6. ANALYSE.....	48
6.1 INFORMANTPORTRETTER	48
6.2 DISRUPTIVE TRENDER	50
6.3 TJENESTEDESIGN	53
6.3.1 Bankens rolleskifte.....	53
6.3.2 Innovasjon eller tradisjon	56
6.4 OPPLÆRING OG ANVENDELSE	59
6.4.1 Frykt og usikkerhet som barriere	59
6.4.2 Indre motivasjon og opplevd nytte.....	62
6.4.3 Tvang og valgmuligheter	63
6.4.4 Den sosiale effekten.....	65
6.4.5 Kursing og brukermanualer	68
6.5 DIGITALISERINGEN AV SAMFUNNET	72
6.5.1 Digital ekskludering	73
6.5.2 Alder som hindring?	74
7. OPPSUMMERING OG DRØFTING	77
7.1 FREMTIDENS BANK	78
7.2 DIGITALISERINGENS UTFORDRING	78
7.3 OPPLÆRING OG BRUKERAKSEPT AV NETTBANK.....	80
7.4 ELDRE I DEN DIGITALE TIDSALDER	81
7.5 VIDERE FORSKNING	82
7.6 EPILOG	83
LITTERATURLISTE	84
VEDLEGG 1: GODKJENNING FRA NSD	89
VEDLEGG 2: INTERVJUGUIDER	91
VEDLEGG 3: STATISTISK DATA FRA SENIORSAKEN	96

1. INNLEDNING

1.1 Aktualisering

I februar 2016 varslet DNB at de ville kutte 600 årsverk og halvere antallet bankkontorer fra 116 til 57. Årsaken er store endringer i kundenes bankvaner hvor stadig flere kunder har blitt selvbetjente. DNB viste til at 85 prosent av norske bankkunder ikke lenger benytter seg av bankfasilitetene, samtidig som ni av ti sier at de får behovet sitt dekket gjennom nettbank (Sundberg, 2016). Konserndirektør for personmarkedet i DNB, Trond Bentestuen, forklarte at endringene i kundevaner hadde skjedd raskere enn det banken hadde forventet:

”For to år siden så vi ikke for oss at vi skulle ha 15,2 millioner besøk i mobilbanken i desember. Spesielt i 2015 har denne utviklingen eskalert og kanskje blitt forsterket av tjenester som Vipps som er i ferd med å endre måten vi gjør opp oss i mellom på” (Sundberg, 2016).

Nesten samtidig gikk også Norges tredje største sparebank, SpareBanken Vest ut og annonserte en stor omstillingsplan for å takle den nye digitale hverdagen. Motivasjonen var å møte fremtidens marked og levere gode kundeopplevelser, noe som krevde store endringer i bankens kostnadsstruktur og kompetanseprofil. Etter planen vil banken legge ned ni kontorer i løpet av året, samtidig som de vil satse ytterligere på ny teknologi. I 2016 regner de med å øke IT-investeringene i banken med 34 prosent, noe som medfører en økning fra 108 til 145 millioner (Lorentzen, 2016). Administrerende direktør i Sparebanken Vest, Jan Erik Kjerpeseth mener at banken har et stort behov for økt IT-kompetanse:

”Banknæringen er inne i en digitalisering vi ikke har sett maken til tidligere. Det er en rivende utvikling vi står oppe i nå” (Lorentzen, 2016).

Dette kan tyde på at den pågående digitaliseringen har skapt et paradigmeskifte i banknæringen, der fysiske kontorer blir mindre viktige, og det er heller tjenestene som blir satt i fokus. Selvbetjente løsninger driver utviklingen og bankene må svare med

nedbemanning og nedleggelse av kontorer, samtidig som de gjør store satsninger innen IT for å forbedre de nye kanalene og utvikle teknologiske nyvinninger.

I kjølvannet av denne saken har det vært mange reaksjoner i media, spesielt i lokalavisene (Bertheussen 2016 og Joheim 2016). Nedleggelsene av kontorene vil si mer sentralisering, noe som går særlig utover de som bor utenfor de store byene. Spesielt en gruppe har blitt trukket frem i media – eldre bankkunder. For de som ikke allerede har tatt i bruk de digitale løsningene, betyr utviklingen en stor endring i bankhverdagen, og muligheten til å møte noen ansikt-til-ansikt blir betydelig mindre. Leder for Seniorsaken Østfold, Finn Åsmund Johnsbråten, var en av de som viste et stort engasjement:

”Det som også skjer er en holdningsendring. Tidligere var det slik at kundekontakt var viktig. Uttrykket «kunden er konge» hadde full gyldighet. Det oppleves ikke slik lenger. Når DNB legger ned sine filialer med begrunnelse at filialene ikke lenger blir besøkt, så kan de ha seg selv å takke for dette. Banken har med sine lite kundesvennlige løsninger og arrogante holdninger jaget kundene ut av sine lokaler” (Johnsbråten, 2016).

Flere deler denne opplevelsen om at kundekontakt og service forsvinner i møtet med en bransje som blir mer og mer opptatt av fortjeneste og automatisering. TV2-nyhetene omtaler det de kaller ”*et eldreopprør mot DNB*”, og viser til at flere eldre mangler både internett og digital kompetanse for å håndtere digitale løsninger (TV2, 2016). Samtidig melder Seniorsaken, en interesseorganisasjon for eldre, at de blir nedringt av eldre som er bekymret for utviklingen i banknæringen. Kommunikasjonssjef i Seniorsaken, Christin Engelstad, sier at hun er skuffet over at DNB ikke ivaretar sitt samfunnsansvar bedre:

”Myndighetene og de største institusjonene må ta sitt samfunnsansvar og legge til rette for en omsorgsfull omlegging av samfunnet” (Svanemyr, 2016).

Bentestuen i DNB påpeker at problemene kun gjelder en liten gruppe mennesker, og mener det er feil å undervurdere eldre brukere. Han viser til at det finnes mange eldre kunder som er heldigitale brukere, og viser til at folk helt opp i 90-årsalderen gjør alt av banktjenester på iPad (Svanemyr, 2016). Det finnes store forskjeller blant brukerne, og alder trenger ikke nødvendigvis være en stor hindring. Christin Engelstad i Seniorsaken trekker frem den andre

siden av spekteret med de som besitter lite digital kompetanse. Dette er gjerne mennesker som aldri har benyttet seg av data i arbeidslivet og som ikke ser gleden ved å bruke det privat. Da er terskelen høy for å ta i bruk digitale hjelpemidler (ibid).

1.2 Problemstilling

Denne saken gir et godt utgangspunkt for en studie i samfunnskommunikasjon. Den omfattende digitaliseringen har medført en inngrepende utvikling i banknæringen med store omstruktureringer. Dette har igjen skapt en endring i kontaktflatene mellom bank og kunde, der det meste gjøres gjennom selvbetjente digitale løsninger, en endring som har skjedd så raskt at selv konserndirektøren i DNB er overrasket (Sundberg, 2016). Ikke alle klarer å følge med i utviklingen, og blant eldre finnes de mange som har liten eller ingen erfaring med digitale løsninger.

Kommunikasjonsmessig er dette temaet interessant ettersom det reiser en rekke relevante spørsmål: Hvordan blir slike endringer kommunisert, og hva er den beste måten å få alle med på den digitale utviklingen? Samtidig er det interessant å få et innblikk i hvordan eldre opplever denne digitaliseringsprosessen. Dette er spørsmål jeg ønsker å undersøke i min oppgave. Slik lyder problemstillingen min:

Hovedproblemstilling : *Hvordan foregår og oppleves kommunikasjonen mellom DNB og eldre kunder i forbindelse med digitalisering av banktjenester?*

For å svare på denne problemstillingen har jeg valgt å gjennomføre intervjuer med DNB, Interesseorganisasjonen Seniorsaken og fire eldre informanter. Jeg ønsker å se på hvordan DNB kommuniserer nye digitale løsninger til eldre kunder, samtidig som jeg undersøker hvordan eldre opplever en stadig mer digitalisert hverdag. Seniorsaken er i en mellomposisjon, siden de representerer både ekspertise og de eldre som en gruppe. Disse tre forskjellige perspektivene kan bidra til en større forståelse av endringene knyttet til digitalisering og hvordan de påvirker både banknæringen og eldre kunder. For å konkretisere og avgrense oppgaven ytterligere har jeg valgt å dele problemstillingen opp i fem underproblemstillinger, de er som følger:

***UP 1:** Hva er bakgrunnen for endringene i DNBS kundekontakt?*

***UP 2:** Hvordan påvirker digitaliseringen av DNB forholdet til eldre bankkunder og hvordan opplever de eldre endringene i bankens kontaktflater?*

***UP 3:** Hvilke faktorer påvirker de eldre brukeraksept av digitale banktjenester?*

***UP 4:** Hvordan går DNB frem for å lære opp eldre i digitale banktjenester?*

***UP 5:** Hvilke tanker har de eldre om den generelle digitaliseringen av samfunnet?*

1.3 Personlig motivasjon

Min tidligere rolle som bankmedarbeider er en viktig inspirasjonskilde til denne oppgaven. For noen år tilbake arbeidet jeg i en bank som skulle legge ned alle manuelle kassetjenester. En av de viktige jobbene i denne overgangen var å hjelpe kunder å beherske nettbank, og en stor del av denne kundegruppen var eldre mennesker.

Det var mange ulike typer eldre kunder. Noen var svært usikre, og engstelige for å gjøre noe feil. Andre prøvde seg frem selv, eller hadde med barnebarn som hjalp til. Det var mange som opplevde mulighetene som noe positivt, og det gav dem en mestringsfølelse når de skjønnte hvordan de skulle gå frem.

Dette inspirerte meg til å skrive min bacheloroppgave i medievitenskap, hvor jeg undersøkte hvordan eldre forholder seg til og bruker internett. Videre ønsket jeg å få innblikk i hvordan de eldre opplevde den stadig økende digitaliseringen. Hovedfunnene mine viste at sosiale nettverk fungerer som støttespillere og inspirasjonskilder for internettbruk. Samtidig fikk studien meg til å åpne øynene for hvor digitalt kompetente mine eldre informanter var: De hadde videosamtaler med barnebarn i Sveits, brukte Spotify for å høre gamle slagere og surfet på mobilnett mens de vandret fjellene i Bhutan. Det var derfor nærliggende å videreføre det jeg lærte gjennom bacheloroppgaven, og knytte dette mer direkte opp mot banknæringen og dens utvikling.

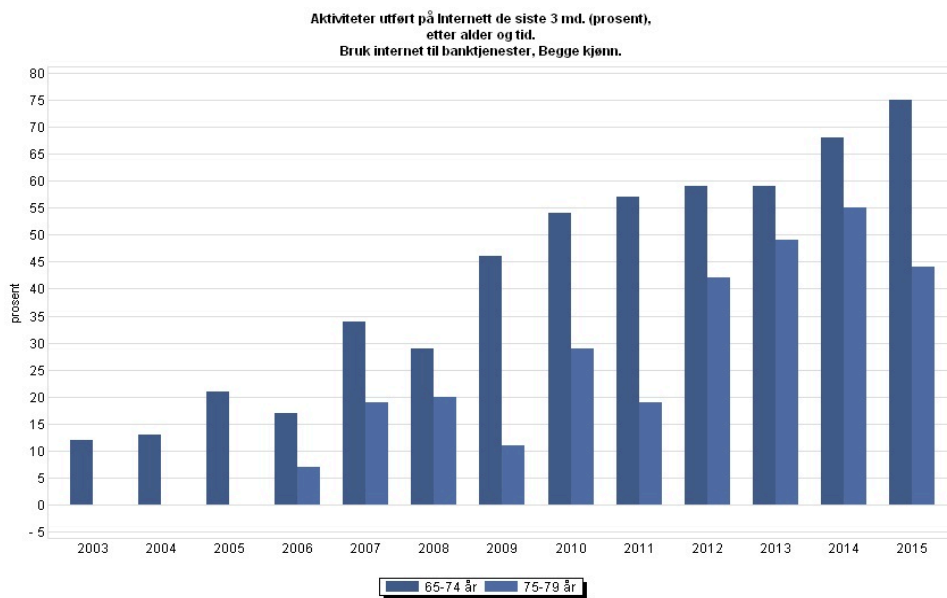
1.4 Oppgavens struktur

For å svare på de nevnte problemstillingene presenterer jeg først relevant statistikk for å få et overordnet bilde av banknæringen og tendenser blant eldre kunder. Deretter presenterer jeg tidligere forskning. Dette fungerer som en introduksjon for den videre teoridelen, da det gir mange gode innfallsvinkler og momenter som vil være sentrale for min oppgave. I kapittel 4 vil jeg vise hovedteoriene jeg baserer oppgaven min på, før jeg gjør rede for det metodiske rammeverket som styrer forskningsprosessen. I kapittel 6 vil jeg presentere analysen av intervjuer og tekstmateriale. Funnene fra analysen drøftes og oppsummeres til slutt i diskusjonskapitlet.

2. NØKKELTALL

I denne delen vil jeg presentere utvalgt statistikk for å vise veksten i antallet eldre digitale nettbankbrukere og utviklingen i banknæringen. For å gjøre det vil jeg basere meg på data hentet fra Statistisk Sentralbyrå (SSB, 2016) og Dagligbankundersøkelsen fra 2015 (Finans Norge, 2015)

SSB (2016) gjennomfører årlig en undersøkelse hvor de ser på bruk av IKT i husholdningene. I figuren under ser vi statistikk som viser antallet eldre som har brukt internett til banktjenester de siste tre månedene. Fordelen med denne undersøkelsen er at den strekker seg tilbake til 2003, og dermed kan den gi en god innsikt hvordan bruken av digitale banktjenester har utviklet seg i årenes løp. Her har jeg valgt å fokusere på målinger knyttet til de to eldste målgruppene fra 65-74 år og 75-79 år, samt spesifisere det til å kun gjelde bruken av banktjenester. Verktøyene på SSBs sider gir meg også mulighet til å skille mellom kjønnene, men grunnet oppgavens omfang er det noe jeg velger å ikke fokusere på.



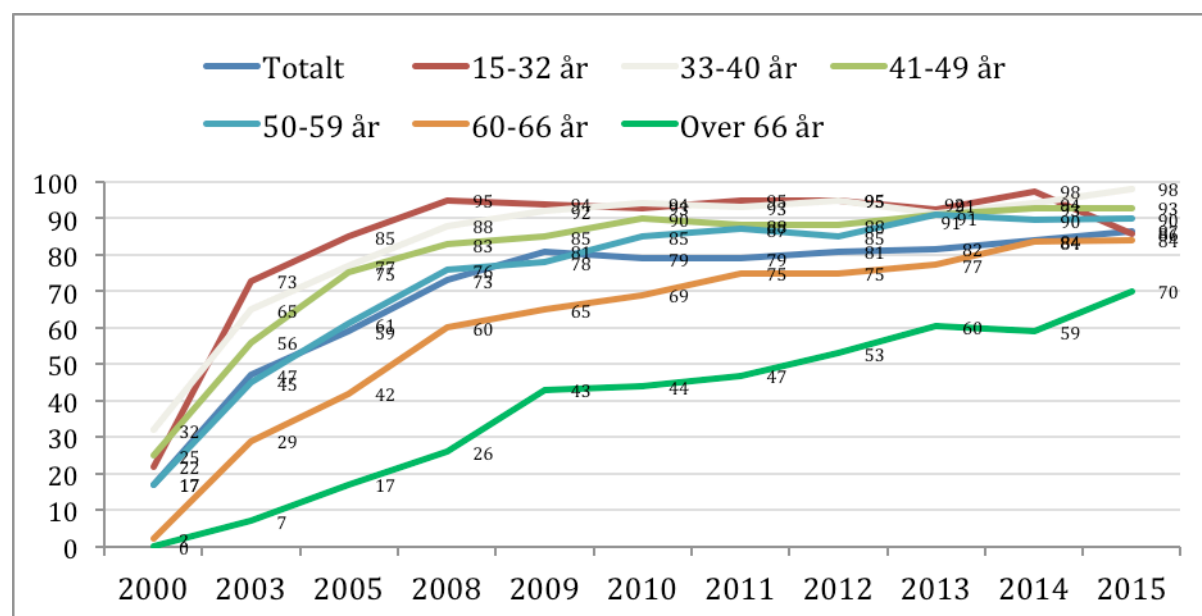
Figur 1: Bruk av internett til banktjenester de siste tre månedene (Statistisk sentralbyrå, 2016)

Blant de yngre eldre viser utviklingen en forholdsvis jevn stigning i antallet nettbankbrukere. I 2003 lå tallet på 12 prosent, mens den i 2013 var steget til 59 prosent. De to siste årene har

økningen vært markant og viser en stigning på henholdsvis 68 videre til 75 prosent. Tallene kan tyde på at bruk av nettbank og mobile bankløsninger har fått en naturlig plass i de fleste yngre eldres hverdag, og skal man basere seg på de to seneste årene ser det til at antallet brukere vokser mer enn årene før.

Blant den eldre gruppen på 75 til 79 år viser dataene en mindre stabil utvikling. I perioden fra 2003 til 2005 var antallet som brukte nettbank tilnærmet lik null. Høyeste antall brukere var i 2014 med 55 prosent, men året etter hadde antallet sunket med 11 prosent. Dette kan tyde på at bruken av nettbank og digitale løsninger er mer varierende jo eldre man blir. Noe som også er verdt å påpeke er at statistikken til SSB ikke tar høyde for de som er over 80 år, og det er dermed vanskelig å si noe om bruken blant de man kan klassifisere som *de eldste eldre* (Daatland, 2000). Det er interessant at det ikke blir innsamlet opplysninger om deres bruk av IKT, spesielt med tanke på at eldre er en gruppe som er i vekst.

Dagligbankundersøkelsen er en årlig undersøkelse som kartlegger bankkunders bruk av ulike kanaler som nettbank, mobil, filial og sosiale medier. Utvalget består av et landsrepresentativt utvalg på cirka 1000 informanter i alderen 15 år og oppover (Finans Norge, 2015). Denne rapporten bekrefter en rekke av påstandene knyttet til utviklingen av banknæringen, både når det kommer til andelen nettbukere, den voksende populariteten til mobilbank og det synkende antallet av de som oppsøker bankfilialer.



Figur 2: Nettbankbrukere etter alder over tid (Finans Norge, 2015).

I denne rapporten har de blant annet fulgt utviklingen av nettbankbrukere over en femtenårsperiode. Funnene sammenfaller i stor grad med det man finner i dataene til Statistisk Sentralbyrå. I gruppen over 66 år viser grafen en utvikling fra nærmest null aktive brukere i år 2000 til 70 prosent i år 2015, og denne kurven ser ut til å være stigende. En ser også at den eldste gruppen har en markant andel færre nettbankbrukere enn de andre.

Et annet interessant funn er at statistikken viser et tydelig fall i antallet nettbankbrukere blant de mellom 15-32 år fra 2014 til 2015, med en nedgang fra 98 prosent til 86 prosent. Dette skyldes ikke at flere yngre går oftere i bankfilialene, men snarere den økende populariteten til mobile bankbetalingsløsninger også som en fullverdig erstatter for nettbanken.

I årsskiftet 2014 – 2015 ble det 51 færre bankkontorer i Norge (Finans Norge, 2016a), og slik jeg presenterte innledningsvis er det varslet flere nedleggelse i året som kommer. Statistikken viser en klar utvikling mot en digitalisering av næringen. Stadig økende bruk av nettbank og mobilbank har ført til at færre og færre besøker bankkontoret, spesielt når det kommer til gjennomføring av enklere oppgaver som transaksjoner og regningsbetaling. Likevel ser man at bruken blant eldre er mer sprikende, og statistikken mangler en nyansert fremstilling av de eldres digitale bruk. Et eksempel finner vi i Dagligbankundersøkelsen der de over 66 år grupperes i en stor, homogen gruppe, men som vi ser i dataene fra Statistisk Sentralbyrå eksisterer det store forskjeller i bruk av IKT mellom de som er 65-74 år og 75-79 år.

Rapporten *IKT-bruk i befolkningen og barrierer for digital inkludering* av SIFO (Slette-meås, 2014) påpekes det at det ikke finnes landsdekkende tall for de over 80 år, og årsaken ligger i det at de ofte faller utenfor tradisjonelle survey-undersøkelser, enten fordi de er vanskelige å kontakte, eller fordi de ikke anses som ”relevante” representanter for befolkningen (Slette-meås, 2014: 105). Denne variasjonen blant eldre brukere gir meg motivasjon til å forske mer på dette i håp om en bredere forståelse av emnet og kanskje bedre fange opp noe av det statistikken ikke viser.

3. TIDLIGERE FORSKNING

Først vil jeg presentere en del tidligere forskning og vise hvordan perspektiver herfra kan brukes i min egen oppgave. Min avhandling har et eksplorerende design, derfor vil det være naturlig å bruke den tidligere forskningen som et slags springbrett for hvordan jeg skal gå frem i oppgaven.

3.1 Et utforsket område?

I en artikkel i Norsk medietidsskrift anklager Trine Syvertsen, professor i medier og kommunikasjon på UiO, medieforskningen for en manglende satsing på eldre: ”Det finnes langt flere medieforskere enn eldre-forskere. Medieforskerne er interessert i medier, men ikke i eldre. (...) I den akademiske frihets navn skyr de alt som har med gamle og medier å gjøre” (Syvertsen, 2010: 386). Hun fortsetter med å peke på at det finnes mye forskning på andre demografiske grupper som barn, kvinner, innvandrere og deres forhold til media. Men det finnes lite forskning direkte om eldre og deres bruk av medier og ny teknologi. Dette mener hun er paradoksalt siden eldre er aktive brukere av både nye og gamle medier, samtidig som andelen av eldre brukere er i stor økning (Syvertsen, 2010). Den største delen av eksisterende norsk forskning er små studier med relativt få intervjuobjekter. Det har nok sammenheng med at mye av forskningen er gjennomført av unge forskere med begrensede ressurser:

”Den lille bunken med forskning gir interessante, om enn lite utfyllende resultater. Fortsatt vet vi lite om eldre og medier, bortsett fra at de er storforbrukere. Vi vet for eksempel ikke noe om hvordan klasse, geografi, etnisitet, kjønn og alder spiller inn. «Eldre» blir en stor og ensartet gruppe, på tross at alle vet at det må være viktige forskjeller mellom femti-pluss og nitti-pluss” (ibid: 389).

Kommentaren illustrerer forskningslandskapet knyttet til eldre og teknologi, og at eldre utgjør en gruppe som ofte blir nedprioritert. Det medievitenskaplige fagområdet er relativt ungt og forskningen følger på mange måter den tekniske utviklingen. Derfor er det hele tiden et behov for å følge opp med fersk forskning som reflekterer denne digitaliseringen (Østbye et

al. 2013: 5). Mye har skjedd siden kommentaren ble skrevet i 2010 og det finnes i dag flere norske forskningstilskudd som omhandler eldre og IKT, likevel kan man se trenden med at disse forskningsprosjektene er mindre, kvalitative studier på masternivå. Jeg vil nå gjøre en kort presentasjon av bidragene jeg ser på som mest relevant, og se hvilke tendenser og erfaringer med digitalisering og eldre som gjør seg gjeldende. Først viser jeg til to viktige kvantitative bidrag, før jeg summerer opp noen av hovedfunnene fra noen nyere kvalitative studier som direkte handler om eldre, nettbank og den digitale hverdagen.

3.2 De kompetente eldre – en kvantitativ studie om Eldres IKT-bruk

Øyvind H. Nøhr, tidligere høgskolelektor ved Høgskolen i Lillehammer, har forsket på spørsmål knyttet til eldre og aldring siden 1986. I 2006 publiserte han sin forskningsrapport *De kompetente eldre: aldring og digital kompetanse - konflikt eller lykke?* (Nøhr, 2006). I denne rapporten presenterte han resultatene fra en stor spørreundersøkelse med over 600 eldre respondenter. Spørreundersøkelsen baserer seg på flere kvalitative fokusgruppeintervjuer om hvordan den eldre generasjon forholder seg til informasjons- og kommunikasjonsteknologien (IKT) (ibid: 20). Målet med denne studien var å få informasjon om hvorfor eldre bruker mindre IKT i hverdagen enn andre aldersgrupper (ibid: 10).

For å undersøke dette viser han til flere teorier innen sosialgerontologi, som er læren om normal aldring i samfunnet, og noe jeg vil komme nærmere tilbake til i teorikapitlet. Nøhr bruker gerontologisk forskning for å gi en mer nyansert fremstilling aldringsprosessen og de Eldres rolle i samfunnet (ibid: 9) og vektlegger at eldre ikke bør sees som en stor ensartet gruppe:

”Et av de mest sentrale trekk ved aldringen er variasjon. Aldringen fortøner seg forskjellig fra individ til individ, vi ser ulike aldringsforløp i ulike kulturer, og selv innen hvert enkelt individ er det ulike aldringsprosesser på gang” (Nøhr, 2006: 29).

Resultatene fra spørreundersøkelsen gir flere interessante funn og jeg vil nå presentere de som har relevans for min oppgave.

Føler meg for gammel til å lære	91
Klarer meg godt uten	52
Vil bruke tiden til andre ting	22
Vil leve så lenge jeg kan uten å bruke data	22
For dyrt å kjøpe inn	13
Skeptisk overfor ny teknologi	9
Har problemer med synet	8
For dårlig sikkerhet	4
Ektefellen bruker den for oss begge	3
For vanskelig å montere	2

Tabell 1: Hva er den eller de viktigste årsakene til at du ikke vil, eller er usikker på om du vil lære deg å ta i bruk datamaskin? (i prosent) (Nøhr, 2006: 69)

Av de 377 av respondentene som svarte på om de ønsket å lære seg å bruke datmaskin, svarte 35 prosent ja, mens resterende svarte nei eller vet ikke (Nøhr, 2006: 68). Et interessant funn er at 91 prosent oppgir opplevelsen av å være for gammel som den viktigste årsaken til at ikke vil lære å bruke datamaskin, og over halvparten oppgir at det de klarer seg godt uten som den viktigste grunnen (ibid: 69). Av fysiske faktorer svarer kun 2 prosent av informantene at dårlig syn hindrer dem i å bruke internett, mens 7 prosent sier det hindrer dem litt (ibid: 61). Dette kan tyde på at fysiske faktorer ikke spiller en stor rolle som forklaring på hvorfor de eldre ikke bruker internett, men det er snarere følelsen av å være for gammel som spiller inn.

Disse funnene er interessante rent kommunikasjonsmessig fordi de kan bidra til å kaste lys over hvordan DNB henvender seg til sine kunder angående digitale banktjenester, og hvordan de eldre mottar denne informasjonen. For å belyse dette vil jeg vise til Technology Acceptance Model (TAM), hvor målsettingen er å undersøke i hvilken grad, hvordan og hvorfor eldre tar i bruk nye digitale tjenester. Det vil være interessant å få dypere innsikt hvordan man kommuniserer og motiverer eldre brukere til å ta i bruk digitale tjenester, da nedleggelsen av flere bankkontorer betyr at mange *må* lære seg å bruke selvbetjente banktjenester.

Forskning på slike felt blir fort utdatert. I studien blir for eksempel mobiltelefonen omtalt som en ”en bærbar kombinert radiosender og mottaker” (ibid: 70), og spørsmålene rundt bruksområdene handler hovedsaklig om hvor ofte man ringer og sender tekstmeldinger. I dag kan mobilen erstatte mange av datamaskinens bruksområder, for eksempel gir mobilbank muligheten til å utføre de fleste banktjenester når man er på farten. På den måten blir ikke

dette skillet mellom de ulike teknologiene like sentralt, og om man skulle gjennomført en lignende studie i dag måtte man tatt høyde for hvordan man nå bruker både nettbrett og mobiltelefoner for å utføre oppgaver som tidligere var forbeholdt datamaskinen. Denne utviklingen knytter seg til endringene i bankens kontaktflater, som vil være et sentralt tema i min oppgave.

Metodisk sett er Nøhrs rapport en av de største som omhandler eldre og deres forhold til IKT i Norge, med over 600 respondenter. I motsetning til en del annen forskning på feltet kan den derfor ha en viss grad av generaliserbarhet. Studien gir god innsikt i hva slags holdninger eldre har til ny teknologi, videre sier den noe om erfaringer, vilje og bruksmønster. En rekke av teoriene han bruker er også gode verktøy for nye studier. Sosialgerontologi gir ingen klare svar på hvorfor eldre blir mindre aktive deltakere, men er fortsatt en god innfallsvinkel for studier av hvordan eldre og aldring til en viss grad styres av sosialisering og forventningsstrukturer. Et mulig hypotese blir da hvorvidt digitale tjenester og bankenes kommunikasjon omkring dem bidrar til å opprettholde et bilde av eldre som en gruppe stående utenfor den ”tekniske sirkelen”. TAM er også relevant for min studie for den peker på hva som må være tilstede for at eldre skal bevege seg over til digitale tjenester. Motivasjon står som en sentral faktor i Nøhrs studie og det vil være interessant å se om dette gjør seg gjeldende i min oppgave.

Det skal påpekes at studien ble gjennomført i 2005 og at den nå er over ti år gammel. Det har skjedd store endringer når det kommer til digitale utviklinger og andelen av eldre som benytter seg av slike tjenester. På tross av dette peker Nøhrs studie fremover og bygger på sentrale problemstillinger som er minst like aktuelle i dag som de var for ti år siden. Refleksjonene han gjør seg avslutningvis poengterer dette på en god måte:

”To trender er i ferd med å skje omtrent samtidig i vårt samfunn. Vi har en aldrende populasjon og vi baserer vår hverdag i større og større grad på bruken av IKT. Det å holde seg oppdatert innen den rivende utviklingen innen IKT er ikke enkelt for noen uansett aldersgruppe og det å bli eldre kan gjøre at man velger bort dette hvis ikke motivasjonen er der og man ikke ser nytten av å inneha denne kompetansen. (...) Det å spre kunnskap om eldre og aldring blir således en enda viktigere oppgave i årene som kommer. Dårlig innsikt i det å bli eldre kan spre en oppfatning om at eldre ikke kan gi et positivt bidrag til oss alle” (Nøhr, 2006: 91).

3.3 En studie om brukeraksept av nettbank

Et annet relevant kvantitativt forskningsbidrag er artikkelen *Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model* (Pikkarainen et al. 2004). Artikkelen bidrar til å kaste lys over hvilke faktorer som er viktige for å få nye brukere til å oppsøke og bruke nettbank, og tar utgangspunkt i et utvalg på 268 finske bankkunder.

For å analysere hvilke faktorer som påvirker brukeraksept og anvendelse av ny teknologi, bruker forskerne Technology Acceptance Model (TAM). Her er det to sentrale faktorer som påvirker brukeraksept. Den første faktoren er *opplevd nytte*, bruker må se fordelene og nytten ved å ta i bruk den nye teknologien. Den andre faktoren er *opplevd brukervennlighet*, altså om man opplever teknologien som enkel å ta i bruk (ibid).

Pikkarainen et al. (2004) presenterer tre mulige årsaksforklaringer for hvorfor folk ikke tar i bruk nettbank. Den første er at forbrukerne trenger tilgang og opplæring for lære seg tjenestene, den andre er at ikke-brukere ofte klager på at nettbank mangler en sosial dimensjon, og at man mister noe ved å ikke kunne ha ansikt-til-ansikt kommunikasjon. Den tredje årsaken er at mange kunder er bekymret for sikkerheten rundt disse tjenestene (ibid: 225). Med dette som tankegodt lanserer de seks hypoteser om hva som ville ha en positiv effekt på brukernes aksept av nettbank:

H1. Opplevd nytte har en positiv effekt på brukernes aksept av nettbank.

H2. Opplevd brukervennlighet har en positiv effekt på brukernes aksept av nettbank.

H3. Opplevd glede har en positiv effekt på brukernes aksept av nettbank.

H4. Mengden av informasjon en bruker har om nettbank har en positiv effekt på brukernes aksept av nettbank.

H5. Sikkerhet og anonymitet (privacy) har en positiv effekt.

H6. Kvaliteten på internettkoblingen har en positiv effekt på brukernes aksept av nettbank.

Kun to av deres seks hypoteser viste seg å være statistisk signifikante. Den opplevde nytten (H1) og mengden av informasjonen forbrukeren har rundt nettbank og tjenestene (H4). De har begge en positiv effekt på brukeraksept og anvendelse av nettbank. Det skal sies at denne spørreundersøkelsen ble gjennomført i 2002 (Pikkarainen et al. 2004: 228) når nettbank fortsatt var et relativt nytt fenomen. I dag vet nok de fleste hva nettbank er, men jeg mener

likevel at resultatene her kan ha en viss overføringsverdi, spesielt blant eldre hvor bruken av IKT er mer varierende. Det vil være aktuelt å se hvordan DNB kommuniserer den opplevde nytten av digitale tjenester til eldre brukere, og hvordan de eldre igjen vurderer denne nytteverdien. Videre vil det være naturlig å undersøke hva som oppleves som positive og negative sider ved å bruke nettbank. En mulig hypotese er at noen eldre vurderer det å kunne møte noen ansikt-til-ansikt som viktigere enn fordelene ved å betale regningene med få tastetrykk i nettbanken.

Selv om de fire andre hypotesene viste seg å ikke være statistisk signifikante, er det fortsatt nyttig informasjon man kan trekke ut av dem. Det er interessant at verken sikkerhet eller brukervennlighet har noen bevist effekt på om respondentene tar i bruk nettbank. Noe av årsaken til dette ligger kanskje i studiens metodiske valg. Gjennomsnittsalderen for informantene var 29 år, og en av de tre stedene undersøkelsen ble gjennomført var et universitetsklasserom (ibid: 228). Jeg vil dermed argumentere for at studien ikke fanger opp holdninger som er gjeldende for en eldre del av befolkningen. Hypotesene presentert i denne studien fanger opp flere interessante aspekter som kan belyses ytterligere i min egen studie. Jeg vil også benytte meg av TAM fordi den gir rom for å tolke de subjektive prosessene som får brukere til å ta i bruk ny teknologi.

3.4 Kvalitativ forskning om eldre og det digitale

Til nå har jeg vist noen viktige bidrag innen kvantativ forskning på området, men det finnes også en rekke nyere studier som kvalitativt ser på hvordan eldre forholder seg til IKT. Det jeg fant av norsk forskning er hovedsakelig avgrenset til mindre studier, men kan gi en annen innsikt enn de kvantitative rapportene.

De to studiene jeg vil presentere er mastergradsavhandlinger, begge fra Høgskolen i Hedmark, men i ulike fagfelt, en i offentlig ledelse og styring (Lybeck og Foladvand, 2015), og den andre i språk, kultur og digital kommunikasjon (Solberg, 2011). Oppgavene har flere likhetstrekk, blant annet at begge bruker dybdeintervjuer med eldre informanter for å undersøke hvordan de takler den digitale hverdagen. Jeg tolker dette som et tegn på at problemstillingen ikke lett lar seg avgrense til et bestemt fagfelt, men inviterer til en tverrfaglig tilnærming. Mine forskningspørsmål vil forsøke å fange opp dette ved å gi en

innsikt i flere sider av saken, hvor man på ene siden har de strategiske valgene banken må gjøre for å nå ut til eldre, og på andre siden hvordan dette blir mottatt av eldre kunder.

TAM (Pikaririnen et al. 2004) blir aktivt brukt som et analyseverktøy og motivasjon dukker igjen opp som en sentral faktor. De eldre må ha vilje til engasjere seg i nye tjenester, derfor er det viktig legge opp til en positiv opplevelse av teknologien, slik at eldre kjenner gleden ved å mestre verktøyet (Lybeck og Foladvand, 2015: 96)

Flere av informantene i de to kvalitative studiene mener de er for gamle til å lære nye ting innen den digitale verden. De har lært seg de grunnleggende tjenestene som dekker deres behov, og ser ikke vitsen med å ta i bruk nyere eller mer kompliserte løsninger (Lybeck og Foladvand, 2015: 81). Dette kan man se i sammenheng med resultatene i Nøhrs (2006) studie, hvor hele 91 prosent oppga dette som hovedgrunn til at de ikke ønsket å lære nye tjenester. Det vil være interessant om denne følelsen av å være ”for gammel” er gjeldende blant mine eldre informanter.

Et annet interessant funn er at forskerne i begge de kvalitative studiene gjorde store revurderinger rundt sin oppfattelse av de eldre i løpet av forskningsprosessen. I studien *eldre og den digitale verden* (Lybeck og Foladvand, 2015) forklarer de det på følgende måte:

“ Under intervjuene ble vi klar over at de eldres forhold til den nye teknologien, og ikke minst deres nyttebruk av den, lå på en vesentlig høyere nivå enn vi hadde forestilt oss. Vi hadde ikke regnet med at informantene hadde ett såpass reflektert syn på bruken av data og at de stort sett var egenrådige på hva slags tjenester de ville benytte” (ibid: 61).

Dette synet på eldre som mindre kompetente databrukere har en påfallende likhet med Solbergs (2011) refleksjoner rundt forskerrollen i hennes studie av *eldre og nettbank*:

”Jeg opplevde ganske tidlig i intervjuprosessen at jeg gjennom intervjuguiden hadde et bilde av de eldre som mindre kompetente databrukere enn det de faktisk var. Spørsmålene var basert på en fordom om at data er vanskelig å forholde seg til hvis man er en eldre bruker. Eldre er på ingen måte en så homogen gruppe som jeg hadde forestilt meg” (ibid: 54).

I begge eksemplene skiftet forskerne sitt syn på eldre og deres digitale kompetanse, og de eldre viste seg å være både mer reflekterte, handlekraftige og kompetente enn de opprinnelig

hadde sett for seg. Nøhr (2006:29) viste i sin studie at det er vanskelig å kategorisere eldre på grunn av store variasjoner i de individuelle aldringsprosessene. At det eksisterer slike latente fordommer overfor eldre er noe jeg kjenner igjen fra egne erfaringer i arbeidet med bacheloroppgaven, hvor jeg til en viss grad så eldre som en gruppe med manglende evner og kunnskap om digitale verktøy og tjenester. Disse refleksjonene bidrar til å styrke mitt metodiske arbeid, da jeg vil være ekstra observant på å ikke stille ladede spørsmål i mine intervjuer med eldre informanter.

Til slutt er det også interessant at begge disse studiene ønsket å innlemme banknæringen som et ledd av forskningen, men møtte på problemer:

”Etter flere måneder med en heller lunken tilbakemelding fra bankene, der de alle viste til stort arbeidspress, og ei heller hadde behov for å gå inn i en slik prosess, bestemte vi oss for å skifte fokus for rekruttering av informanter” (Lybeck og Foladvand, 2015: 53).

”I utgangspunktet startet jeg med å kontakte ulike banker for å få til et samarbeid om masteroppgaven (...) Bankene responderte ulikt, fra å ikke svare i det hele tatt, til å gi avslag med ulike begrunnelser basert på juridiske retningslinjer, tidsbruk eller at denne studien ikke var av interesse” (Solberg, 2011: 48).

Forskerne ble møtt med lite interesse for sin studie, og uten å spekulere for mye kan det kanskje tyde på at banknæringen ikke har sett på eldre som et felles strategisk satsningsområde tidligere. I innledningen presenterte jeg hvordan banknæringen i de senere årene har gjennomgått flere strukturelle endringer, som kanskje krever at de gjør en mer bevisst satsning på eldre kunder. Der bankene tidligere kanskje kan ha hatt en mer passiv rolle, er det nå stadig viktigere å få alle over på en digital plattform. I min studie vil jeg bygge videre på momentene som ble presentert her. Jeg har møtt større velvillighet innen banknæringen, og har en informant fra DNB som kan gi meg en større innsikt i de konkrete tiltakene som gjøres ovenfor eldre brukere.

4. TEORI

I denne delen vil jeg presentere teori jeg finner relevant for å belyse mine problemstillinger. Siden oppgaven tar for seg et ganske komplekst fenomen fra flere ulike sider, vil det være naturlig å basere seg på et tverrfaglig teorigrunnlag. Først viser jeg hovedtrekk ved digitaliseringen av banknæringen, og med basis i dette vil jeg presentere teori innen tjenstedesign og TAM for å bedre forstå hvordan digitale bank-tjenester blir tatt i bruk. Til slutt vil jeg vise hvordan sosialgerontologi og forskning om sosial aldring kan bidra til å skape en bredere forståelse av eldre og deres rolle i samfunnet.

4.1 – Digitaliseringen av banknæringen

For å forstå de store endringene som banknæringen gjennomgår vil jeg først presentere den mer generelle digitaliseringen, for så å peke på de nyere trendene som gjelder spesifikt for bankene og måten de leverer sine tjenester på.

4.1.1 Digitaliseringsbølgen

”Dersom man tror teknologier er nøytrale, at de fullstendig tilpasser seg sine sosiale og kulturelle omgivelser, er man teknologisk naiv. Ingen annen teknologi (med unntak av oljeteknologi) har endret det norske samfunn mer enn datateknologien de siste femti årene” (Hannemyr et al. 2015: 198).

Historisk kan en dele bruken av digitale medier inn tre faser, hvor den første fasen har sitt utspring i 1980-tallet. Datamaskiner på den tiden krevde en bratt læringskurve, hvor brukerne måtte lære seg kommandolinjer med tekst for å styre maskinen. Apple endret dette ved å lansere maskiner med et grafisk brukergrensesnitt. Det grafiske grensesnittet kan sees som en kobling mellom brukeren og programmene, hvor mulighetene blir presentert i form av visuelle representasjoner som ikoner og vinduer, og er det vi fortsatt benytter av oss i dag. Dette var en viktig faktor som gjorde datamaskinen mer funksjonell og brukervennlig, slik at den kunne nå ut til et større publikum (Hannemyr et al. 2015: 9). Andre fase startet på midten av 1990-tallet og nøkkelordet her er internett. Tidligere hadde internettet vært regnet som en liten støttefunksjon til datamaskinen, men dette forholdet var på vei til å snu. For mange ble

internett og dets forlokkende muligheter grunn nok til å skaffe seg en datamaskin, og denne utviklingen fikk store følger for mange ulike samfunnssektorer. Organisasjoner av alle slag startet med omstruktureringer, ofte med internett som den nye ryggraden. Den tredje fasen tiltrådte ved begynnelsen av det nye millenniet og markeres med gjennombruddet for sosiale medier og smarttelefoner, noe som medførte en massiv omveltning av informasjon og kommunikasjon til mobile, og mer personlige internett-plattformer (ibid: 10).

I disse tre fasene kan man også se stegvis hvordan disse utviklingstendensene har hatt store ringvirkninger for handels- og næringsindustrien. Et grafisk grensesnitt bidro til å gjøre datamaskinen til allemannseie og flere begynte å bruke det som et verktøy i hverdagen. På begynnelsen av nittitallet ble internett gjort tilgjengelig for sivile og kommersielle aktører, og det vokste frem brukervennlige programmer og nettlesere som gjorde det stadig enklere å utveksle informasjon. Tidligere var teknologien forbeholdt militære og akademiske miljøer, foruten de spesielt interesserte, men dette var i rask endring. Veksten i antallet internettbrukere var enorm, og spredte seg mange ganger raskere enn både avislesing, radio og fjernsyn (Hylland- Eriksen, 2005: 8).

Nettets umiddelbarhet bidro også til å endre tidsbegrepet, nå kunne man kommunisere med noen på andre siden av jorden og dette åpnet mulighetene for elektronisk handel som ikke var begrenset av åpningstider og fysiske møter, på den måten endret det også kundebehovene - ting skulle skje umiddelbart (Giovannetti, et al. 2003: 23). Den stadige utviklingen av digitale tjenester har ført til en endring i forholdet mellom tjenesteprodusent og deres kunde (Krokan 2015:82). Arne Krokan (2015) bruker begrepet *disintermediering* som en betegnelse på hvordan verdikjeder blir kortere. Årsaken til dette er at man forsøker å fjerne lite lønnsomme mellomledd, og han viser til hvordan ny teknologi kan ha store ringvirkninger for tradisjonelle distribusjonskanaler. Den siste fasen markeres med hvordan mobiltelefoner har blitt stadig viktigere bindeledd mellom oss og omverdenen. Alt dette er med på å skape et fundamentalt skifte i måten banken leverer sine tjenester på, med et stadig større fokus på selvbetjente løsninger (Pikkarainen et al. 2004: 224). Denne prosessen er fortsatt pågående, og i den neste delen vil jeg peke på noen typiske trekk ved banknæringen i dag og hvor den trolig er på vei.

4.1.2 Disruptive trender i finanssektoren

Begrepet disruptiv teknologi ble lansert av økonomiprofessor Clayton M. Christensen, ved Harvard University. Han skiller mellom to typer teknologier. På den ene siden har man den stabile teknologiutviklingen, som kjennetegnes av en opprettholdelse og forbedring av allerede eksisterende produkter. På den andre siden har man disruptiv teknologi som er nyskapingen som forstyrrer den eksisterende markedsflyten og kundebehovet (Christensen, 1997: 15). Et av problemene Christensen påpeker er at infrastrukturen i store firmaer gjør det vanskelig å takle slike store omveltninger. Han ser på banknæringen som særdeles utsatt og er skeptisk til bankens rolle i fremtiden. Han mener at deres rolle vil bli overtatt av IT-selskaper som kan tilby selvbetjente banktjenester. Likevel ser man også at finansnæringen gjør store grep for å forsøke å svare på utfordringene knyttet til disruptiv innovasjon, for eksempel gjennom store investeringer i IT og teknologi (Denning, 2015 og Lorentzen, 2016).

I fjor ga World Economic Forum (WEF) ut sin rapport *The Future of Financial Services* hvor de gransket hvilke innovasjoner som ville ha størst innvirkning på finansnæringen og hvordan dette ville påvirke bransjen i fremtiden (WEF, 2015: 21). For å undersøke dette kom de frem til seks basisfunksjoner som finanstjenester fortsatt må levere, uavhengig av utviklingene i måten de leverer det på (ibid: 12). Mest sentralt for min studie er funnene knyttet til betalingstjenester, og her peker de på flere disruptive trender som påvirker hvordan vi handler, betaler regninger og gjør opp mellom oss. En av hovedtendensene er den gradvise overgangen til et kontantløst samfunn, og noe av årsaken ligger i en stadig større satsning på å bruke mobiltelefonen som betalingsplattform (ibid: 15). Disse disruptive trendene vil ikke være engangshendelser, men snarere noe som skaper et kontinuerlig press på banknæringen om å levere nye, forbedrede tjenester som former kundeadferd, forretningsmodeller og den mer langsiktige strukturen i finansnæringen. Selv om flere deler av finanssektoren er utsatt for denne utviklingen mener WEF at disse disruptive trendene først vil treffe banksektoren, og det er noe vi ser i Norge i dag (ibid: 13).

4.1.3 Det digitale rotteracet

Denne utviklingen ser man tydelig i Norge, som alltid har ligget langt fremme når det gjelder betaling med kort. Mange spår at vi blir et av de første landene som kvitter seg helt med

kontanter (Lorch-Falch, 2014). Virkningen av de disruptive trendene finner vi tydelig i de norske bankenes kamp om å levere den første og beste mobile bankbetalingsløsningen, hvor brukerne kan overføre penger med kun noen få tastetrykk. E24 omtaler det hele som en ”krig om fremtidens betalingsløsninger” og Norges-sjef i Danske Bank mener at vi er ”midt i en revolusjon for betalingsløsninger”. I løpet av kort tid har flere av de store finansaktørene kommet på banen med sine versjoner av tjenesten, slik som DNBs Vipps, Danske Banks Mobilepay og SpareBank 1s MCash (Wig, 2016).

Kolbjørn Haarr, konserndirektør i IT-selskapet Evry omtaler den digitale revolusjonen som et race hvor noen blir vinnere over natten. For etablerte virksomheter blir tempo en viktig differensiator for å ta opp kampen mot innovatørene. En må tørre å kannibalisere egen forretning før andre gjør det, digitalisere kjerneprosesser og redefinere sine kjerneverdier. Harr mener at det er de modige som vinner. I tråd med teori om disruptiv teknologi bør man ikke se fremtiden som en trinnvis oppgradering av fortiden, og derfor må prognoser legges vekk. For å forstå endringene og hva som er suksessfaktorene må man snarere se til fremtidens brukere, de som født etter år 2000 og har hatt iPhone som barnevakt (Haarr, 2016).

Begreper som innovasjon og revolusjon blir brukt om en næring som i lang tid har vært forbundet med sterke tradisjoner. I dette stadig skiftende landskapet er det interessant å avdekke hvordan banken balanserer nytenkning og det å være først ute med nye tjenester, med en målsetting om å få med alle over på en digital plattform. For å bedre forstå hva denne utviklingen betyr for bankkundene og kontaktflatene mellom mottaker og tilbyder vil jeg nå presentere teori om tjenstedesign.

4.2 – Tjenstedesign

“If you would ask ten people what service design is, you would end up with eleven different answers – at least” (Stickdorn & Schneider, 2015: 22).

Service- eller tjenstedesign er ikke en egen akademisk disiplin, snarere en tverrfaglig fremgangsmåte som henter metoder og verktøy fra ulike fagfelt. Feltet er i stadig utvikling, og

derfor finnes det flere ulike definisjoner rundt *hva* tjenstedesign er (ibid). Likevel kan man peke på typiske kjennetegn og hvordan man kan bruke tjenstedesign som et verktøy.

Tjenstedesign er en tilnærming som benyttes i idéfasen for å utvikle nye tilbud eller forbedre eksisterende tjenester (Gloppen, 2012). I både det private og offentlige næringsliv har det blitt vanligere å sette sluttbrukeren i sentrum. Det å forstå kundens behov og opplevelser i møtet med produktet er viktig når det kommer til utformingen av produkter og tjenester. Mange benytter seg av spørreundersøkelser, fokusgrupper og observasjonsstudier som empirisk grunnlag, for å sikre at produktet eller tjenesten møter det reelle kundebehovet og funksjonelle krav (Hannemyr et al. 2015: 187). Når man snakker om brukermedvirkning handler ikke dette kun om å gi kundene en mulighet til å si noe om eksisterende tjenester gjennom enkle spørreskjemaer. Selve utformingen av produktene blir gjort gjennom nøye overveide hensyn til sluttbruker. Kunden blir dermed satt i sentrum for innovasjon og det arbeides med å skape tjenester som er tilpasset kundens behov (ibid).

Denne brukerorienterte tilnærmingen gjør seg også gjeldende i selvbetjente bankløsninger, slik som man finner i nettbank, mobilbank og nyere overføringstjenester som Vipps fra DNB eller mCash fra SpareBank 1. Ved å ha brukeren i fokus kan man belyse hvem banken ser på som sine hovedkunder, hvilke ønsker og forventninger kundene har og hvordan de tilbyr tjenester som kan tilfredsstille disse behovene (Nordlie og Nordvik, 2012). Nøkkelordet i tjenstedesign er kundeopplevelse, og at kunden skal sitte igjen med en positiv følelse etter å ha benyttet seg av tjenesten.

Et godt eksempel på brukerorientert tjenstedesign kan man finne innen tjenester som AirBnB. Her får brukere mulighet til å leie eller dele sitt hjem for reisende over hele verden. For AirBnB var det viktig å utvikle en felles plattformkultur, med delte normer, verdier og gode opplevelser blant brukerne. Dette kaller man for samskaping. En organisasjon trenger ikke gjette seg frem til hva kundene ønsker, men kan heller innlemme dem direkte i innovasjonsprosessen (Hannemyr et al. 2015: 188).

I DNB ser man tegn på at de bruker tjenstedesign aktivt for å tilpasse seg nye trender og fremtidens brukere. På deres hjemmesider finner man nettsamfunnet "Min Ide", hvor alle som vil kan komme med ideer til banken og hvordan de kan forbedre sine tjenester. Dette kan være alt fra design, brukeropplevelse, til nye funksjoner eller tekniske feil (DNB, 2016a). Det å innlemme brukeren som en aktiv del av utviklingsprosessen er et typisk kjennetegn ved

tjenestedesign, og er noe som reiser er relevant spørsmål - hvem er kunden? I virkeligheten finnes det ofte mer enn én kundegruppe, og hver av disse har sine egne behov og forventninger (Stickdorn & Schneider, 2015: 30).

4.2.1 Kontaktflater og kundeopplevelser

Tjenester er ikke-materielle og skapes gjennom interaksjonen mellom en tjenesteyter og kunde, derfor kreves det en genuin forståelse av kunden, som går utover de statistiske beskrivelser og empiriske analyser av deres behov (Stickdorn & Schneider, 2015). For å få en dypere forståelse av kunden, bruker man begreper som *kundereise*, *kontaktflate* og *kundeopplevelser*:

Kundereisen viser til en strukturert og kronologisk oppdeling av kundeopplevelsen i ulike steg (Hannemyr et al. 2015: 188). En tjeneste strekker seg over et tidsrom og det vil være nyttig å kartlegge denne reisen fra A til Å. Sekvensene i en tjeneste kan ses omtrent som en film, hvor det er viktig at bestanddelene følger en viss rytme og har koherens. Hvis innsjekkingen på en flyplass tar for lang tid kan det påvirke humøret til kundene og de kan reagere med kjedsomhet og irritasjon. På den andre siden kan man bli stresset om man blir hastet gjennom sikkerhetssjekken (Stickdorn & Schneider, 2015: 32). Eksempelet åpner for interessante hypoteser når det knyttes til digitaliseringen av banknæringen i møtet med eldre kunder. Hva er viktig for eldre når de bruker digitale banktjenester? Står behovet for at en tjeneste skal være rask og lettvinnt like sentralt, eller er det andre faktorer som spiller inn?

En brukeropplevelse skapes gjennom et helt tjenesteløp, som ofte består av flere ulike *kontaktpunkter*. Kontaktpunkt eller kontaktflate kan kort defineres som den interaksjonen en bruker har med en tjeneste, og viser til grensesnittet der kunden og tjenesteleverandøren møter hverandre (Difi, 2016 og Hannemyr et al. 2015: 188). En deler gjerne disse kontaktflatene opp i to hovedkategorier: Den første kategorien av kontaktflater er fysiske produkter, tjenester eller lignende. Et eksempel kan være en brosjyre med informasjon om et gitt produkt (Difi, 2016). Den andre kategorien er de immaterielle tjenestene, slik som en nettside, kundeservice og lignende. Tidligere var bankkontoret en sentral fysisk kontaktflate i manges liv, men digitaliseringen har ført til at stadig flere betaler regningene fra sitt eget hjem. Nye kontaktflater har kommet til, og andre har i stor grad forsvunnet. Ny teknologi kan

gi kostnadsreduksjoner, skape bedre tjenester og viktigst av alt kan det bedre kundeopplevelsen. Noen foretrekker ansikt til ansikt-kommunikasjon, mens andre setter pris på effektiviteten i sentraliserte, digitale løsninger. (Nordlie og Nordvik, 2012: 23).

Et aktuelt spørsmål kan være å se på hvilke kanaler DNB velger å kommunisere, og hvordan de gjør det. Det kan for eksempel være slik at noen bruker kundeservicetjenesten på telefon for å få hjelp til tekniske problemer. Hvordan kundene opplever denne tjenesten, vil påvirke hvordan de opplever DNB. Dette er en av årsakene til at kontaktflater står sentralt i tjenestedesign, der det er viktig å tilby en konsistent tjeneste i alle interaksjonene med brukeren. Hvis en av kontaktpunktene gir en negativ erfaring, vil det påvirke hvordan en kunde ser på bedriften i sin helhet (ibid).

Kontaktpunktene bidrar til å forme hvordan en bruker opplever en tjeneste, både rent funksjonelt og emosjonelt (Difi, 2016). Kontaktpunktene og delene av kundereisen bidrar til å forme en total *kundeopplevelse*.

”Design av tjenester krever tverrfaglig kompetanse. Et samspill mellom bedriftens og designernes kompetanse, kunnskap, metoder og teknikker er vesentlig for å skape tjenester som dekker brukernes funksjonelle og emosjonelle behov” (Gloppen, 2012).

Denne brukersentrerte måten å tenke på krever at man har tid og ressurser til å samle reell dokumentasjon om hvordan kundene opplever kundereisen. Derfor kan det være fristende å gjøre antakelser, fremfor å snakke med kunder og systematisere deres opplevelser (Hannemyr et al. 2015: 188). Samtidig kan det å bruke tradisjonelle verktøy som markedsundersøkelse hindre at man får en riktig forståelse for kunden. Brukere kan ha vanskeligheter med å uttrykke sine behov hvis det bare måles gjennom å krysse av forhåndsdefinerte valg på et spørreskjema (Brown 2009).

Tjenestedesign har stor relevans for min oppgave av flere grunner: Først og fremst ser man at tjenestedesign har blitt et viktig ledd i hvordan banknæringen går frem for å svare på det økende press som digitale innovasjoner og disruptive trender fører med seg. Videre gir den innsikt i hvordan brukerne har fått en mer aktiv rolle å forme fremtidens bank. Samtidig belyser teorien også det problematiske aspektet med en slik brukerorientering. Tjenester i

banken er universelle, men et av hovedmomentene i teorien er at brukere er forskjellige og har derfor ulike behov. Det vil derfor være interessant å se hvordan DNB møter denne utfordringen.

Det at tjenstedesign kjennetegnes av en tverrfaglig tilnærming, gjør det mulig å kombinere den med både TAM, sosialgerontologi og kvalitative dybdeintervju med eldre, som jeg vil legge frem i de neste kapitlene. Intervjuformen er velegnet for å dokumentere hvordan kundene opplever kundereisen og sosialgerontologien kan gi bedre innsikt i de eldres erfaringsverden og hvordan de opplever den markante endringen i bankenes kontaktflater. Videre kan TAM bidra til en bredere forståelse av hvilke subjektive faktorer som spiller inn når man tar i bruk ny teknologi. Jeg vil nå presentere hovedmomentene i denne modellen.

4.3 Technology Acceptance Model

4.3.1 Hovedtrekk ved TAM

Jeg vil nå gjøre rede for hovedmomentene i technology acceptance model (TAM) som jeg presenterte i kapitlet om tidligere forskning (Pikkarainen et al. 2004). Modellen brukes for å forstå hvordan en ny bruker aksepterer og anvender ny teknologi. Verktøyet ble først lansert i 1989 av Fred Davis, i en tid da datamaskiner virkelig gjorde sitt inntog både i de private hjem og på arbeidsplassen. Forskning som forklarte hvordan og hvorfor teknologien ble tatt i bruk var svært begrenset og det som fantes var av lav kvalitet (Davis, 1989: 319). Hensikten med denne modellen var å skape et måleinstrument som kunne forutsi og forklare bruk av ny teknologi og hvorfor noen produkter ble akseptert mens andre ble forkastet (ibid: 320). Davis peker på to sentrale faktorer som spiller inn, den første er *opplevd nytte*. Hvis noen tror et digitalt verktøy kan hjelpe de i dagliglivet er det større sjanse for at de tar det i bruk. Den andre faktoren som spiller inn er *opplevd brukervennlighet*: selv om noen kan se nytten ved å ta bruk teknologien, kan de vurdere den som for vanskelig å lære seg (ibid). Opprinnelig var modellen ment for å undersøke hvordan teknologi ble opptatt på arbeidsplasser, men som vi så i eksempelet fra tidligere forskning har modellen overføringsverdi til andre settinger.



Figur 3: Technology acceptance-model (Venkatesh & Davis, 1996: 453).

Nøkkelordet for begge disse faktorene er den *opplevde* følelsen av teknologien. Hvordan teknologien faktisk er og hvordan den fungerer rent teknisk spiller ikke en viktig rolle i denne teorien, men det er snarere hvordan den oppleves av brukerne, noe som igjen avhenger av erfaring, alder og kjønn. Dermed passer den godt til å undersøkes gjennom kvalitative dybdeintervjuer der poenget er å få innblikk i informantenes følelsesliv. I Nøhr (2006) sin studie var for eksempel en av hovedårsakene til at eldre ikke tok i bruk nye digitale tjenester at de følte seg for gamle. Likevel var det svært få som sa de hadde problemer med å bruke de digitale verktøyene når de først hadde lært seg de. En hypotese er dermed at det ofte ikke er teknologien i seg selv som er for vanskelig, snarere de tankene man har om teknologien som setter sperre. Dette kan man igjen knytte til teori om sosialgerontologi (Daatland, 2000) som jeg kommer tilbake til i neste del, hvor de peker på nedvurderingen av egne evner ofte stammer fra forventinger som eksisterer latent i samfunnet.

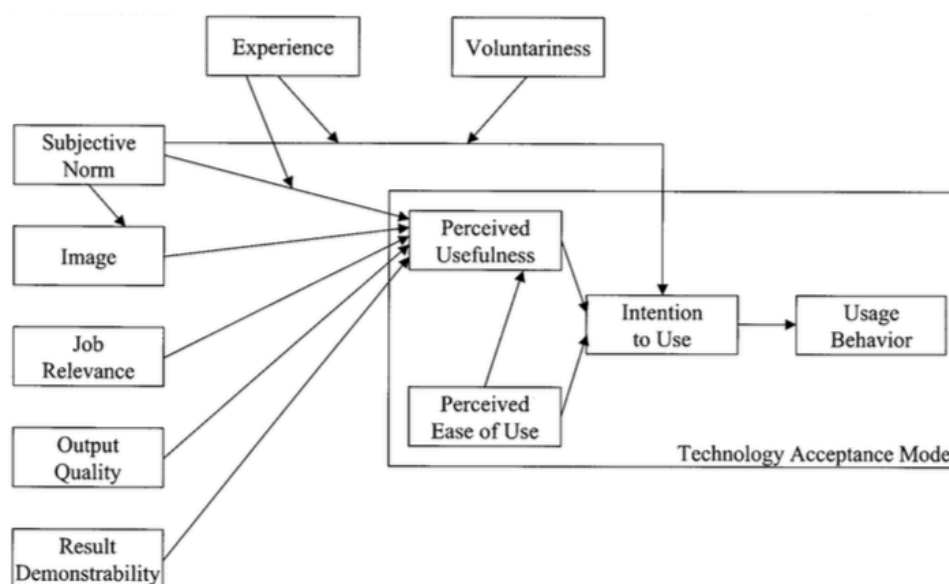
I Davis sin studie undersøker han hovedsakelig hvordan e-post systemet oppleves og brukes av ansatte på forskjellige arbeidsplasser. Her stiller han spørsmål om hvorvidt e-mail anses å effektivisere og forenkle arbeidsdagen (Davis, 1989: 331). På den tiden var bruken av digitale verktøy ikke like utbredt og i tillegg var de grafiske brukergrensesnittene i sin spede barndom (Hannemyr et al 2015: 9). Derfor har nok det konkrete innholdet i denne studien en mindre grad av gyldighet i dag. En skal lete lenge for å finne arbeidsplasser hvor e-mail ikke er en sentral del av den digitale hverdagen. I tillegg har grafiske grensesnitt kommet en lang vei. Likevel ser det ut til at modellen Davis introduserte fortsatt har gyldighet. De to variablene *opplevd nytte* og *opplevd brukervennlighet* kan bidra som forklaring på hvorfor noen velger å benytte seg av ny teknologi- eller ikke. I ettertiden har TAM fått en betydelig teoretisk og

empirisk støtte (Venkatesh & Davis, 2000: 186), noe som har ført til at modellen har blitt gjenopptatt og videreutviklet i samarbeid med andre forskere i de senere årene.

4.3.2 Nyere versjoner av TAM

En ny og tilpasset versjon av TAM ble presentert i år 2000 av Venkatesh og Davis. Hovedmålet med denne nye modellen var å innlemme flere sentrale faktorer som påvirker den opplevde nytten, samt vise hvordan disse faktorene utviklet seg i takt med bruken av teknologien (Venkatesh & Davis, 2000: 187). Modellen kaller de enkelt nok for TAM2.

Figure 1 Proposed TAM2—Extension of the Technology Acceptance Model



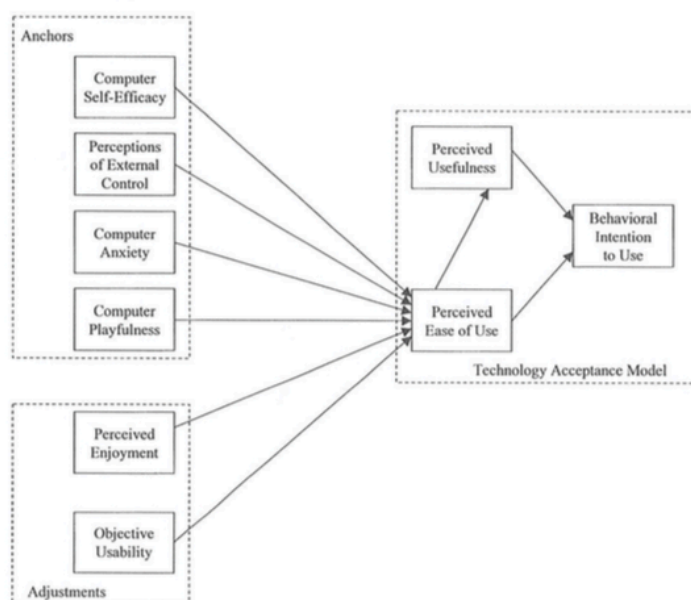
Figur 4: Proposed TAM 2 – Extensions of the Technology Acceptance Model (Venkatesh & Davis, 2000: 188).

I TAM2 er det tre sosiale krefter som i samspill påvirker hvorvidt en person tar i bruk eller forkaster ny teknologi, de tre er: subjektive normer, frivillighet ved bruk og eget selvbilde. Subjektive normer handler om ekstern sosial påvirkning, altså at man handler i tråd med det man tror er forventet (Venkatesh & Davis, 2000: 187). Effekten av den sosiale påvirkningen svekkes når en person får erfaring med å bruke teknologien. Når implementeringen er gjennomført og brukeren selv kan erfare styrken og svakhetene til et system, avtar den normative påvirkningen (ibid: 190). Subjektive normer vil derfor ha størst effekt før og i starten av anvendelses-prosessen. Ifølge teorien kan det sosiale miljøet fungere som pådrivere

for å prøve ut teknologien, og det vil være interessant å utforske om det påvirker bruken av nettbank blant mine informanter.

TAM2 presenterer også noen kognitive faktorer som går mer på indre vurderinger hos personen. Disse faktorene kan i stor grad knyttes til konteksten man finner på arbeidsplassen, og er delvis inspirert av teori innen arbeidsmotivasjon (Venkatesh & Davis, 2000: 190). Jeg velger derfor å ikke presentere dette ytterligere, da jeg anser det som mindre relevant for min oppgave.

I tillegg til TAM2, har Venkatesh (2000) også forsøkt å forklare de bakenforliggende faktorene som påvirker den *opplevde brukervennligheten*. Her er det en rekke faktorer som spiller inn, og jeg vil nå presentere de tre jeg mener er mest aktuelle for min oppgave. Den første faktoren er indre motivasjon som man kan knytte til begrepet ”computer playfulness”, altså om man synes det å bruke datamaskinen er gøy i seg selv. Den andre faktoren er ”computer anxiety” som handler om angst og usikkerhet rundt bruk av datamaskin. Den siste er ”computer self-efficacy” som kan oversettes til mestringstro. De som har digital kompetanse har gjerne en større tro på at de også vil kunne håndtere ny digital teknologi (Venkatesh 2000: 345).



Figur 5: Theoretical Model of the Determinants of Perceived Ease of Use (Venkatesh 2000: 346).

Populæriteten til Davis sin forskning har ført til at den har blitt tilpasset og utvidet på mange måter. I tillegg til stadig oppdaterte versjoner av den originale versjonen av TAM, finnes det et stort antall tilpassede modeller som tar for seg alt fra bruk av faksmaskin til IT-tjenester på sykehus (Chuttur, 2009). Dette mangfoldet gjør det også nødvendig for meg å plukke ut de faktorene jeg mener best kan fange opp brukeraksept og anvendelse blant eldre nettbankbrukere.

4.3.2 Kritikk av TAM

Davis (1989) påpeker at mer forskning er nødvendig for å undersøke hvordan andre variabler kan sees i sammenheng med opplevd nytte og brukervennlighet. Den første versjonen av modellen tar for eksempel ikke høyde hvordan indre motivasjon kan være en medvirkende årsak for å forklare bruk av ny teknologi. Der opplevd nytte handler om resultatene bruken kan gi deg, handler indre motivasjon om den gleden og engasjementet en føler i selve læringsprosessen (Davis 1989: 334). Dette kritikken har jeg forsøkt å møte ved å også innlemme Venkatesh (2000) sin utvidede modell av opplevd brukervennlighet som bedre fanger opp hvordan følelser og indre motivasjon spiller inn. I denne sammenhengen handler det nok mye om personlige egenskaper, og målet i min studie blir derfor også å tegne et rikt bilde av de eldre informantene slik at dette blir mer synlig.

TAM sier ingenting om *hvordan* man utvikler teknologi som er enkel å bruke og heller ikke noe om hvordan man kan gjøre den bedre. Dette er heller ikke hovedmotivasjonen i min oppgave, men kombinert med tjenstedesign gir det et bedre bilde av hvordan teknologien mottas av eldre brukere. For å få en større forståelse for de utenforliggende årsakene som påvirker bruken av digitale banktjenester for eldre vil jeg nå presentere teorien om sosialgerontologi.

4.4 Sosialgerontologi

Som tidligere nevnt er sosialgerontologi læren om normal aldring i samfunnet. Samfunnet vårt er et aldrende samfunn, stadig høyere levealder kombinert med lave fødselstall gjør at andelen eldre er i stor økning. I 1950 var åtte prosent av befolkningen over 67, mens dette tallet nå anslås å stige til 21 prosent innen 2050 (Forskning.no, 2009). Alderdom omtales ofte

som en byrde i det sen-moderne samfunnet, og utviklingen blir ofte negativt referert til som en «eldrebølge».

Kunnskap om aldring og Eldres livsvilkår er viktig av mange årsaker. Først fordi det er en naturlig og universell prosess som berører oss alle. Aldring er et grunnvilkår som alle mennesker må forholde seg til. Videre kan man se viktigheten av at en stigende andel av befolkningen blir eldre, noe som også betyr at man tilbringer en stadig større del av livsløpet som gammel (Daatland, 2000: 22).

På bakgrunn av dette presenterer jeg videre noen hovedlinjer innen sosialgerontologi, et forskningsfelt som tar for seg psykologiske og sosiale sider ved aldring og som har skapt et økt fokus rundt voksenlivet. Videre vil jeg vise hvordan det kan være relevant som en bred ramme for min oppgave. Jeg vil påpeke at gerontologien representerer et stort fagfelt, med mange ulike innfallsvinkler, og min presentasjon vil derfor kun reflektere et lite og forenklet bilde av dette teorilandskapet.

4.4.1 Hovedtrekk ved gerontologi

Gerontologi er læren om aldring og eldre. Aldringen påvirkes langs et mangfold av dimensjoner og samspill mellom ulike prosesser, både biologiske, psykologiske, sosiale og kulturelle (Daatland 2000: 20). Det vil være naturlig å fokusere på de sosiale sidene ved aldring, da dette kan gi en dypere forståelse av de eldre informantene og deres livsverden. Daatland (2000: 20) definerer aldring som de normale og aldersrelaterte endringene som hører med til den midtre og senere delen av livet.

En skiller mellom primæraldringen, som er de naturlig og uunngåelige aldersforandringene som er bestemt av arvemassen, og sekundæraldring, som peker på de aldersrelaterte endringene som er et resultat av ytre faktorer og miljøpåvirkning. Et viktig moment er at biologisk alder, altså hvor gamle vi er, ikke trenger sammenfalle med hvordan man fungerer, eller hvor gammel man føler seg. Aldringsprosessen kan også påvirkes av både psykologiske og sosiale faktorer (ibid: 14).

Psykologisk aldring kan kort forklares som endring i evne til tilpasning og mestring, mens *sosial aldring* kan defineres som endringene i de sosiale roller og forventningene som følger med alderen (ibid 20). Samspillet av disse faktorene gjør det vanskelig å sette en tydelig grense for når vi skal regnes som eldre. En ser også at den samfunnsmessige

definisjonen av alder har endret seg i Norge de siste 25 årene. Stadig flere lever lengre liv samtidig som den gjennomsnittlige pensjonsalderen har gått ned. Dette fører til at det har vokst frem en ny periode i livet i folks bevissthet, hvor man er eldre men enda ikke gammel. Dette har ført til at kategorien eldre nå nærmest omfatter to generasjoner, og et stort aldersspenn. Derfor har flere forskere begynt å dele opp i ”yngre eldre” og ”eldste eldre” for å forklare denne variasjonen i år og funksjonsnivå (ibid: 19).

4.4.2 Sosial aldring

I min oppgave ønsker jeg hovedsakelig å vektlegge hvordan sosiale prosesser påvirker eldres forhold til digitaliseringen og bruk av digitale bankløsninger. Det er viktig å påpeke at fysiske og biologiske faktorer også kan påvirke bruk og holdninger til ny teknologi. For noen kan synet være en hindring som gjør at de ikke klarer å orientere seg i nettbanken. Personlighet, forstått som delvis arvelige, vedvarende disposisjoner kan også spille en viktig rolle. Enkelte personer er mer åpne for nye opplevelser og er nysgjerrige, mens andre motsetter seg endring og kvier seg for å lære nye ting (Daatland, 2000: 68).

Delingen mellom psykologisk og sosial aldring er også noe flytende, og derfor vil det være vanskelig å skille ut dette helt fra hverandre (ibid, 119). Med sosial aldring sikter man til det samfunnsmessig definerte livsløpet, der individer klassifiseres etter alder og tildeles roller og egenskaper i kraft av det (ibid, 95).

Holdninger kan sees som filtre som styrer hvordan vi fortolker personer og hendelser. Har man stor tillit til noen kan de bli påvirket til å leve opp til forventningene, på andre siden kan nedvurderinger gjøre at en ”lever ned” til forventningene. Sosiologen Erving Goffman (2013) forklarer denne prosessen som et resultat av stigmatisering, og som tidligere nevnt kan aldring og fordommer rundt dette kan skape en nedvurdering fra andre. Robert Merton (2000) kaller dette for en *selvoppyllende profeti*, der den som blir sosialt stemplet som noe internaliserer eksterne forventninger (Daatland 2000: 108). En kan trekke tråder fra dette til TAM jeg presenterte i forrige kapittel, der sosiale krefter spiller sammen for å forklare hvorfor noen velger å bruke en ny teknologi eller ikke. Her er *internalisering* og *sosiale normer* to nøkkelbegreper (Venkatesh & Davis, 2000). Videre kan man se dette i lys av Nøhr (2006: 69) sin studie, der 91 prosent av de eldre oppga at de føler seg for gamle som hovedårsaken til at de var usikre på eller ikke ønsket å bruke datamaskin. Derfor mener jeg

det er relevant å presentere noen hovedteorier innen sosial aldring for å kunne forstå mer av hvordan det samspiller med anvendelse av teknologi og holdninger til digitalisering.

Innen sosialgerontologien er det stor enighet om at høyere alder sammenfaller med mindre sosial deltakelse og aktivitet (Daatland, 2000: 163), og man kan peke på noen hovedteorier som har bidratt til å forme feltet slik det ser ut i dag. *Tilbaketrekningsteorien* bygger på ideen om en gjensidig tilbaketrekningssprosess mellom eldre og samfunnet. Det aldrende individet vil naturlig trekke seg tilbake fra sosiale roller og denne løsrivelsen blir igjen understøttet av samfunnet som løsner båndene til eldre. Teorien har i etterkant blitt mye kritisert for det tankegodset den representerer og hvordan den fremstiller prosessen som en harmonisk, indrestyrt og nærmest naturlig utvikling (Daatland 2000, 121).

I kjølevannet av denne kritikken blomstret det frem et alternativt teoretisk paradigme – *aktivitetsteorien*. Interessant nok var både tilbaketrekningsteorien og aktivitetsteorien resultatet av et større forskningsprosjekt om voksenlivet ved Universitetet i Chicago. Aktivitetsteorien er på mange måter en sammenfatning av kritikken rettet mot tilbaketrekningsteorien og ble lansert av andre forskere som også deltok på prosjektet. Forskerne var stort sett enige i observasjonene som ble gjort, men ikke i konklusjonene. Der tilbaketrekningsteorien viste til indrestyrte prosesser for å forklare sosial aldring, viste aktivitetsteorien til ytre faktorer. Samtidig la aktivitetsteorien vekt på aktivitet og engasjement, fremfor tilbaketrekning som en sentral faktor til et godt liv i eldre år (Daatland, 2000: 122). Historien bak denne rapporten er interessant fordi den viser hvordan data kan fortolkes svært forskjellig, avhengig av hvordan man stiller seg i teorilandskapet. Forskerens subjektive rolle vil jeg komme nærmere tilbake i metodekapittelet.

Aktivitetsteorien vektlegger betydningen av ytre faktorer som legger begrensninger på de eldre. Det er derfor viktig å legge til rette for aktivitet og sosial deltakelse også i eldre år. Teorien har blitt kritisert for kun å fremme helse og aktivitet som de viktigste verdiene og at den legger lite vekt på kvaliteter som hvile og ro (Daatland, 2000: 122).

Begge disse hovedparadigmene preges av en endimensjonal tankegang der aldring er noe som skjer med folk. I aktivitetsteorien blir ofte individet sett som et passivt offer for ytre påvirkning, mens i tilbaketrekningsteorien ser man individet som ”forhåndsprogrammert” til å naturlig trekke seg tilbake. Individet blir dermed fremstilt som et objekt uten vilje fremfor å sees som en fritt handlende aktør. Noen år senere kom kontinuitetsteorien som forsøkte å

fylle hullet mellom de to paradigmene. I denne teorien tar man utgangspunkt i at det finnes mange måter å leve et godt liv som gammel, og det legges en større vekt på individuelle forskjeller knyttet til aldring, behov og livsløp. Likevel er man enige om at det viktigste er å opprettholde en viss grad av kontinuitet og sammenheng i sitt eget liv (ibid).

Sosialgerontologien gir ingen klare svar på hvorfor eldre ofte er mindre aktive deltakere i samfunnet. Men likevel kan hovedmomentene presentert her bidra til en større forståelse av hvordan både indre og ytre faktorer kan påvirke deres forhold og bruk av digitale tjenester. Videre illustrerer sosialgerontologien og dens historie hvorfor forskning på eldre er et viktig fokusområde. I Norge utgjør eldre en stor og stigende del av befolkningen og den forventede levealderen har økt med cirka 30 år i løpet av de siste århundret (Daatland, 2000: 23). Det er også en rekke problemer forbundet med aldring, slik som sviktende helse og økt avhengighet av andre. Det er derfor viktig å kunne utvikle tilbud som kan kompensere for problemene som kan oppstå i eldre år (ibid). Opplæring i nettbank og digitale banktjenester representerer et viktig ledd for mange eldre for å opprettholde en følelse av selvstendighet og kontroll. Videre kan ny forskning bidra til en mer nyansert fremstilling av denne store og varierte gruppen vi kaller for eldre.

5. METODE

5.1 Kasus-studie

I dette kapitlet gjør jeg rede for mine metodiske valg, og hvordan de bidrar til å forme datainnsamlingen. For å gjennomføre oppgaven benytter jeg meg av kasus-studie som overordnet forskningsdesign. En slik fremgangsmåte kjennetegnes av et undersøkelsesopplegg der man gjør dyptgående studier av få antall enheter. I kasus-studier studerer man som oftest fenomener i sin naturlige sammenheng, og baserer seg på flere ulike datakilder. Analysen avgrenser seg til å gjelde én eller flere enheter som representerer studiens kasus (Thagaard, 2009: 49). Typiske kasus-studier er forskning på geografiske områder, institusjoner, personer eller prosesser (Østbye et al. 2013: 236). Min studie tar for seg den bestemte prosessen digitalisering av banktjenester, sett i sammenheng med den mer generelle digitaliseringen vi ser i dagens samfunn. For å avgrense dette ytterligere har jeg valgt ut DNB, som en institusjon som representerer banknæringen.

Innledningsvis skrev jeg om debatten knyttet til DNB og deres nedleggelse av filialer. Her var det særlig tre aktører som var fremtredende: DNB, interesseorganisasjonen Seniorsaken og generelt eldre bankkunder. I kjølvannet av denne mediedebatten inviterte kommunikasjonsdirektør i DNB, Even Westerveld, Seniorsaken til et møte for å orientere om deres planer for å betjene eldre kunder i fremtiden (Svanemyr, 2016). Det var rundt dette tidspunktet jeg kontaktet Seniorsaken om et mulig samarbeid og fikk høre om DNBs tiltak for å få flere eldre over på digital plattform. Jeg bestemte meg for å bruke denne saken som bakgrunn for min studie og undersøke hvordan DNB arbeider med å nå ut til eldre kunder. I tillegg vil jeg også innlemme Seniorsaken og eldre kunder for å bedre forstå hvordan digitaliseringen av banktjenester og kommunikasjonen rundt dette blir mottatt av den eldre målgruppen. Målet er at dette skal gi dypere innsikt i en problemstilling som dukker opp flere steder, både i banknæringen og i samfunnet generelt. Dette er i tråd med tanken om at kasus-studier bør ha et undersøkelsesopplegg som søker å oppnå kunnskap utover den empiriske enheten man fokuserer på, og på den måten har studien en grad av *overførbarhet* (Thagaard, 2009: 211). Jeg vil nå gi en kort kasus-beskrivelse hvor gir mer informasjon om DNB, Seniorsaken og tiltaket DNB gjør for opplæring av eldre kunder.

5.1.1 Kasus-beskrivelse

Den Norske Bank (DNB) er Norges største og et av Nordens største finanskonsern målt i markedsverdi. De tilbyr alle mulige finansielle tjenester for både person- og bedriftskunder. I tillegg har de Norges største nettbank med 1,9 millioner brukere. Historien til DNB strekker seg tilbake mer enn 190 år med etableringen av Christiania Sparebank i 1822. DNB slik selskapet fremstår i dag, er et resultat av en rekke fusjoner med blant annet Postbanken og Gjensidige NOR (DNB, 2016b). Selskapets største aksjonær er Den Norske Stat, med en eierskapsandel på 34 prosent. I rollen som Norges største bank og delvis statseid aktør har DNB et tydelig samfunnsansvar, noe de også kommenterer på sin hjemmeside:

”Som Norges største bank bidrar vi sterkt til å fylle den norske finansnæringens samfunnsrolle. (...) Ingen annen næring har så mange kontaktpunkter ut mot den norske befolkningen som finansnæringen. Med en så sentral rolle i samfunnet har vi et betydelig ansvar. Det ansvaret tar vi alvorlig (DNB, 2016b).”

DNBs lange historie har gjort selskapet til en sentral aktør i det norske samfunnet, og banken har en viktig plass i manges liv. Derfor er DNB et aktuelt og viktig kasus for å illustrere hvordan digitaliseringen påvirker bransjen og hvordan bransjen velger å møte disse utfordringene.

Seniorsaken er en interesseorganisasjon som ble stiftet i 2002 med mål om å bekjempe aldersdiskriminering og negative holdninger til alderdom. Samtidig ønsker organisasjonen å øke eldres innflytelse i politikken, samfunnet og yrkeslivet. Målsettingen er å være et talerør for seniorennes sak. Med om lag 15 000 medlemmer er de i en posisjon til å gi bred innsikt i de utfordringene og mulighetene som er knyttet til eldre og digitalisering (Seniorsaken, 2016).

Opplæring av eldre i digitale banktjenester er ikke noe nytt, men har foregått både i bankfilialer og seniorsentre i mange år. Dette kasuset kretser særlig rundt DNBs satsning mot opplæring av eldre bankkunder, som innbefatter kursing av eldre samt distribusjon av en

brukermanual for nettbanktjenester. I denne kasus skal jeg også intervjuere eldre som bruker DNB for å få innblikk i denne store og varierte kundegruppen.

5.2 Kvalitativ og kvantitativ forskning

Kvalitativ og kvantitativ forskning regnes som de to hovedparadigmene innen samfunnsvitenskapelig forskning. De to formene har grunnleggende forskjeller når det kommer til hvordan man fremskaffer empirisk materiale og hvilken måte man analyserer disse dataene på (Tjora, 2010:15). Kort sagt kan man si at kvalitativ forskning handler om å fremheve prosesser og mening som ikke kan måles gjennom kvantitet eller frekvenser. Det er derfor viktig å gå i dybden på et mindre antall enheter som kan gi mye informasjon. I kvantitativ forskning er en av hovedmålene å oppnå en form for måling og statistisk generalisering, derfor er man avhengig av større utvalg (Thagaard, 2000: 17). Tjora (2010) påpeker at det i mange tilfeller kan lønne seg å kombinere kvalitative og kvantitative metoder. Grunnet min oppgaves begrensede omfang vil jeg først og fremst basere meg på kvalitativt dybdeintervju. Men min gjennomgang av tidligere forskning og presentasjon av statistiske data bidrar samtidig til å sette funnene mine inn i en større kontekst.

Sosiolog Aksel Tjora (2010: 147) foreslår å bruke dokumenter som tilleggs-kilde, da det kan fremskaffe relevant data utover det man gjør i egen datagenerering. Dokumenter kan gi et tidsbilde og styrke forskerens historiske følsomhet, ved at nåtidige fenomener forstås i sammenheng med den historiske utviklingen (ibid: 150). I del 6.2 av analysen vil jeg sammenholde offentlige uttalelser fra banknæringens representanter med begreper hentet fra teorikapitlet. Målet er at dette vil gi en bredere beskrivelse av endringene i banknæringen, som danner bakteppet for mine informantsamtaler. Dette materialet vil omfatte søk i offentlige kilder som aviser, nettaviser, pressemeldinger og lignende.

5.3 Semi-strukturert dybdeintervju

Dybdeintervjuet kjennetegnes ved at den som intervjuer forsøker å skape en fri samtale som kretser rundt en del sentrale temaer en har bestemt på forhånd. En slik induktiv metode preges av en eksplorerende og empiridrevet fremgangsmåte (Tjora, 2010: 16). Innsamlingen av dataene skjer gjennom kvalitative semi-strukturerte intervjuer, der temaene som tas opp er

definert på forhånd, gjerne med en intervjuguide med spørsmål som skal svare på problemstillingen. Samtidig er strukturen såpass fleksibel at man kan forfølge overraskende innspill med oppfølgingsspørsmål (Østbye et al. 2013: 105).

Jeg legger opp til en slik studie, fordi den vil kunne fange opp momenter i intervjuet jeg ikke hadde tenkt ut på forhånd (jf. Miller og Glassner, 2011: 132). Samtidig er det viktig å få innblikk i de eldres sosiale erfaringsverden, og interessante momenter kan hentes fra både DNB og Seniorsaken. I forkant av intervjuene har jeg utviklet tre intervjuguides, for henholdsvis DNB, Seniorsaken og de eldre informantene. Alle tre guidene kretser rundt de samme temaene, men er tilpasset de ulike informantenes rolle og erfaringsgrunnlag, slik at jeg får en bredest mulig forståelse av kasuset – DNBs kommunikasjon med de eldre. Mine intervjuguides er relativt utfyllende, med en klar struktur og temainndeling. Temaene i intervjuguidene til DNB og Seniorsaken omhandlet ting som: *Samarbeidet mellom DNB og Seniorsaken, endringer i banknæringen, kjennetegn ved eldre som bankkunder og tiltak for eldre*. I guiden til de eldre informantene legger jeg en større vekt på *bruk av digitale banktjenester, tanker rundt digitaliseringen, forholdet til banken og generelt det å bli eldre* (Vedlegg 2).

5.4 Datautvalg og gjennomføring

5.4.1 Strategisk utvalg

I kvalitative studier er det vanlig å basere seg på strategiske utvalg, som vil si at man velger informanter basert på deres egenskaper eller kvalifikasjoner som kan belyse problemstillingen og undersøkelsens teoretiske perspektiver (Thagaard, 2000: 55). En stor utfordring når man gjennomfører kvalitative intervjuer er å sikre gode nøkkelinformanter som er representative for det temaet man ønsker å undersøke. I en masteroppgave har man ikke ubegrensede ressurser når det kommer til tid og penger. Det er derfor essensielt å gjøre godt forarbeid, der man ikke bare fokuserer på antallet intervjuer, men snarere på den informasjonen de kan gi. Det kan derfor være lønnsomt å bruke strategisk utvalg fremfor tilfeldig utvalg. Det var viktig for meg å finne informanter som kunne belyse problemstillingen fra ulike sider.

Mine informanter er:

- **Cecilie Kirsebom-Aronsen, DNB.**

Cecilie Kirsebom-Aronsen er prosjektleder for den nye satsningen DNB gjør for eldre kunder, og er derfor en viktig nøkkelinformant. Siden hun snakker på vegne av sin funksjon i DNB ble vi enige om at hun ikke skulle anonymiseres.

- **Christin Engelstad, kommunikasjonssjef i Seniorsaken.**

Christin Engelstad arbeider for Seniorsaken, en interesseorganisasjon som sikter på å være et talerør for de eldre. Organisasjonen har cirka 15 000 medlemmer og det vil dermed være interessant å høre hennes erfaringer med eldre og utviklingen i banknæringen. På samme måte som med Kirsebom-Aronsen velger jeg å ikke anonymisere Engelstad, da hun snakker på vegne av sitt arbeid for Seniorsaken. Dette gjøres med samtykke fra Engelstad.

- **Fire eldre bankkunder**

Det var også viktig for meg å innlemme eldre informanter, slik at det ikke bare var noen andre som talte for dem. Den tidligere forskningen viser at det finnes store variasjoner blant eldre, spesielt når det gjelder bruk av digitale tjenester. For eksempel kan en nylig pensjonert ingeniør ha helt andre forutsetninger enn en husmor på over 80 år, som aldri har hatt et yrke som har krevd teknisk datakunnskap. Statistikken fra Dagligbankundersøkelsen og Statistisk Sentralbyrå sier ikke noe om *hva* de eldre tenker om digitaliseringen av banken og hvordan de opplever banktjenestene. Jeg ønsker å intervjuere eldre for å få bedre innsikt i denne store gruppen mennesker.

For å undersøke dette satt jeg opp to strategiske kriterier for mine eldre informanter:

1. *De bruker digitale banktjenester fra DNB.* Dette valget tok jeg for at informantenes utsagn skal ha gyldighet i kasuset knyttet til DNB. Videre ønsker jeg å intervjuere mennesker som bruker nettbanken og dermed har noe å si om de digitale tjenestene.

2. *De er over 67 år.* Jeg satt dette som nedre aldersgrense fordi det er rundt denne tiden de fleste går av med pensjon og betegnes som ”eldre”. Dette er viktig fordi jeg ønsker å undersøke den eldre delen av befolkningen, mennesker som har vært nødt til å lære seg å bruke internett i en høyere alder. I tillegg ønsker jeg å finne friske personer, hvor fysiske faktorer, som motoriske evner og dårlig syn ikke påvirker internettb Bruken. Hvordan fysiske faktorer påvirker bruken av nettbank og lignende er noe som ligger utenfor min oppgave.

informantene ble innhentet ved en kombinasjon av bekvemmelighetsutvalg – altså et utvalg basert på forskerens tilgang til informanter (Tjora, 2010) - og snøballmetoden, som går ut på at man spør en informant om han eller hun kjenner noen med tilnærmet de egenskapene som er relevante for undersøkelsen (Thagaard, 2000: 56). Ved å spørre bekjente om eldre slektninger var villige til å la seg intervju, og videre spørre informantene om de kjente til andre aktuelle kandidater, endte jeg til slutt opp med fire eldre informanter. De eldre informantene har blitt anonymisert og jeg har fjernet spesifikke kjennetegn knyttet til arbeidsplass og lignende. De anvendte navnene er fiktive. Informantene blir nærmere presentert i seksjon 6.1.

5.4.2 Datanalyse

Proessen med å analysere dataene bør reflektere forskningsdesignet. Jeg har vist hvordan avhandlingen følger en type eksplorerende design, samtidig som den henter inspirasjon fra tidligere forskning på feltet. Ofte er det slik at kvalitative studier er preget av et slikt samspill mellom induktiv og deduktiv tilnærming (Thagaard 2010: 227), og det er noe som vil gå igjen i arbeidet med analysen.

For å analysere intervjuene ønsker jeg å systematisere det empiriske materialet ved hjelp av koding. Tjora (2010: 160-165) viser en slik måte å arbeide med koding og kategorisering av kvalitative data. Koding innebærer at man bruker nøkkelord til å beskrive avsnitt eller mindre deler av en tekst. På den måten kan en identifisere ulike temaer som teksten handler om. Slik jobber man seg gjennom hele materialet til man har et kodesett.

Dette kalles *temasortert empiri*. Videre kategoriseres disse kodene ved å samle kodene som er relevante for problemstillingene inn i grupper. Målet her er å få et mindre antall hovedtemaer. I den neste delen forsøker en å utvikle konsepter til disse hovedtemaene, og søker å finne mer generelle betegnelser på fenomener, samt knytte dem til andre teoretiske bidrag. I dette arbeidet beveger en seg gradvis over fra deskriptiv koding til en mer analytisk koding, der man søker å finne sammenhenger mellom de ulike datakildene. Denne fremgangsmåten var slik jeg utarbeidet mine underproblemstillinger.

5.5 Metodiske vurderinger

Tradisjonelt sett har målet til kvalitative studier ikke vært å frembringe statistisk eller sterkt generaliserbar kunnskap, slik man ofte ser i kvantitative studier (Ryen, 2012: 84), og det er heller ikke målet med denne oppgaven. Oppgaven kan kritiseres med innvendinger som i stor grad gjelder for kvalitativ forskning generelt. Dataene som presenteres er et resultat av interaksjon mellom forsker og informant, derfor er den vanskelig å etterprøve og dermed har den en lavere grad av pålitelighet. Jeg mener at dette ikke nødvendigvis trenger å være en negativt, men det er viktig å være bevisst og åpen på forskerens rolle, fremgangsmåte og hvordan det kan påvirke intervjuet og de dataene man produserer. Avslutningsvis vil jeg derfor gjøre rede for mine metodiske vurderinger samt mulighetene og utfordringene knyttet til dette.

Jeg gjennomførte intervjuene ved hjelp av intervjuguide. En av ulempene til en intervjuguide er at denne forhåndsstrukturen kan bli for rigid og låser interaksjonen mellom forsker og respondent. På den måten kan forskeren bli blind på andre interessante momenter som kan dukke opp underveis (Ryen, 2012: 97). Dette var ikke noe jeg erfarte i forbindelse med min undersøkelse, og blant årsakene kan være at jeg gjennomførte intervjuene sent i månedsskifte mars-april og hadde derfor allerede opparbeidet meg en del kunnskap om emnet. Fordelen med god forberedelse er blant annet den økte muligheten til å stille oppfølgingsspørsmål (Østbye m.fl., 2013: 104), og jeg opplevde at flyten i samtalen gikk naturlig, uten at jeg slavisk måtte forholde meg til intervjuguiden. I forkant av intervjuene med DNB og Seniorsaken sendte jeg ut en temaliste, slik at informantene kunne forberede seg om dette var ønskelig.

I min oppgave vil jeg blant annet undersøke hvordan eldre mennesker opptar, bruker og erfarer teknologiske løsninger som nettbank og digitaliseringen mer generelt. Jeg har mer eller mindre vokst opp i den digitale tidsalder og derfor kan det være vanskelig for meg å sette meg inn i deres situasjon. Det vil være viktig å avpasse meg informantene, blant annet ved å bruke et tilpasset språk som ikke oppleves som vanskelig eller for teknisk. Det er ingen motsetning mellom det å være profesjonell og å være ydmyk ovenfor informantens innspill (Østbye et al. 2013: 106). En bør være nysgjerrig og ikke gjøre konklusjoner eller stille ledende spørsmål. Det vil være essensielt å motvirke en type intervju effekt der respondentene begrenser seg eller ønsker å svare ”korrekt” for å tilfredsstillе forskeren.

Et annet viktig moment er å tenke over omgivelsene intervjuet foregår i, hovedregelen er at informantene skal føle seg trygge i intervjusituasjonen. Videre bør man finne en setting der man ikke blir forstyrret (Østbye et al. 2013: 106). Intervjuene mine ble gjennomført i flere ulike settinger: både på kontor, hjemmebesøk, via telefon og på kafe – alt etter informantenes ønske. Det var også viktig for meg å gjennomføre intervjuene ansikt-til-ansikt, slik at jeg kunne lese kroppsspråk og tilpasse meg informantene. Jeg mener dette bidro til å styrke intervjuene, blant annet ved at det ble en samtale der informantene følte seg trygge og kunne dele mer av egne erfaringer. I et tilfelle ønsket en av de eldre informantene å gjennomføre intervjuet over telefon. Dette følte jeg gikk noe utover intervjuets kvalitet, da det var vanskeligere å få en naturlig flyt i samtalen, noe som førte til en mer rigid struktur av spørsmål og korte svar. Tjora (2010: 123) diskuterer utfordringene med å gjennomføre telefonintervju. Når man snakker i telefonen får det ofte et formelt preg, der man holder seg mer til de planlagte spørsmålene. Dette er noe jeg erfarte i mitt telefonintervju, som hadde en varighet på 30 minutter, mens de resterende intervjuene varierte i lengde fra 50 minutter til to timer.

Det var også viktig for meg å gjøre lydopptak av intervjuene, slik at jeg i ettertid kunne gjennomføre en fullstendig transkribering. Alle informantene godtok at jeg brukte lydopptaker, og jeg opplevde ikke bruken som et forstyrrende moment som påvirket intervjusituasjonen i noen nevneverdig grad. Det å bruke lydopptaker gav meg større mulighet til å være ”tilstede” i intervjuet som en *aktiv lytter*, som handler om at væremåten og spørsmålene en stiller understreker deltakelsen i intervjuet som en samtale (Østbye m.fl., 2013: 107). På denne måten blir det også naturlig å stille oppfølgingsspørsmål og vise

interesse ovenfor den man intervjuer. Jeg opplevde dette som en styrke som sikret en god og naturlig dialog med mine informanter.

5.5.1 Reliabilitet, validitet og generalisering

De tre kriteriene *reliabilitet*, *validitet* og *generalisering* har blitt kritisert for å være måleenheter knyttet til kvantitativ forskning, og som har lite med kvalitative studier å gjøre. Derfor har man innen kvalitativ forskning til en viss grad forsøkt å innføre begreper som *troverdighet*, *bekreftbarhet* og *overførbarhet*, som bedre fanger opp det særegne med kvalitativ forskning (Thagaard, 2010). Tjora (2010: 173) mener de klassiske begrepene fungerer godt så lenge man redegjør for de på en riktig måte. I min oppgave vil jeg bruke disse tre klassiske kriteriene, og vise hvordan de kan brukes for å belyse muligheter og utfordringer i min kvalitative studie.

Reliabilitet handler om forskningens pålitelighet. Begrepet dreier seg om hvordan forskeren gjør rede for hvordan han/ hun har gått frem i forskningsarbeidet for å fremskaffe de aktuelle dataene (Thagaard, 2010: 190) – og hvordan han/ hun redegjør for dette. I kvantitativ forskning knytter man ofte dette til målefeil, men i kvalitativ forskning handler dette mer om forskerens refleksive rolle og metodens transparens (Tjora, 2010: 173). For å styrke reliabiliteten i min oppgave har jeg valgt å gjøre fullstendige transkriberinger av alle intervjuene. På den måten kan jeg bruke direkte sitater i analysen, slik at informantenes ”stemme” blir synlig. Dette kan bidra til øke troverdigheten i min avhandling. Jeg ønsker også å legge ved korte portretter av informantene i starten av analysekapitlet, slik at man kan bli bedre kjent med dem og bedre forstå deres synspunkter i lys av deres erfaringer. Videre har jeg valgt å legge ved intervjuguidene, slik at andre kan se hvilke spørsmål jeg har stilt.

Den tidligere forskningen, samt min erfaring med tematikken fra både jobb og bachelorskriving, gir meg bedre innsikt i hvordan jeg bør gå frem med å intervju eldre. Forskerens engasjement kan betraktes som støy, men også som en ressurs. Det er derfor viktig å gjøre rede for hvordan egen posisjon kan prege forskningsarbeidet (Tjora, 2010: 176). I mitt tilfelle har det ført til at jeg forsøker å knytte sammen to sider av samme sak, med banknæringen på den ene siden og de eldre kundene på den andre.

Innen en positivistisk tradisjon burde forskeren fremstå som en fullstendig nøytral og objektiv intervjuer, som kun henter ut informasjon av mottakeren. Men denne idealtypen kan vanskelig etterleves, da det er nettopp interaksjonen mellom de to partene som bidrar til å skape flyten og dynamikken i et dybdeintervju. Kvale (1997:73) fremhever at forskeren ikke bare må ha kunnskap om temaene han undersøker, men også en forståelse for intervjupersonens livsverden. Utgangspunktet for å gjøre et vellykket intervju er altså at man har satt seg inn i informantenes situasjon på forhånd.

Validitet betyr i dette tilfellet gyldighet. Gir resultatene vi finner i forskningen gode og relevante svar på det man har satt seg mål å undersøke? (Tjora 201: 179). Jeg har tidligere nevnt at det finnes lite norsk forskning på feltet knyttet til eldres medie- og IKT-bruk. Denne oppgaven har et eksplorerende design, hvor noe av hensikten er å utforske et felt det finnes lite kunnskap om fra før av (Thagaard, 2010: 16), noe som også gir større rom for feiltolkninger. Min kombinasjon av ulike teoretiske perspektiver viser kun noen av de mange prosessene som forklarer bankenes digitalisering og hvordan det påvirker kontakten med eldre kunder. Når det kommer til et emne som favner så vidt som dette er det umulig å få med alle sider av saken. Likevel mener jeg at jeg har tydelig begrunnet de teoretiske og metodiske valgene jeg har gjort, og illustrert hvorfor de er aktuelle for min oppgave.

Tjora (2010: 179) mener det er viktig å forholde seg bevisst til aktuelle teorier og perspektiver, samt kjenne til tidligere forskning innenfor samme tematikk. På den måten kan man sammenstille sine funn med andres forskning. For å plassere min oppgave i teorilandskapet var det viktig å gi en utfyllende del om tidligere forskning, samt vise til konkrete nøkkeltall hentet fra Statistisk Sentralbyrå og Dagligbankundersøkelsen. Dette har gitt meg god inspirasjon til å utvikle de hypoteser og antakelser som ligger til grunn for spørsmålene man finner i mine intervjuguider. Målet med dette er et ønske om å videreutvikle og nyansere de teoretiske perspektivene som hypotesene er hentet fra (Thagaard, 2010: 196).

Generaliserbarhet handler i den tradisjonelle, kvantitative tradisjonen om hvorvidt dataene fra et utvalg kan si noe generelt om en populasjon (Tjora, 2010). Informantene fra DNB og Seniorsaken er strategisk valgt ut på bakgrunn av deres rolle og stilling. De eldre informantene ble innhentet gjennom mitt kontaktnettverk og snøball-metoden, noe som førte

til at jeg mot slutten hadde tre kvinnelige informanter. Da gikk jeg aktivt ut for å høre med de tidligere informantene om de kjente en eldre mann som kunne stille til intervju for å sikre en noe større bredde i kjønnsfordelingen.

Antallet informanter kan alltid diskuteres, og ofte sier man at man ønsker å nå et metningspunkt. I eksplorative undersøkelser er det ikke slik at nye intervjuer genererer ny innsikt i det uendelige, men en når et slags metningspunkt der nye informanter ikke bidrar med noe særlig ny informasjon. Kvalitative utvalg skal tilfredsstillende to kriterier: antallet skal være tilstrekkelig til å vise bredden - samt gi tilstrekkelig informasjon om det man undersøker (Ryen, 2012: 93). På dette feltet har min studie klare begrensninger. Mine informanter representerer kun en liten del av denne problemstillingen og spesielt variasjonen blant eldre kunder gjør det vanskelig å si noe om et metningspunkt. Likevel mener jeg at informantene på hver sin måte gir dypere innsikt og til sammen viser de en betydelig bredde. Sammen gir de meg mulighet til å undersøke problemstillingen fra tre distinkte sider.

Mitt utvalg er for lite for å gjøre noen form for statistisk generalisering, og det er heller ikke målet med denne formen for kvalitativ forskning. I en slik eksplorerende kasus-studie er poenget å finne frem til fenomener som kan være viktige og begreper som egner seg til å beskrive dette (Østbye m.fl., 2013: 237). Målet med denne avhandlingen er likevel at den kan peke på noe utover selve prosjektet og ha en viss grad av overføringsverdi til andre, lignende tilfeller. Digitaliseringen av banknæringen er ikke noe som kun er forbeholdt DNB, men noe som preger alle norske banker i dag. I et større perspektiv, kan man også anta at undersøkelsen sier noe om hvordan ulike aktører – og da særlig eldre - opplever digitaliseringen av ulike prosesser i dagliglivet.

5.5.2 Etske hensyn

Tove Thagaard (2010) påpeker i sin innføringsbok i kvalitativ metode at etiske dilemmaer har fått en mer sentral plass innen kvalitativ metode. Noe av årsaken til dette er at det ofte er en direkte kontakt mellom forsker og de som blir studert. Derfor har man utviklet spesifikke etiske retningslinjer som setter rammene for forholdet mellom forsker og informant.

Mitt prosjekt ble vurdert som meldepliktig og det er godkjent av personvernombudet for forskning, Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste (NSD) (Vedlegg 1). Det var viktig

for meg å informere informantene grundig om prosjektets formål, deres rolle og hvordan jeg ville behandle intervjudata. I tråd med retningslinjene fra NSD valgte jeg å gjøre dette muntlig. Spørsmålet om anonymitet ble diskutert med informantene fra DNB og Seniorsaken og med tilbud om sitatsjekk godkjente de å stå frem med navn og tittel. Lydopptakene samt de transkriberte intervjuene som kan inneholde direkte personopplysninger vil bli slettet ved prosjektslutt.

6. ANALYSE

I analysen skal jeg svare på følgende problemstilling:

Hvordan foregår og oppleves kommunikasjonen mellom DNB og eldre kunder i forbindelse med digitalisering av banktjenester? For å svare på en så bred problemstilling har jeg valgt å dele analysen inn i de fem underproblemstillingene jeg presenterte i innledningen.

I den første delen gir jeg korte, deskriptive presentasjoner av mine informanter. Neste del er selve analysen. Denne deles opp i fire temaer som følger oppbygningen fra teorikapitlet og underproblemstillingene. Først fokuserer jeg på disruptive trender og hvordan de påvirker DNB. Denne delen vil primært basere seg på kilder hentet fra dagspresse og andre offentlig tilgjengelige publikasjoner. Videre vil jeg ta i bruk det teoretiske rammeverket for tjenestedesign for å undersøke kommunikasjonen mellom DNB og eldre kunder. I neste del ser jeg på hvordan man går frem for å lære opp eldre kunder, med bakgrunn i den teknologiske akseptansmodellen. Til slutt vil jeg si noe om hvordan de eldre opplever digitaliseringen av samfunnet. Her vil det være naturlig å hente inn teori knyttet til sosialgerontologi og eldres rolle i samfunnet.

DEL 1: Presentasjon av informanter

6.1 Informantportretter

Cecilie Kirsebom-Aronsen, DNB

Cecilie Kirsebom-Aronsen er konseptansvarlig for merkevare i DNB. I denne divisjonen arbeider de mye med det å møte kundene og sikre gode kundeopplevelser. DNB arrangerer kurs i digitale banktjenester for å hjelpe eldre og andre over på disse plattformene. Dette har de gjort i mange år, men tydelig økt satsningen på dette i den senere tiden. I første omgang å nå ut til de kundene som ikke bruker noen form for digitale tjenester, de hun kaller ”analoge

kunder”. Som nevnt tidligere har DNB vært i dialog med Seniorsaken for å gi DNB innspill og innsikt i de eldre som gruppe og hvordan man kan hjelpe de over på en digital plattform.

Christin Engelstad, Seniorsaken

Christin Engelstad er kommunikasjonssjef i Seniorsaken. Hun er opptatt av at bankene legger til rette for en omsorgsfull omlegging for eldre bankkunder. Engelstad er invitert av DNB til å engasjere seg DNBS opplæringsprogram for eldre.

Anne

Anne er 80 år og tidligere fysioterapeut. Hun begynte først å bruke PC da hun var 75 år gammel, da barnebarnet gav henne sin gamle datamaskin og lærte henne opp. Hovedmotivasjonen for å lære seg bruken av datamaskinen var å kunne gjøre nettbanktjenester. Anne synes det er kjedelig å bruke den og anvender den kun når hun må.

Berit

Berit er 70 år, utdannet radiotelegrafist og har tidligere jobbet som både korrekturleser og journalist. Berit finner stor glede i ny teknologi, hun spiller mobilspill med andre brukere fra hele landet og kan ramse opp alle spesifikasjonene på sin nye smart-telefon. Berits første møte med datamaskin var allerede på slutten av 80-tallet da hun kjøpte en til sin dyslektiske sønn. Nettbank har hun brukt siden tusenårsskiftet.

Elise

Elise er 78 år og pensjonert førskolelærer. Elise har hatt datamaskin og nettbank helt siden hun ble pensjonist som 65. Hun hadde først brukt PC på jobben og følte det var noe hun måtte fortsette med. Elise synes det var gøy å bruke data på jobben og forstod at dette var noe som var kommet for å bli.

Tore

Tore er 72 år og pensjonert sivilingeniør. Han begynte å bruke nettbank for fire år siden da han ble tilbudt kursing gjennom DNB. Når Tore skal lære seg ny teknologi leser han som oftest brukermanualen og forsøker å forstå hvordan den fungerer, og han har ikke mange problemer med verken nettbank eller bruk av datamaskin.

DEL 2 TEMABASERT ANALYSE

6.2 DISRUPTIVE TRENDER

UP 1: Hva er bakgrunnen for endringene i banknæringens kundekontakt?

Her skal jeg se hvordan digitaliseringen og disruptive trender påvirker DNB. I all hovedsak vil jeg basere meg på offentlig tilgjengelig informasjon fra DNB, og andre sentrale aktører i banknæringen som kan omtale utviklingen på et overordnet nivå.

”Bank- og finansbransjen står potensielt foran større endringer de neste ti årene enn den vi har opplevd de siste hundre årene. - Kampen står om kunderelasjonen og eierskap til kundedata”, sier direktør i SpareBank 1 Gruppen, Christoffer Hernæs (SAS Institute, udatert).

I løpet av de siste årene har det skjedd stor endring i kundeferdigheten i banknæringen. Kundene er i økende grad tilstede på nett, og man ser også at bruk av mobilbank har en økende popularitet; for mange har den nærmest erstattet den ”tradisjonelle” nettbanken. (Finans Norge, 2015). I DNB er den drastiske endringen i kundenes adferd hovedårsaken til at de nå velger å legge ned nesten halvparten av sine filialer:

”Kundene er i stor grad blitt selvbetjente, og derfor er det naturlig å legge om det fysiske distribusjonsnettverket vårt. Derfor reduserer vi antall bankkontorer som betjener personkundene fra 116 til 57 i løpet av første halvår”, sier konserndirektør for personmarked i DNB, Trond Bentstuen, i en pressemelding (DNB, 2016d).

Banknæringen er inne i en stor endringsprosess, hvor den fysiske tilstedeværelsen ikke lenger står like sentralt, mens det blir stadig viktigere å konkurrere på pris og gode tjenester. Clayton M. Christensen (1997) mener at bankene er i en særdeles utsatt posisjon, blant annet fordi deres infrastruktur gjør det vanskelig å reagere på disruptive trender. DNB forsøker å tilpasse seg kundenes behov, og å ligge i forkant av den digitale utviklingen ved å levere tjenester som treffer kundene:

”Det er kundene som bestemmer hvordan bankene skal organisere seg. Kundene har i en vanvittig fart vist at de har sluttet å bruke de fysiske banklokalene. Det vi da må gjøre, er å tilpasse oss de endrede strømmene i kundeferd. I 2013 hadde vi rundt 200.000 pålogginger i mobilbanken. Siste måneden av 2015 var det over 15 millioner pålogginger. Det er kundene selv som velger det, og det er kundene selv som velger hvordan de vil bruke oss fremover” sier konsernsjef for DNB, Rune Bjerke, til Aftenposten (Sjøberg 2016).

Det økte kundefokuset kommer jeg tilbake til i del 6.3 i analysen, hvor jeg tar for meg tjenstedesign og endringer i kontaktflatene. Det som er interessant i denne sammenhengen er hvordan bankenes utvikling i stor grad er styrt av behovet til kundene. Det er de som bidrar til å sette rammene for hva en bank skal være og hvordan den skal levere sine tjenester. Konserndirektør i Evry, Torbjørn Haarr, mener at en av de sentrale suksessfaktorene for å holde følge i den digitale revolusjonen er å se til fremtidens brukere, og særlig yngre mennesker (Haarr, 2016).

En ser en tendens til at disruptive trender i form av teknologiske innovasjoner som utfordrer bransjen, er med på å definere hva bankene skal satse på. I dagens globaliserte samfunn blir det også stadig viktigere å følge med på aktører som opererer utenfor de norske landegrensene. De siste årene har innovasjoner som den tidligere nevnte boligleietjenesten AirBnB og transporttjenesten Uber fått mye oppmerksomhet for å utfordre henholdsvis hotell- og taxinæringen. I rapporten *The Future of Financial Services* (WEF 2015) ble det antydnet at banksektoren er svært utsatt for slike disruptive trender, og at dette ville bidra til å skape en form for kontinuerlig press på å levere nye og forbedrede tjenester.

”Det jeg tror bankene verden over ser som en stor utfordring, er at det kommer nye selskaper med helt andre forretningsmodeller enn bankene inn og angriper deler av verdikjeden til bankene. (...) Mange av disse aktørene har aldri hatt en filial, ei heller blitt oppfattet som en bank. De utfordrer på en helt annen måte enn den tradisjonelle konkurransen mellom bankene” sier konsernsjef for DNB, Rune Bjerke, til Aftenposten (Sjøberg 2016).

Bjerke viser til aktører med mye makt og mulighet til å drastisk endre konkurranselandskapet. Tidligere nevnte Clayton M. Christensen mener bankenes rolle er på vei til å bli utkonkurrert

av IT-selskaper (Denning, 2015). Direktør i SpareBank 1 gruppen, Christoffer Hærnes, omtaler utviklingen som skjer i banknæringen som den ”perfekte stormen”:

Det er en rekke trender som skaper denne stormen. Endringer i kundeadferd og en ny digital hverdag skaper nye forventninger til de fleste etablerte bransjer. Her er ingen trygge, heller ikke bank. Både nystartede teknologiselskaper og etablerte aktører som Telenor, Komplett og Norwegian utfordrer den tradisjonelle banknæringen, uttaler Hærnes (SAS Institute, udatert)

Det er på bakgrunn av dette man kan se noe av årsaken til at DNB nå velger å legge ned en rekke bankfilialer. Et viktig spørsmål blir da hvordan DNB balanserer innovasjon med det å få alle med på den digitale overgangen. På hjemmesidene til DNB trekker selskapet frem at de har et spesielt samfunnsansvar som Norges største bank og delvis statseid aktør (DNB, 2016b). Det er derfor viktig for DNB å sørge for at hele befolkningen blir med på den digitale utviklingen. I en pressemelding angående nedleggelsen av filialer sier Trond Bentestuen i DNB følgende:

”DNB vil fortsatt ha bankkontor i alle fylker, og de fleste av kundene som bor i nærheten av en filial som legges ned, vil ha mindre enn en halvtime å kjøre til nærmeste DNB-filial. – Vi skal fortsatt være fysisk til stede mange steder i Norge. I de situasjonene der kundene vil snakke med banken ansikt til ansikt, skal vi tilby riktig kompetanse og god rådgiving. Samtidig øker vi bemanningen på kundesenteret vårt, der alle som ønsker får personlig betjening døgnet rundt, både på telefon og via chat” (DNB, 2016d)

I denne gjennomgangen har jeg vist hvordan digitaliseringen og visse disruptive trender påvirker den norske banknæringen med eksempel i DNB. Det endrede konkurransebildet har ført til et stort press om å levere gode tjenester. I neste del undersøker jeg hvordan denne utviklingen påvirker kontaktflatene til DNB, og hvordan dette erfares av mine eldre informanter.

6.3 TJENESTEDESIGN

UP 2: Hvordan påvirker digitaliseringen av DNB forholdet til eldre bankkunder og hvordan opplever de eldre endringene i bankens kontaktflater?

I forrige del så vi på hvordan utviklingen i næringen har skapt økt konkurranse om å levere gode tjenester som treffer brukerne. Tjenstedesign har et brukerorientert fokus, der målet er nettopp det å forstå kundens behov og opplevelser for å levere gode løsninger og tjenester (Hannemyr et al. 2015). I DNB har dette blitt et viktig satsningsområde de senere årene (DOGA, 2016). Nå vil jeg fokusere på noen hovedmomenter innen tjenstedesign for å belyse hvordan endringene i bankens kontaktflater påvirker kontakten mellom DNB og mine eldre informanter.

6.3.1 Bankens rolleskifte

I første del av analysen så vi hvordan banknæringen nå gjennomgår et paradigmeskifte som følge av teknologisk utvikling, økt konkurranse og store endringer i kundenes adferd. Christin Engelstad i Seniorsaken reflekterer over bankens endrede rolle med eksempel i bank-i-butikk, som gjør at man nå kan utføre mange av de daglige banktjenestene i den lokale matbutikken:

”Nå har Rema plutselig blitt banken din. Tenk deg selv hvis du er 80 år også står du der og skal ha ut penger. Så sitter det en som er 20 år i kassa, også står det en rett bak deg som ser hva som skjer. Det er jo ikke sikkert som banken det for de menneskene. Og det var det jo før ikke sant, det var helt sikkert.” (Engelstad)

Eksemplet viser noe av utfordringen ved tjenstedesign. For mange er bank-i-butikk en god tjeneste som gjør hverdagen enklere. Andre verdsetter trygghet og god service, og opplever at tjenesten ikke tilfredsstillende dette behovet. Noe av utfordringen til banknæringen er at de i stor grad utvikler tjenester som skal være universelle, og derfor må møte behovene til en svært

allsidig kundegruppe. Dette er – i følge prosjektleder i DNB, Kirsebom-Aronsen - noe DNB må tenke over når de kommuniserer til eldre kunder:

”Derfor blir det veldig feil for oss å skrive ”endelig slipper du å gå i banken å bruke tid på det” for da hadde vi aldri truffet, for egentlig så er det en ting de kanskje ønsker er å bruke tid på, fordi de møter noen de kjenner der eller de har lyst til å slå av en prat (...) Det er noe med kommunikasjonen mot eldre, at den treffer på en måte at de skjønner at vi forstår deg” (Kirsebom-Aronsen).

Elise, en av mine eldre informanter opplevde nylig at lokalkontoret ble nedlagt:

”Med det samme det skjedde så tenkte jeg hjelp, nå skjer det noe igjen. For jeg synes det skjedde så fort (...) Men, når jeg hadde hatt en samtale der borte så var det helt greit. De ringte til meg og sendte meldinger: Nå legger vi ned banken. Så kom det en melding: Vi har lagt ned banken. Da sier jeg høyt for meg selv at, ja det vet jeg jo.” (Elise)

Elise var først skeptisk til endringene som skjedde, men etter samtale med ansatte i banken opplevde hun det ikke som et problem lengre. Eksemplet illustrerer hvordan god kommunikasjon kan motvirke usikkerhet.

DNB er opptatt av å vise mulighetene, selv om mange av kontorene forsvinner. De trekker frem den økte tilgjengeligheten på kundesenter gjennom telefon og chat (DNB, 2016d). Engelstad i Seniorsaken ser at en del eldre kvier seg for å henvende seg via telefon:

”Jeg tror de eldre synes er litt vanskelig å ringe sånn, fordi de synes det vanskelig å snakke med mennesker som de ikke ser. - Særlig om økonomien sin, det sitter nok langt inne” (Engelstad)

Blant mine eldre informanter har de fleste positive erfaringer med å få hjelp over telefon. Elise opplever det som befriende å kunne ringe fremfor å besøke et kontor når det oppstår problemer: ”Når jeg sitter der også plutselig er det noe som skjærer seg så ringer jeg, det er lettere det enn å gå til banken”(Elise). Anne har også positive opplevelser med kundesenteret: ”Nå har jeg i hvert fall skjønt at jeg også kan ringe det nummeret og jeg kan få hjelp” (Anne).

På tross av gode erfaringer med telefontjenester trekker alle de eldre informantene frem mangelen på ansikt-til-ansikt kommunikasjon som en negativ utvikling. Engelstad tror det handler om en ide om service som nå forsvinner:

”At kontanter skal bli borte det er et stort irritasjonsmoment. Det å gå i banken var lystbetont, det å treffe menneskene, det å kunne spørre om råd over skranken (...) Det har du ikke kunnet på lenge. Det er en ide om service som nå blir borte, og det går utover bankens omdømme.”
(Engelstad)

Tore verdsetter den fysiske tilgjengeligheten høyere enn den han kan få via telefon:

”Jeg føler at de ikke blir like tilgjengelig hvis du skal sitte og vente på svar i telefonen. Det kan være lang responstid og jeg ville foretrekke å gå til en filial og snakke ansikt-til-ansikt med den bankansatte.” (Tore)

Både Anne og Berit trekker også frem dette med direkte kommunikasjon, og mener at telefonen ikke kan erstatte den menneskelige kontakten:

”Jeg synes det er veldig godt å se et menneske og snakke med en du ser. Det er noe med det menneskelige (...) For du kan ikke diskutere og finne frem til en løsning når du ikke har menneskene å snakke med. Du må vite alt og bare gå rett inn i nettbanken. Bare gå rett på og ordne opp, du må være veldig sikker selv.” (Anne)

”Jeg synes jeg hadde et mye bedre forhold til banken i gamle dager hvor du kunne gå å snakke med folk (...) men jeg synes det har blitt veldig mye mer kynisk. Før hadde jeg inntrykk at ting var mye hyggeligere.” (Berit)

For noen av mine informanter har banken også vært en sosial arena, og de trekker frem mulighetene til å snakke med noen som noe positivt. De opplever at dette aspektet svekkes nå som dagligbanken i økende grad blir en digital tjeneste fremfor et fysisk sted man kan henvende seg. Denne utviklingen er noe Elise reflekterer over med eksempel i postkontorets rolle:

”Det var ikke snakk om å skynde oss fordi vi ikke hadde tid. Visst var det et møtested (...) Så mye av det sosiale har jo forsvunnet i denne utviklingen, det er litt synd. Måten du møtte naboer og kjente på... nå føler jeg meg gammel.” (Elise)

Innen tjenstedesign vektlegger man at kontaktpunktene mellom bruker og tjenesteleverandør former den totale kundeopplevelsen. Hvordan en kunde opplever en tjeneste er avhengig av hvordan den dekker både brukernes funksjonelle- og emosjonelle behov (Difi 2015 og Gloppen 2012). Eksempelet illustrerer bankens utfordring med å levere en tjeneste som ivaretar både brukernes funksjonelle og emosjonelle behov. Tjenester som bank-i-butikk har flere funksjonelle fordeler som blant annet tilgjengelighet og utvidede åpningstider. Men tjenesten tilbyr ikke samme grad av personlig service, og er heller ikke et møtepunkt slik som banken kunne være før.

Det er interessant at alle mine eldre informanter holder frem digitaliseringen av banken som noe negativt, på tross av at de i all hovedsak har få problemer med å betjene nettbanken og de har gode erfaringer med både telefonsupport og kunderådgivere. Noe av årsaken ligger nok i holdninger knyttet til den mer generelle digitaliseringen av samfunnet, noe jeg kommer nærmere tilbake til i del 6.4 av analysen.

6.3.2 Innovasjon eller tradisjon

”Man kan bli litt provosert når det kommer til dette med mobilbank, vipps og chat som skal være døgnåpen, så tenker man kan ikke dere bare ta litt vare på alle kundene deres. Ikke bare tenke på innovasjon, men tenk litt på omsorg.” (Engelstad)

Vi har sett hvordan banknæringen stadig blir presset til å levere nye, enkle og innovative løsninger. Det er interessant å se hvordan dette påvirker kontaktflatene og kommunikasjonen i møtet med eldre kunder. Engelstad i Seniorsaken opplever at hjemmesidene til DNB i liten grad henvender seg til eldre kunder:

”Noe som provoserer skikkelig er bankenes forsider. Som er fullstendig rettet mot folk fra 20 til 40 år. Det handler billån, huslån, alle sånne tjenester. Det handler ikke om hvordan du som et eldre menneske kommer inn på din egen bankkonto.” (Engelstad)

Hun mener at nettsiden viser lite satsning på eldre, noe som igjen kan bidra til en følelse av fremmedgjøring. Denne nedprioriteringen mener hun også er tydelig i noen av de fysiske kontorene til DNB:

”Har du sett den superfilialen, det flaggskipet på Majorstua? Der står det unge mennesker så sier de: Ja, hvis du er grunder så skal vi hjelpe deg og gi deg råd. Det er ingen som sier: hvis du er senior så skal vi ta vare på deg, og da føler du ikke at noen bryr seg om deg. Du føler bare at de bryr seg om de unge på vei opp med mye penger.” (Engelstad)

Det er en generell erfaring blant mine eldre informanter at bankenes fokus ligger på den yngre generasjonen, og at eldre som kundegruppe blir i større grad nedprioritert:

”De må jo holde kontakt med oss, de kan ikke kutte oss ut (...) De trekker seg vekk fra oss som har penger der. Det er vi eldre som sitter og har noe der.” (Anne)

”Nå virker det som bankene sier at dette må du fikse selv, vi driver ikke med sånt nå lengre.” (Tore)

Sitatene belyser en tendens i intervjuene med mine eldre informanter: de føler at banken trekker seg unna og at man mister den gode servicen. Dette vil jeg komme nærmere inn på senere i analysen i punkt 6.4 hvor jeg undersøker hvordan de eldre erfarer den generelle digitaliseringen av samfunnet.

Når det kommer til selve nettbankløsningen er mine eldre informanter stort sett fornøyde. De opplever nettbankløsningen som god og brukervennlig. Alle fire foretrekker å bruke PC for å logge seg på, siden den gir de god oversikt. Ingen av dem bruker mobilbank eller betalingstjenester som Vipps. Her støtter mine funn opp under resultatene fra Dagligbankundersøkelsen 2015 som viser at flestparten av eldre bankkunder velger å holde seg til nettbanken.

Kun én av mine informanter peker på noen konkrete utfordringer direkte knyttet til nettbanken. Berit er en aktiv nettbank-bruker, men ergrer seg over måten DNB oppdaterer nettbanktjenesten på:

”Banken sier plutselig: Nå har vi oppdatert sidene våre, nå skal det bli så enkelt og ingen skjønner noen ting lengre. Hvor var alt som du hadde fått inn - borte. Så må du sette deg ned i en alder av 70 år og prøve å lære deg å finne ting om igjen, utrolig dumt, og det har DNB gjort flere ganger. (...)Det funket så bra også plutselig er alt annerledes. Det er et problem for eldre mennesker, selv de som bruker nettbanken mye har problemer med dette.” (Berit)

I forrige del av analysen så vi hvordan banknæringen jobber hardt for å utvikle nye løsninger som bygger oppunder brukernes behov, mens Berit synes nettopp dette er noe av problemet. Eksempellet bidrar til å vise noen av utfordringen til banken, der man skal balansere det å være først ute med nye tjenester med og samtidig levere noe alle kan benytte seg av. Engelstad foreslår en egen seniorbanktjeneste uten reklametilbud og bildekaruseller som kun henvender seg til unge: ”Bare sånn, her kommer du inn i banken din, trykk her, logg inn, her et tjenestene våre, det burde være mulig” (Engelstad).

I denne delen av analysen har jeg forsøkt å undersøke hvordan DNB møter utfordringene knyttet til digitaliseringen. Jeg har derfor valgt å legge fokus på tjenstedesign og måten man vektlegger opplevelsen av en tjeneste, fremfor å fokusere på selve produktet. For DNB er det viktig å vite hva som er de eldres behov i møtet med digitale banktjenester. Det at ingen av mine eldre informanter bruker mobile banktjenester kan tyde på at de ikke setter effektivitet som høyeste prioritet. Videre kan det virke som om bankene har en utfordring når det kommer til det å balansere det å levere på innovasjon samtidig som man skal få med alle over på en digital plattform. Endringene i bankens kontaktflater fyller de eldre kundenes funksjonelle behov, men de har større vanskeligheter med å levere på det emosjonelle behovet til en del eldre.

I neste del av analysen vil jeg derfor undersøke hvordan DNB møter denne utfordringen mer konkret, ved å se på opplæringen av eldre kunder med bakgrunn i opplæringskurset. Her er det også relevant å ta med innspill fra de eldre informantene, der flere selv har deltatt på kurs tidligere eller hjulpet andre eldre i en opplæringsssituasjon

6.4 OPPLÆRING OG ANVENDELSE

UP 3: Hvilke faktorer påvirker de eldres anvendelse av digitale banktjenester?

UP 4: Hvordan går DNB frem for å lære opp eldre i digitale banktjenester?

I denne delen av analysen vil jeg fokusere på konkrete tiltak i opplæring av eldre og hvordan man går frem for å sikre en best mulig læringsarena, spesielt for de som har lite eller ingen erfaring med nettbank og andre digitale tjenester. Hovedmålsettingen er at flere eldre skal bruke digitale banktjenester og strukturen i denne delen vil derfor følge hovedmomentene fra det teoretiske rammeverket jeg presenterte i kapitlet om Technology Acceptance Model (TAM). Først vil jeg peke på en rekke utfordringer og muligheter knyttet til bruk og anvendelse av digitale banktjenester, før jeg avslutter med å peke på de konkrete tiltakene DNB gjør i utforming av kurs og brukermanual.

6.4.1 Frykt og usikkerhet som barriere

Innen TAM bruker man ofte begrepet *opplevd brukervennlighet*, altså med fokus på hvorvidt brukeren selv opplever en teknologi som enkel å ta i bruk (Davis 1989). En faktor som kan påvirke dette er angst og usikkerhet, for eksempel ved bruk av PC. Det finnes mange eldre som ikke bruker datamaskin, eller som bare bruker det i liten grad. Det å få eldre over på nettbank handler derfor om også mye om det å fjerne frykten knyttet til data og internett generelt.

Elise tror at det å lære opp de som enda ikke har begynt å bruke nettbank vil by på store utfordringer:

”Det er for sent, jeg tror ikke de er motiverte også er de redd for at det ikke skal være som det har vært før tror jeg. De burde startet tidligere. De som jeg kjenner som ikke har nettbank de vil ikke ha det, eller så får de andre til å gjøre det for seg.” (Elise)

Hun peker på flere viktige faktorer, som motivasjon og redsel som mulige årsaker til at en del ikke bruker nettbank. Christin Engelstad trekker frem at barrieren for å ta i bruk en ny teknologi er mye høyere for de som ikke har vokst opp med det:

”Hvis jeg hadde gitt deg en fjernkontroll, så hadde du ordnet det på minutter, for du har det fingrene. (...) Du har det intuitivt (...) Jeg tror på det er viktig å ha litt empati for hvor fremmed det er.” (Engelstad)

Nettopp denne følelsen av frykt er noe DNB vil jobbe aktivt for å motvirke i kurstilbudet sitt:

I kurset kommer vi også til å ha mye fokus på det å fjerne frykt. For vi ser at det er kanskje ikke våre digitale tjenester som er utfordringen, men det er internett i seg selv. ”Hva er en søkemotor, hva er en app, hva er alle disse tingene.” (Kirsebom-Aronsen)

Kirsebom-Aronsen i DNB påpeker at den opplevde frykten rundt deres tjenester og bruk av internett generelt kan påvirke hvorvidt noen velger å ta i bruk nettbanken eller ikke. Hun tror ikke brukervennligheten i deres tjenester er hovedproblemet, men snarere en generell frykt for internett i seg selv som kan virke overveldende. For noen vil opplæring i nettbank være deres første møte med en datamaskin og internett, og derfor er det viktig at kursingen tar for seg det helt grunnleggende for å hindre usikkerhet. Elise forteller dette om en gang hun skulle hjelpe en venninne med å ta i bruk nettbank:

”Jeg husker jeg skulle hjelpe en som hadde lyst til å lære nettbank, hun skulle komme hit og prøve sammen med meg. Og jeg var ikke så trent på det jeg heller, og hun ble jo så redd fordi vi ikke hadde logget ut. Resultatet var at hun aldri skulle ha noe som det der. Jeg var jo svart av samvittighet, jeg kunne for lite også ble det litt problematisk. (...) Hvis ikke den første erfaringen er god så dropper du ut.” (Elise)

Eksempelet viser hvor betydningsfull den første erfaringen kan være, spesielt hvis man allerede er skeptisk til å ta i bruk ny teknologi. Engelstad tror det første møtet med teknologien er svært viktig, fordi det kan enten bekrefte frykten du allerede har eller motvirke den:

”Du er mye reddere når du står på stupebrettet enn når du har hoppet. Det er den redselen før du har gjort det, det er stort sett der man opplever angsten og kilingen i magen, når man skal gjøre det. Og derfor er det så viktig at det er enkelt, for ellers så er man først spent og så sinna og da har du problemer med å motivere folk.” (Engelstad)

Blant mine eldre informanter er det flere som lærte seg å bruke datamaskin i godt voksen alder, og de husker dette som en stor utfordring:

”Jeg synes det var tøft. Det er ikke lett å ta inn for du skal huske det og. Det sitter ikke vet du (...) Jeg syntes nesten alt sammen var vanskelig for jeg var ikke vant med å skrive på maskin heller, alt var jo nytt.” (Anne)

”Først så skjønte jeg ikke systemet, jeg skjønte ikke uttrykkene. Det tok lang tid og vi hadde et helt kurs for å bruke PC på jobben.” (Elise)

I tillegg til det tekniske kan noe av redselen ligge i det faktum at man nå også skal håndtere økonomien sin i større grad selv, noe som tidligere var gjort av profesjonelle:

”I hvert fall når jeg holder på med penger, så er jeg jo redd. Man har jo gjort feil. Jeg skulle betale en kontingent på hundre kroner, men jeg skrev tusen. (...) Før så var jeg også livredd for at jeg ikke hadde logget meg ut.” (Elise)

”Jeg tror det at vi som er eldre vi har et helt annet forhold til penger og bank og sparing. Det ligger noe at her må vi være forsiktig. (...) Det har noe med generasjonen å gjøre. Banken var forbundet med høytidelighet, de forvaltet pengene dine.” (Elise)

For å motvirke at de eldre føler seg overveldet, ønsker DNB å fokusere på de helt grunnleggende tjenestene. Målet er ikke å få de analoge kundene til å bli heldigitale, for det kan virke avskrekkende. Ambisjonen er heller å få de til å tenke i den retningen, og vise dem tjenester de kan bruke selv når bankkontoret ikke er der. Samtidig som de ønsker å vise tryggheten i tjenestene:

”Hvordan kan jeg stole på at nettbanken er trygg, hvordan kan jeg stole på at den som tar telefonen på kundesenteret er den de sier de er? Det fremkommer en del skepsis som er veldig naturlig for kundegruppen fordi de ikke er vant til det som du og jeg er vant til.” (Kirsebom-Aronsen)

I denne delen har jeg sett på hva som oppleves som hindringer for Eldres bruk av digitale banktjenester. Det som oppleves som intuitivt for de fleste yngre er noe som krever grundig innlæring for mange eldre. Tidligere forskning på sammenhengen mellom *opplevd brukervennlighet* og anvendelse av ny teknologi har vist varierende grad av gyldighet (Venkatesh & Davis, 2000 og Pikkarainen et al., 2004). Men mine funn kan tyde på at den

opplevde brukervennligheten kan spille en viktigere rolle når det kommer til seniorbrukere, som ikke har vokst opp med datamaskin og internett. Det å styrke troen på egen mestring og fjerne den generelle frykten rundt bruk av IKT ser ut til å spille en sentral rolle for integrering av eldre i samfunnet, samtidig som må man bør vise at tjenester som nettbank er trygge og enkle å ta i bruk.

6.4.2 Indre motivasjon og opplevd nytte

I rapporten *Svenskarna och internet* (Findahl 2013) fremkommer det at 71 prosent av ikke-brukere oppgir manglende interesse som hovedgrunn til at de ikke bruker nett, mens 18 prosent viser til at teknologien er for vanskelig (Findahl 2013: 11). I TAM er opplevd nytte en av de sentrale faktorene som påvirker bruk og aksept av en gitt teknologi (Davis 1989 319). Den originale versjonen av TAM-modellen ble kritisert for å ikke ta høyde for indre motivasjon. Jeg mener at det er vanskelig å skille mellom disse faktorene i min studie. De som ikke er motivert til å bruke en tjeneste har muligens vanskeligere for å se nytten ved den, og omvendt. I en av de utvidede definisjonene av opplevd brukervennlighet forstår man at graden av indre motivasjon som hvor morsomt man synes det er å bruke datamaskin, uavhengig av den nytten det gir deg (Venkatesh 2000: 349).

Kirsebom-Aronsen mener motivasjon er viktig for å få eldre med på utviklingen:

”Jeg tror, og dette har vi lært mye av fra Seniorsaken, at det har mye med motivasjonen til de eldre å gjøre. For oss er motivasjonen klar - vi synes det er spennende og gøy å lære noe nytt. Vi ser at dette kan forenkle hverdagen vår. For de eldre er den ikke like intuitiv; Hva skal jeg med mobilbank? Hvorfor skal det hjelpe meg i mitt liv? Og da er det veldig viktig at vi som samfunnsaktør kan beskrive den verdien det gir, for å gi dem motivasjonen til å prøve på en god måte.” (Kirsebom-Aronsen)

Hun understreker at DNB må kunne vise hvorfor digitale tjenester kan være relevante i de eldres liv. Det kan altså tyde på at det å kommunisere *opplevd nytte* er svært viktig for å motivere eldre brukere. Når det kommer til indre motivasjon spiller personlighetstrekk en sentral rolle, og det er også noe jeg har fått erfare gjennom intervjuene med mine eldre informanter:

”Jeg synes det er kjempegøy. Jeg sitter kanskje på data for mye. Men, det er veldig store forskjeller, jeg har en venninne som bruker data på arbeidsplassen, men når hun kommer hjem så orker hun ikke.” (Berit)

Berit finner en stor glede i å bruke datamaskinen, og bruker både datamaskin og mobiltelefon aktivt i sin hverdag. Det samme gjør Elise. Hun forteller at hun tidligere brukte mye tid på å strikke, men nå bruker hun mye av den tiden på nettbrettet ” Jeg bruker den veldig mye. Det utrolig hva man kan finne der” (Elise). Dette skiller seg fra Anne, som bruker datamaskinen gjennomsnittlig en halvtime i uka:

”Jeg synes det er kjedelig. Når du kommer med toget her nå, hva folk gjorde når de sitter der. De fleste sitter med mobilen og de er jo ikke av. Jeg kan ikke skjønne at det er riktig for mennesker å være på hele tiden.” (Anne)

For Anne er datamaskinen først og fremst et verktøy og ikke et leketøy. Hun bruker det til nettbank og andre praktiske gjøremål og synes ikke teknologien er spennende i seg selv. Anne tror mennesker har behov for ro, og ikke nødvendigvis trenger å være ”tilkoblet” hele tiden. Disse forskjellene viser at motivasjon og holdninger til digitaliseringen ikke bare er aldersbetinget, men er i stor grad avhengig av personlighet og andre faktorer. Likevel ser man at eldre generelt sett er mindre på nett og ikke bruker nettbank og andre banktjenester i like stor grad som yngre medborgere. Det er derfor viktig i forhold til digital inkludering å vise hvordan digitale banktjenester kan være relevante i de eldres liv.

6.4.3 Tvang og valgmuligheter

Innen TAM-forskningen finnes det også de som mener at frivillig bruk påvirker bruk og anvendelse av en ny teknologi (Venkatesh & Davis, 2000). Dette er interessant når det kommer til bankens digitalisering, der man på mange måter nå er i en situasjon der mange eldre *må* lære seg å utføre banktjenester på egenhånd. Når man innskrenker valgmulighetene kan det føre til en oppfatning av at man mister mulighet til å styre hva som er best for seg selv. Forskning har vist at forbrukere som kan gjøre egne valg ofte er mer motiverte enn de som ikke har noen valgmuligheter (Reinders, et al 2008).

I en studie om utdanning for eldre vises viktigheten av selvstendighet og selvbestemmelse i opplæringsfasen (Ingebretsen og Endestad, 1993). De eldre motsatte seg å få standardiserte løsninger tredd over hodet, og i verste fall kunne det føre til både opplæringsvegring og tilbaketrekning. Motivasjon som kilde til egenlæring ble trukket frem som en sentral nøkkelfaktor.

Flere av mine eldre informanter opplever at digitaliseringen av bankene gir dem færre valgmuligheter, og at de føler seg delvis tvunget til å ta i bruk tjenestene:

”Grunnen til at man nå i mange tilfeller bruker digitale tjenester er fordi man ikke har noe alternativ, bankene har ikke noe tilbud, så da blir det eneste løsning. Men, det er jo banken som da tvinger kundene til å gjøre det istedet for at det blir lagt til rette for valgmuligheter her.” (Tore)

”Banken presset oss på en måte til å gi fra oss brevgiro, de ville jo ha oss til å bruke nettbank.” (Anne)

For å møte denne utfordringen er DNB opptatt av å belyse alle valgmulighetene man har, selv om mange av bankfilialene blir lagt ned:

”Brevgiro går fortsatt an å bruke, også har du jo post og bank i butikk som er fysiske steder der man kan komme og betale regningene sine i det lokale nærmiljøet. Vi belyser alle mulighetene de har som kunder av DNB, til tross for at noen av filialene blir borte.” (Kirsebom-Aronsen)

Det å kunne vise at man fortsatt har valgmuligheter kan være lønnsomt for å motvirke følelsen av tvang. En nederlandsk studie (Reinders, et al. 2008: 116) analyserte konsekvensene av å tvinge forbrukerne til å bruke et selvbetjeningssystem, hvor de tok utgangspunkt i et billett- og informasjonssystem ved en togstasjon. Deres funn viste at det å tvinge forbrukeren over har en negativ effekt på holdninger, både når det kommer til bruk av selve tjenesten og til tjenesteleverandøren generelt. Denne følelsen av tvang kan til og med overstyre de opplevde fordelene ved den selvbetjente tjenesten, slik som brukervennlighet, bekvemmelighet og pålitelighet, og føre til at man mister forbrukere. Eksempelet er kun en

enkelt studie, men den kan bidra til å illustrere betydningen av å motvirke en følelse av tvang hos eldre kunder .

Det å få alle med på en digital plattform, og samtidig motvirke følelsen av at man tvinger noen over, kan være en vanskelig balansegang:

”Vi har kanskje ikke vært gode nok til å vise hvordan de digitale tjenestene kan gi merverdi i hverdagen hos den eldre kundegruppen. Vi har alltid ønsket at kundene skal bestemme hvilke kanaler de selv ønsker å benytte seg av, og da er det mange eldre som har sagt: vet du hva, jeg liker å gjøre det på den gamle måten. Til nå har dette vært greit for mange, men overgangen har fort blitt litt brå nå når vi har avviklet flere kontorer, og ikke kan være tilstede fysisk på samme måte som før. Da er det vår oppgave å løse dem igjennom så godt som mulig og vise til de kanalene som fortsatt er der.” (Kirsebom-Aronsen).

Spørsmålet om hvordan man sørger for en god og omsorgsfull omlegging for eldre er åpenbart et vanskelig spørsmål å besvare. Kirsebom-Aronsen fremholder at de aldri har ønsket å tvinge digitale løsninger på kundene. Men nå som banknæringen gjennomgår en slik brå overgang innebærer dette en stor utfordring.

6.4.4 Den sosiale effekten

I nyere versjoner av TAM har man sett at sosial påvirkning kan ha en dokumenterbar effekt på bruk av ny teknologi (Venkatesh & Davis, 2000: 187). I TAM 2 legger man blant annet vekt på at subjektive normer og eget selvbilde kan forsterke følelsen av opplevd nytte. Jeg ønsker å utvide faktorene til også å gjelde det konkrete sosiale nettverket rundt deg. For eksempel kan det sosiale nettverket rundt deg få deg til å se nytten ved en digital tjeneste, og sosiale normer kan bidra til å sette rammene for hva man anser som relevant i sitt liv.

Når det kommer til opplæring mener Christin Engelstad at det er vanskelig for eldre å lære IKT av yngre mennesker som for eksempel barnebarn: ”Eldre mennesker kan ikke lære av ungdom, det går så fort for de ungdommene, det er så intuitivt, de kan ikke forklare hva de gjør. Det raser bare rett på” (Engelstad).

Hun tror seniorer har bedre erfaring ved å bli lært opp av andre eldre. Elise deler ikke denne oppfatningen. Hun har vært på flere datakurs og har hatt best erfaringer der hun har blitt lært opp av unge mennesker:

”Jeg synes faktisk at de studentene har vært bedre. (...) de er jo i en læresituasjon selv og er kanskje litt kritiske til sine lærere og kanskje har de lært litt av det (...) Det er lettere å spørre dem, du tør å si til de at nå går du for fort, ikke sant, det kan du ikke gjøre til en professor.”
(Elise)

Elise synes det er lavere takhøyde for å si ifra når hun har fått opplæring av yngre. Kirsebom-Aronsen opplever at mange har en sønn eller datter som hjelper de, men ser at personlig økonomi kan være et sensitivt område for enkelte. Uansett alder, er det åpenbart viktig å ikke gå for fort frem når man skal lære opp eldre i IKT.

Flere av mine eldre informanter trekker frem barn og barnebarn som viktige pådrivere og støttespillere når de skulle lære seg IKT. For Elise er venner og familie viktige motivatorer, og hvis hun har tekniske problemer får hun hjelp av en nabo eller av familiemedlemmer. Hun har et positivt læringsmiljø rundt seg, noe som bidrar til å motiverere henne og fjerne noe av utfordringen med å lære seg ny teknologi. Elises problem ligger i det å huske hvordan man går frem fra gang til gang: ”Det er det vi sliter med i min generasjon, du må sitte å holde på med det hele tiden, eller så glemmer du det så fort” (Elise). Når hun først har fått opplæring i noe opplever hun det som flaut å spørre om hjelp igjen, men da viser sønnen stor forståelse:

”Det er sånn med oss alle, mor, alle glemmer det der, det er vanskelig og det forandrer seg hele tiden på PC-en. Om du har lært noe nå, så er det forandret om en stund igjen. Ta det med ro, det her går bra. Sånn sier han.” (Elise)

I tillegg til det å fungere som støtte og læring, gir familien henne motivasjon til å prøve ny teknologi:

Det er ikke alle som har familie å henvende seg til. For eksempel iPad, det hadde jeg ikke kjøpt om ikke barnebarnet hadde sagt at det måtte jeg ha, hun har vært en pådriver på en måte.” (Elise)

Elises barnebarn både introduserte henne for, og lærte henne opp i nettbrett. Anne har noe av den samme erfaringen, og forteller at barnebarnet var selve årsaken til at hun lærte seg å bruke nettbank:

”Barnebarnet det er han som satt i gang meg. Jeg ville heller ikke, jeg var ikke noe interessert jeg heller. Han puffet det på meg. Han bodde her en stund (...). Også via han overtok jeg hans gamle maskin, også skulle han prøve å hjelpe meg da med nettbank. Både maskin og nettbanken. Man blir lurt inn i det da, jeg ble liksom lirket på en måte inn til å bruke det.”
(Anne)

I tillegg til å ha barnebarnet som pådriver trekker Anne frem det at naboen begynte å bruke nettbank som en viktig motivasjon: ”Naboen hun klarte det, så tenkte da må vel jeg greie det og da” (Anne). Det er interessant å se hvordan Anne sammenligner seg med naboen. Det kan tyde på at den *opplevde brukervennligheten* henger sammen med sosiale normer. Dersom man opplever at andre i samme situasjon som en selv tar i bruk en tjeneste, oppfatter man tjenesten som relevant og overkommelig å lære seg. Elise viser et annet bilde av hvordan sosiale normer spiller inn. Hun har vært vitne til at en del av hennes venner har hatt svært negative holdninger til digitaliseringen av samfunnet:

”Blant mine omgangsvener så måtte jeg være veldig forsiktig med å fortelle at jeg hadde PC, for sånn skulle man ikke. Det er sant, jeg kan fortelle at jeg var med på en arrangert tur og det var like etter jeg var pensjonist og det var snakk om nettbank, og da var det flere som sa: Nei, det skal vi ikke, vi skal holde på det gamle. Jeg torde ikke si at jeg hadde det for det var sett på som negativt. Men, jeg ser at folk har skiftet mening, de skjønner at de må.” (Elise)

Elise hevder det er en del eldre som aktivt motsetter seg det å bruke nettbank, og forteller at det er visse situasjoner der hun skjuler at hun bruker IKT aktivt i sin hverdag. For noen av hennes venner blir bruken sett på som noe negativt og man skal ikke bli helt ”oppslukt” av teknologien. ”Telefonen skal brukes til å ringe med, og helst skal man ikke ha det med seg heller. Man skal ikke være tilgjengelig hele tiden skjønner du” (Elise). På spørsmål om hvorfor hun skjuler sin bruk sier Elise at hun ikke ønsker å virke overlegen:

”Det er fordi jeg er redd for at de skal føle seg underlegen, eller at de skal tro at jeg er overlegen. (...) Du skal ikke tro du er noen ting. Det har noe med det å gjøre tror jeg, man skal ikke brife med det da (...) Nei, det blir sånn ovenfra ned hvis jeg skulle lært de opp.”
(Elise)

I dette tilfellet er de sosiale normene rundt bruk av ny teknologi tydelig markerte. Elise kunne ikke tenke seg lære opp disse vennene i bruk av IKT, i fare for å virke overlegen. Dette er en stor kontrast til Berit, som stadig blir spurt av venninner om hun kan forklare hvordan ting fungerer eller gi de kursing i IKT.

I denne delen har vi sett hvordan sosiale nettverk og sosiale normer kan påvirke brukeraksept. På tross av det Engelstad sier om at yngre er dårlige til å lære bort IKT til eldre, forteller flere av mine eldre informanter at yngre familiemedlemmer har vært sentrale i læringsprosessen. Videre har jeg vist hvordan sosiale normer kan både fungere som motivasjon og som en barriere for bruk av ny teknologi.

6.4.5 Kursing og brukermanualer

I denne siste delen av dette temaet vil jeg kort vise de konkrete tiltakene DNB gjør når de utformer kurs og brukermanualer for å henvende seg til ”analoge kunder”. Bakgrunnen for dette er et hjelpekurs for eldre i regi av DNB, kalt «Bruksanvisningen for digitale banktjenester». Kurset skal holdes på rundt 50 steder i Norge og har som målsetting å hjelpe flere eldre over i den digitale hverdagen:

”Mange av de som ikke bruker Internett føler seg ekskludert fra det digitale fellesskapet. DNB har nå laget en bruksanvisning for moderne bruk av banken og har invitert inn aktuelle kunder til kaffe og kaker og til å prøve de digitale banktjenestene våre under kyndig veiledning.”
(DNB, 2016e)

Denne delen vil til en viss grad speile noe av tematikken jeg tidligere har vært inne på, men nå ser vi mer håndfast hvordan de møter utfordringen med å inspirere eldre kunder til å bruke digitale banktjenester.

Kirsebom-Aronsen tror den enkleste måten å lære nettbank på er gjennom mobilbank-tjenesten. Hun trekker frem at den er mer intuitiv og mangler den ”støyen” man finner i den tradisjonelle nettbanken:

”Det som kan være utfordrende med nettbanken på PC er at det er veldig mange valg. Hvis en person er ustø og usikker på systemet og får klikket feil, kan det være vanskelig å finne tilbake til der man var. Vi anbefaler derfor at eldre eller andre nybegynnere starter med mobilbanken som er enklere å forstå og kan brukes både på nettbrett og på PC» (Kirsebom-Aronsen).

For en nybegynner kan alle disse valgmulighetene føre til usikkerhet. Engelstad tror nettbrett er en god læringsplattform for nye brukere: ”Vi sier til folk, dropp PC-en, kjøp deg nettbrett for de er mye mer intuitive. (...) du trenger ikke lære deg mer enn du trenger” (Engelstad). Hun tror også det er viktig at man ikke overvelder de som nå skal læres opp, en bør velge ut det som virkelig er nødvendig for å mestre tjenesten.

DNB vil også lage en bruksanvisning for digitale banktjenester, som man kan få med seg hjem etter kurset. Denne bruksanvisningen vil gi detaljerte beskrivelser av de tingene man har lært, for eksempel en stegvis oppskrift på hvordan man skal betale en regning. Heftet kan gi trygghet ved å vise en fast fremgangsmåte. Når det kommer til utformingen skal språket og begrepsbruken være tilpasset de eldre:

”Mange ord og uttrykk kan være vanskelig å forstå for de eldre. Ord som er helt normale i vår dagligtale. For eksempel hva er en app? Vi har spesielt fokus på det i opplæringsløpet, og etter hvert ønsker vi å lage en ordliste hvor vi forklarer disse ordene.”(Kirsebom-Aronsen)

Elise synes det var utfordrende å forstå noen av termene da hun lærte seg nettbank: ”Jeg skjønnte jo ikke det at programmene hadde et navn. Så kom det opp Java og jeg tenkte hjelpe meg, det eneste jeg visste om Java var at det var en kafe-sort og en øy” (Elise). Mange forbinder Java intuitivt med en programvare for nettbank, men for noen som har lite erfaring med IKT er ikke denne sammenhengen like tydelig.

Annette Hannestad¹, aktivt medlem i Seniorsaken, har en venninne som synes det var vanskelig å forstå datamaskinen. Hannestad fant derfor en metode for å visualisere opplæringen og å gjøre den mer forståelig:

”Datamaskinen var som et hus å regne med en inngangsdør og mange rom i huset.

Hoveddøren (slik at tyver ikke kunne komme inn) skulle alltid være låst. Da opprettet vi en kode slik at hun kom inn i datamaskinen. Entreen hadde mange dører som hun kunne velge imellom men alle dørene var låste av sikkerhetsmessige grunner.” (Hannestad)

Hannestad sammenligner datamaskinen med et hus. I huset er det en hoveddør, samt flere dører med ulike rom som blant annet fører til Altinn og nettbank. Gjennom disse dørene kan man kommunisere med offentlige myndigheter i Norge. Hannestads fremgangsmåte viser en interessant måte å knytte noe gjenkjennelig til IKT-bruk som for mange kan virke abstrakt og ukjent.

Engelstad synes DNBs brukermanualer er gode, men kanskje har for mye tekst. Hun mener DNB kunne lært noe av IKEA når det kommer til utformingen: ”What you see is what you do (...) Ikke et eneste ord, bare tegninger hele veien” (Engelstad). Engelstad tror noe av den samme tilnærmingen ville gjort brukermanualene til DNB mer overkommelige.

På samme måte som at teksten er tilpasset den eldre målgruppen er det viktig at kursholderen ikke hopper over noen steg. Kirsebom-Aronsen sier det slik:

(...) for deg og meg er kanskje innlogging ikke et steg, men for eldre så er det kanskje det vanskeligste steget for du må ha en kodebrikke, du må ha en kode, du må ha et personnummer og oi, det var veldig mange ting på en gang” (Kirsebom-Aronsen)

Flere av mine eldre informanter har deltatt på kurs, og deres erfaringer kan kanskje gi en pekepinn på hva som fungerer og hva som kan være utfordrende.

¹ Annette Hannestad er ikke en av mine hoved-informanter, men på et møte hos Seniorsaken fikk jeg

Tore følte at kurset han deltok på var tilpasset brukere i hans aldersgruppe, både de som hadde noe forkunnskap og de som var ”helt blanke”. Berit har erfaring med å lære opp venninner og hun tror det er essensielt at man får prøve seg frem selv. Samtidig tror hun det er viktig å tydelig skrive opp hvordan man går frem. Dette er noe flere eldre informanter trekker frem som noe positivt, ettersom det man har lært enklere kan tas i bruk hjemme.

Anne lærer også best når hun får prøve selv, og måtte flere ganger til banken for å friske opp i kunnskapen: ”Jeg måtte ha det inn med teskje” (Anne). Anne følte at hun møtte tålmodighet i denne opplæringsfasen, både fra barnebarnet og de ansatte i banken:

”Han som hadde de kursene der borte han var veldig tålmodig, han behandlet oss gamle veldig fint. Jeg fikk beskjed om at jeg måtte bare komme igjen. Da jeg kom igjen så var det helt greit” (Anne).

Denne følelsen av tålmodighet og åpenhet er noe hun trekker frem som viktig motivasjonsfaktor, og det kan kanskje være lønnsomt for DNB å dyrke dette i sine kurs. Elise har deltatt på flere IKT-kurs, med varierende erfaringer. I et tilfelle ble hun sittende langt bak og hadde vanskeligheter med å se skjermen. Dette viser at det også er viktig å tenke over det fysiske læringsmiljøet. En annen gang var det kursholderen som viste hvordan man gikk frem, mens man selv bare satt passivt og fulgte med, dette opplevde hun som negativt. I likhet med mine andre eldre informanter lærer Elise best av å gjøre det selv: ”Jeg er vel den typen som må sitte å gjøre det, mens noen forteller meg det” (Elise). Generelt sett synes hun kursingen må gjøres lystbetont slik at folk får lyst til å lære: ”Da kan det hende at folk har lyst til å komme. Man må være litt sånn fri og ha gode muntlige innslag” (Elise)

Kort oppsummert ser det ut til at læring gjennom prøving er viktig. Representantene for DNB og Seniorsaken tror nettbrett er den beste opplæringsplattformen, da den er mer intuitiv enn den ”tradisjonelle” pc-baserte nettbanken. Videre er det viktig at man bruker et språk som alle forstår, og grundig vise hvordan man går frem for å koble seg på nettbanken. Det kan kanskje være nyttig å visualisere og kontekstualisere fremgangsmåten til noe man allerede kjenner. Avslutningsvis trekker noen av mine eldre informanter frem at kursingen bør preges av åpenhet og lav takhøyde, slik at man får lyst til å lære.

6.5 Digitaliseringen av samfunnet

UP 5: Hvilke tanker har de eldre om den generelle digitaliseringen av samfunnet?

”Plutselig føler man seg fryktelig gammel, når man vært med på alt her, den utviklingen. Jeg husker min mor sa når det kom noe nytt: Ja, det er slutten på verden, vi lever i verdens siste tid. Og nå kan du si vi har kommet enda nærmere (latter). Det har vært sånn hele tiden, tenker jeg.” (Elise)

Tidligere i oppgaven så vi tendensen til at mine eldre informanter generelt sett er skeptiske til utviklingen som gjelder mer bruk av selvbetjente tjenester og digitale verktøy. I denne seksjonen vil jeg undersøke de eldres tanker rundt den generelle digitaliseringen av samfunnet.

Christin Engelstad i Seniorsaken mener at bankene og andre store samfunnsaktører har et spesielt samfunnsansvar for å legge til rette for de som ikke klarer følge med i en stadig mer digitalisert verden: ”Da mener jeg at spesielt større statlige institusjoner må ta sitt samfunnsansvar og vise omsorg for mennesker som ikke klarer å henge med i det digitale samfunnet” (Engelstad). Hun snakker om en ”omsorgsfull omlegging” og fortsetter: ”Vi får jo mye input om at den digitale verden går så fort, og at man kan ikke regne med at vi alle skal henge med” (Engelstad). Selv om hun ser at banken er nødt til å svare på de endrede konkurransevilkårene i markedet, mener hun også de må de også sørge for å ta vare på de som faller utenfor. Engelstad tror dette blir en stor utfordring i tiden fremover og mener bankene vil møte mye motbør i befolkningen om dette ikke blir gjort på en riktig måte. Hun trekker frem tiltaket til DNB som et steg i riktig retning, men ser generelt sett at eldre kunder har liten prioritet i banknæringen:

”Jeg synes sånn som DNB gjør nå er positivt, at man opplever læring og at de investerer i det å få kundene over på nett og nettbank. Men, jeg lurer på hva som skjer etterpå, nettopp med det manglende fokus man har på eldre mennesker.” (Engelstad)

6.5.1 Digital ekskludering

SIFO-rapporten *Eldres vurderinger av forbrukermarkedene før og nå* (Berg 2013) viser til en dobbel utfordring når det kommer til det å bli gammel. For de første går ting gradvis saktere for den enkelte. Samtidig går utviklingen og omstillingshastigheten i samfunnet stadig raskere, noe som er særlig gjeldende når det kommer til teknologi. Tidligere har jeg vært inne på hvordan de negative holdningene til banknæringens utvikling kan henge sammen med den mer generelle digitaliseringen av samfunnet. Informantene mine mener det er svært viktig å følge med på den digitale utviklingen for å kunne være en del av samfunnet:

“Ja, det er veldig viktig. Jeg skjønner at hvis ikke så blir jeg jo helt akterutseilt, helt utenfor. Jeg må være med.” (Anne)

“Alt går jo på data. Hva skulle jeg gjort uten? Uten data så ville jeg vært helt lost, rett og slett, det mener jeg. For alt blir jo nedlagt rundt deg, alt går på data. Hvis jeg ikke hadde hatt data så hadde jeg vært helt utenfor, men det er kanskje fordi jeg er så vant til det.” (Berit)

”Du kan si det at hvis du har alle menneskene på et rullebånd, så jo eldre du blir jo nærmere kommer det et stup og til slutt blir de som står igjen de som kan det her. (...) Det føles som vi klorer oss fast.” (Elise)

Anne ser betydningen av å være på nett. Berit kan ikke se for seg en hverdag der hun ikke bruker IKT og tror hun hadde følt seg helt utenfor om hun ikke hadde det. Elise sammenligner utviklingen med et samleband der hun klorer seg fast for å holde seg oppdatert og ikke falle utenfor ”stupet”. Hun opplever at det til stadighet skjer nye endringer i teknologien, og at det er vanskelig å følge med. Denne store utviklingen er noe Anne understreker i følgende sitat:

”Alt sammen forandrer seg. Jeg skal ikke stoppe verden, det er ikke det jeg vil heller. Men, det må være lov til å gå i sin egen hastighet, så får de som vil bruke det, bruke det.” (Anne)

Anne uttrykker videre at hun på tross av sine erfaringer med nettbank og datamaskin, ikke klarer å holde seg oppdatert slik samfunnet krever.

I Nøhrs (2006) studie var det kun cirka halvparten av respondentene som sa seg enige i påstanden om at det å beherske data og internett er viktig for å være en likeverdig deltaker i samfunnet. Mine funn er på ingen måte representative, men de kan tyde på at kravet om å følge med på den digitale utviklingen føles enda sterkere i dag. Elise tror nettopp denne følelsen av digital eksklusjon kan være vanskelig og frustrerende for en del eldre mennesker:

”Men, du hører jo mange som sier at det er ikke bare det med banken, men alt når det gjelder oss eldre at de gjør det for vanskelig for oss. Vi klarer ikke følge med, det føles veldig sårt og bittert for mange også. Man blir på en måte oversett. Når du reiser med toget nå så får du ikke en tabell lengre. Det er det slutt med, du må inn på nettet for å finne ut når toget går. Sånne ting gjør at du blir litt sånn: ”ok, det er greit, jeg skal ikke være med i dette samfunnet.”
(Elise)

Innen sosialgerontologi har man forsøkt å finne svar på hvorfor det aldrende mennesket ofte trekker seg tilbake i samfunnet når de blir eldre. Her er det både forskere som mener det ligger i menneskets natur, men også de som mener det i stor grad avhenger av ytre faktorer (Daatland, 2000). Med utgangspunkt i Elise sitt eksempel kan det å ikke følge den digitale utviklingen forsterke følelsen av å ikke lenger være en del av samfunnet, der bankkontorenes nedleggelse kun er enda en spiker i kista. Avslutningsvis vil jeg nå kort ta for meg hvordan alder og andre faktorer påvirker aksept og anvendelse.

6.5.2 Alder som hindring?

”Det er noe med at man mister en slags identitet da, som enkeltmenneske i det øyeblikket du plutselig blir definert som gammel. Gamle mennesker liker sånt, de er sånn og vil ikke det.”
(Berit)

Berit føler at det å bli definert som gammel fjerner noe av den identiteten man har som enkeltmenneske. Christin Engelstad fra Seniorsaken hevder at det eksisterer store fordommer mot eldre som gruppe: ”Det der med å generalisere eldre er som å generalisere alle andre grupper som å si: unge nå til dags eller alle 40-åringene er sånn” (Engelstad). I denne oppgaven har jeg forsøkt å vise hvordan det å ta i bruk digitale banktjenester påvirkes av et bredt antall av

faktorer. Dette med alder er heller ikke et entydig begrep, noe som igjen gjør det vanskelig å gripe hvordan man skal nå ut til dem man definerer som eldre.

Engelstad deler opp seniorer i to grupper, de *yngre eldre* og *eldste eldre*, en inndeling man kjenner fra sosialgerontologien. De yngre eldre er de under 75 år og der tror hun svært mange er på nett og er helt selvhjulpne. Hun ser også at bruk av IKT avhenger av andre faktorer som blant annet fysiske faktorer, klasseskiller og tidligere arbeidserfaring:

”Helsefagsarbeider, brannmenn, rørleggere de har ikke kunne benytte noen form for IKT i jobben sin (...) De synes jeg er en vel så glemt gruppe, som ingen snakker om. Det er ikke bare alder.” (Engelstad)

Mannen til Anne er tidligere rektor, og sluttet i arbeidet akkurat da bruk av datamaskin var på vei inn. Derfor har han aldri lært seg det. For Elise var arbeidsplassen det første møtet med datamaskin, og nettopp det som motiverte henne til å kjøpe en selv:

” Det er jo vi som har kommet over 70 og over det som har det vanskeligst. For de som er 60 år i dag, unge pensjonister, de har det jo data alle sammen sikkert, for de er vant med det fra jobben.” (Elise)

Den andre gruppen eldre er de Engelstad definerer som de *eldste eldre*, altså de over 80 år, hun mener de må få slippe å lære seg nettbank. Hun mener de ofte er for gamle til å lære nettbank og digitale verktøy. Mye av årsaken ligger i deres fysiske begrensninger, som innskrenket bevegelighet eller svekket hukommelse:

”Men, vi må ikke glemme at selv om vi blir tilbudt et opplæringsprodukt er det jo mange som ikke kan læres opp. Det er jo de som vil kaller de *eldste eldre*, de kommer rett og slett ikke til å kunne benytte seg av et sånt kurs eller et sånt verktøy og hvis man tenker etter så er det som om man tilbyr folk et førerkort uten at man sørger for at de har bil. Du sitter ikke med en PC hjemme uten å kunne håndtere den.” (Engelstad)

Hun sammenligner opplæring av de *eldste eldre* med å tilby førerkort til en uten bil. For å møte dette problemet foreslår Engelstad at bankene bør i større grad satse på å nå ut til

pårørende. I mange tilfeller er det slik at eldre er avhengig av å få hjelp fra familie og venner, og derfor er det viktig å nå ut til disse menneskene:

”Bankene må i større grad henvende seg til pårørende og det har jeg ikke sett i det hele tatt (...) Så enkelt kan det gjøres for mor og far, så slipper du å tenke på å lære opp 80-åringene.”
(Engelstad)

I denne siste delen har jeg forsøkt å oppsummere noen av de hovedlinjene jeg har vært inne på tidligere i analysen, samt løfte blikket for å undersøke hvordan utviklingen i banknæringen kan sees i sammenheng med en mer generell digitalisering av samfunnet. Jeg ser at mine eldre informanter opplever det som svært viktig – men samtidig vanskelig - å følge med på den digitale utviklingen, for å være en del av samfunnet. Avslutningsvis så man hvordan bruk av IKT ikke bare avhenger av fysisk alder, men også av andre faktorer, som blant annet tidligere arbeidserfaring. I siste del vil jeg diskutere og drøfte hovedfunnene i denne oppgaven.

7. OPPSUMMERING OG DRØFTING

“Gjennom bankkontorer, postkontorer, post i butikk, bank i butikk, telefonbank, nettbank, apper, mobiltjenester og internasjonale kontorer er vi tilstede der du er. Vi ser på det å møte alle kundene våre som mer enn en ferdighet, det er en kunst. Du skal alltid være trygg på at vi er tilstede, hver dag og når det gjelder som mest” (DNB, 2016c).

DNB er Norges største finanskonsern, og deres konsept ”Bank fra A til Å” skal kommunisere et enormt antall produkter og tjenester til mange målgrupper som har svært ulike behov (Kreativt forum, 2016). I denne oppgaven har jeg undersøkt hvordan kommunikasjonen mellom DNB og eldre kunder foregår og oppleves i forbindelse med digitaliseringen av banktjenester.

Banknæringen gjennomgår et stort hamskifte, det skjer store endringer i bankens kontaktflater og måten de leverer sine tjenester på. Min studie viser at de eldre informantene har stort sett gode opplevelser med digitale banktjenester, men setter fortsatt pris på ansikt-til-ansikt-kommunikasjon. Videre viser studien at det er mange faktorer som kan påvirke eldres brukeraksept av nettbank og IKT. Indre motivasjon, teknologi-frykt og sosiale nettverk ser ut til å være blant faktorene, men ytterligere forskning er nødvendig både for å forstå samspillet av disse faktorene og andre mulige faktorer som kan ha en effekt på eldres brukeraksept av digitale banktjenester. Når det kommer til opplæring ser det ut til at man bør gjøre det så enkelt og lystbetont som mulig, og la de eldre prøve seg frem selv. Mine funn kan også tyde på at kravet om å følge den digitale utviklingen føles enda sterkere blant eldre i dag enn tidligere. Studien gir derimot ikke svar på hvordan denne følelsen er blant de eldre som bruker IKT lite eller ingenting i sin hverdag.

I siste del av oppgaven vil jeg utdype og diskutere de sentrale funnene fra analysen, samt peke på noen interessante momenter til videre forskning.

7.1 Fremtidens bank

I analysen så vi hvordan banknæringen blir utfordret i måten de leverer relevante og brukervennlige tjenester som treffer kundene. Store endringer i kundeadferden, kombinert med nye teknologiske løsninger er en av hovedårsakene til at DNB nå velger å legge ned omtrent halvparten av sine filialer. For mange kundegrupper er ikke den fysiske tilstedeværelsen så viktig, men de forventer at banken utvikler seg og leverer enkle og gode tjenester. Kundene er i stor grad med på å definere hva en bank skal være og skaper et press om å levere og innovere.

Et annet sentralt moment er at banknæringen i større grad enn tidligere er nødt til å forholde seg til konkurrenter utenfor landegrensene. I den anledning er det relevant å nevne det kommende EU-direktivet PSD2². I korte trekk handler direktivet om deregulering av banktjenestene. Dette vil åpne markedet for nye og utenlandske aktører, og gjøre det enklere for andre selskaper å erstatte dagens banktjenester (Johannesen, 2016).

Funnene i min analyse maler et bilde av en næring i stor omveltning. Teknologiske trender ser ut til å prege banksektoren, og vil fortsette å gjøre det i tiden fremover. Årsaken til at jeg har valgt å vektlegge dette i en oppgave om DNBs kommunikasjon med eldre bankkunder, er at man ser at virkningene av disse endringene treffer den eldre kundegruppen på en særskilt måte. Statistikk viser at det fortsatt er 150 000 pensjonister som kun bruker bankkontorene og aldri nettbank (Finans Norge, 2016b). Det er derfor viktig for DNB og andre aktører i banksektoren å legge til rette for, og være tilstede for denne store eldre kundegruppen som enda ikke har tatt steget over på en digital plattform.

7.2 Digitaliseringens utfordring

En av utfordringene til DNB handler om å bevare følelsen av service og menneskelig kontakt, på tross av det faktum at mange filialer nå blir nedlagt. Mange eldre forbinder banken med

² PSD2 står for Directive on Payment Services. “Formålet med direktivet er å modernisere regelverket i tråd med utviklingen i markedet, åpne opp for nyskaping på området, samt å fremme sikrere tekniske betalingsløsninger. Videre er målet å øke forbrukernes valgfrihet og redusere kostnadene ved bruk av betalingstjenester” (Regjeringen, 2016)

det fysiske kontoret og menneskene du møter der. Mine eldre informanter har generelt sett gode erfaringer med bruk av selvbetjente løsninger og kundeservice via telefon. Likevel synes flere at telefontjenesten ikke er en fullverdig erstatter til ansikt-til-ansikt kommunikasjon. Noen synes dette gjør banken mindre tilgjengelig, mens andre føler at man nå i økende grad blir overlatt til seg selv. Til tross for at banken i stor grad fyller de eldre informantenes funksjonelle behov, ser det ut til at de har større problemer med å bygge opp under deres emosjonelle behov. Et viktig spørsmål for fremtidens bank ser derfor ut til å være hvordan kan man ta med seg det relasjonelle aspektet inn i det digitale.

Mine eldre informanter er fornøyde med de digitale banktjenestene slik de er nå, og bruker de hovedsakelig på PC. Ingen bruker mobilbank, og ser heller ikke behovet for det. Årsaken til dette ligger nok i det faktum at mine informanter har brukt nettbank i flere år, og det var på datamaskin de lærte å bruke tjenesten først. Dette ligner funnene fra tidligere forskning, der flere eldre ikke ønsker å lære mer enn de grunnleggende tjenestene som dekker deres behov (Lybeck og Foladvand 2015 og Solberg 2011). Tall fra Dagligbankundersøkelsen 2015 (Finans Norge, 2015a) viser også at eldre foretrekker nettbank fremfor mobilbank. Dette kan tyde på at de heller ikke er med på drive den generelle utviklingen i banknæringen, da de ikke stiller samme krav til nye og forbedrede tjenester. Likevel må det påpekes at flere av de eldre informantene jeg intervjuet kan beskrives som ”teknologisk nysgjerrige”, og er aktive brukere av både smart-telefon, nettbrett og diverse ”apper”.

Christin Engelstad i Seniorsaken hevder at bankenes kommunikasjon på nett og i filial i liten grad henvender seg til seniorer, og flere av mine eldre informanter opplever at banken nedprioriterer eldre mennesker. Uten å spekulere for mye kan noe av årsaken til at en del eldre ikke bruker mobilbank og andre digitale tjenester henge sammen med det manglende fokuset på eldre i bankens kommunikasjon. Opplæringstiltaket til DNB representerer nok et viktig ledd for å vise hvordan slike tjenester kan være relevante i hverdagen til den eldre kundegruppen. Basert på dette kan man anta at det burde være lønnsomt å fremme den generelle kommunikasjonen mellom bank og eldre kunder, da dette kan styrke følelsen av tilstedeværelse fra DNBs side hos de eldre og dermed også deres kundelojalitet.

7.3 Opplæring og brukeraksept av nettbank

Når det gjelder brukeraksept av nettbank er det flere faktorer som spiller inn. Den yngre generasjonen har vokst opp med datamaskin og internett, og opplever ofte teknologien som intuitiv og naturlig. For en del eldre betyr bruk av nettbank også at de nå skal lære seg å bruke datamaskin for første gang, noe som kan være en stor utfordring i seg selv. To av informantene trekker frem vanskeligheter med å lære IKT i eldre år. De hadde problemer med å forstå systemet og uttrykkene samt å huske hvordan de skulle gå frem fra gang til gang. Dette kan tyde på at den *opplevde brukervennligheten* til nettbanktjenesten påvirker brukeraksepten blant eldre kunder. Det å vise at tjenestene er trygge, fjerne støy i læringsprosessen og motvirke teknologifrykt ser ut til å være viktige deler av opplæringsprosessen.

Indre motivasjon blir også trukket frem som en sentral faktor. Noen ser gleden av å lære seg ny teknologi, mens andre bryr seg hovedsakelig om den *opplevde nytten* teknologien kan gi dem. Kirsebom-Aronsen trekker frem at motivasjonen blant eldre ikke er like intuitiv, derfor må banken være gode til å beskrive verdien av digitale tjenester og vise hvordan det kan være relevant i deres liv.

En annen utfordring DNB ser ut til å ha er å bevare følelsen av valgfrihet selv om de legger ned mange av kontorene sine. Hvis kundene opplever å bli tvunget til å ta i bruk en tjeneste, kan det ha en negativ effekt på holdningene både til tjenesten og tjenesteleverandøren (Reindeers et al. 2008). I en opplæringsituasjon kan tvang føre til opplæringsvegning og tilbaketrekning (Ingebretsen og Endestad, 1993). De eldre informantene jeg intervjuet bruker alle nettbank, men flere trekker likevel frem innskrenkede valgmuligheter som noe negativt. Kirsebom-Aronsen tror det er viktig å vise at det ikke er nødvendig å bli heldigital, men tydeliggjøre at det fortsatt finnes valgmuligheter som kunde hos DNB.

Sosiale nettverk og sosiale normer kan både fremskynde og motvirke Eldres brukeraksept av nettbank. Flere eldre informanter trekker frem familie og venner som viktige støttespillere når det gjelder anvendelse og opplæring i datamaskin og nettbank. For Anne var det at naboen hadde begynt å bruke nettbank en viktig motivasjon for å selv lære seg det. Kommunikasjonsprofessor Maria Bakardijeva (2005) bruker begrepet ”varme eksperter” for

å beskrive hvordan kollegaer, venner eller familie ofte fungerer som kilde til motivasjon og læring.

Det ser også ut til at holdninger i det sosiale nettverket kan ha en negativ effekt på brukeraksept av nettbank. Elise forteller at en del av hennes venner har svært negative holdninger til ny teknologi. Informanten skjuler delvis sin digitale bruk for å opprettholde de sosiale normene. Disse funnene er kun basert på svarene fra en av informantene, men vitner om at det finnes de som aktivt motsetter seg ny teknologi og som ikke ønsker å ta den i bruk, uavhengig av hvordan de vurderer den *opplevde brukervennligheten* og den *opplevde nytten* til selve tjenesten.

Under selve opplæringen er det flere elementer som bør være tilstede. Kirsebom-Aronsen tror mobilbank er en god læringsplattform, da den er mer intuitiv enn den tradisjonelle nettbanktjenesten. Videre er det viktig å bruke et tilpasset språk som alle forstår, ettersom tekniske uttrykk kan virke svært fremmed for mange. I analysen viste jeg hvordan en informant brukte et hus som en metafor for å forklare datamaskinen og dens passord-system. Engelstad tror også det er en god løsning å kommunisere det abstrakte gjennom enkle visuelle hjelpemidler. Mine funn viser at de eldre informantene mener de lærer best når de selv er aktive i prosessen, videre at kursingen bør legge til rette for en åpen og lystbetont atmosfære.

7.4 Eldre i den digitale tidsalder

Digitaliseringen av banknæringen representerer på mange måter en generell tendens i dagens samfunn, hvor stadig flere tjenester og virksomheter blir digitaliserte (Hannemyr et al. 2015). Det opplevde kravet om å følge med i den digitale utviklingen er tydelig blant mine eldre informanter. Flere trekker frem viktigheten ved å holde seg oppdatert for å være en del av samfunnet. Dette kravet om å følge med føles også som en utfordring. Endringene skjer i høyt tempo, noe som resulterer i at mange får vanskeligheter med å følge utviklingen. Noen opplever dette som sårt og bittert, mens andre opplever kravet om omstilling som tvangspregget. På den måten kan digitaliseringen svekke følelsen av tilhørighet til samfunnet. Generelt sett er det ofte slik at høy alder sammenfaller med mindre sosial deltakelse og aktivitet (Daatland, 2000: 163). Mine funn tyder på at følelsen av digital eksklusjon kan være en av de eksterne faktorene som forklarer hvorfor eldre trekker seg tilbake i samfunnet. Dette

kan illustrere viktigheten av å engasjere og motivere eldre til å bruke digitale banktjenester, da det kan øke følelsen av selvstendighet samt tilhørighet i samfunnet. Samtidig ser man også at det eksisterer en del eldre som grunnet fysiske begrensninger har et større problem med å lære seg IKT.

I denne oppgaven har jeg forsøkt å illustrere hvor vanskelig det er å bruke betegnelsen *eldre* til å dekke alle over en viss biologisk alder. Alder preges av et bredt spekter av biologiske, psykologiske, sosiale og kulturelle prosesser (Daatland, 2000: 20). Den økte gjennomsnittsalderen har også skapt et behov for å nyansere denne gruppen ved å bruke betegnelsene yngre eldre og de eldste eldre. Eldre mennesker er derfor på ingen måte en homogen gruppe. Dette ser man tydelig blant mine informanter, der personlighet og tidligere arbeidserfaring samt et stort antall andre faktorer ser ut til å påvirke deres bruk og forhold til IKT.

7.5 Videre forskning

I denne studien har jeg undersøkt hvordan kommunikasjonen mellom DNB og eldre kunder foregår og oppleves i forbindelse med digitaliseringen av banktjenester. For å gjennomføre dette har jeg valgt et utforskende forskningsdesign med et tverrfaglig teoretisk rammeverk. Min studie har flere begrensninger. Blant annet kan den i liten grad generaliseres, da den kun baserer seg på et mindre antall kvalitative dybdeintervjuer. Håpet er at den allikevel kan nyansere problemfeltet gjennom nærheten til de utvalgte informantene. Det var naturlig å velge et eksplorerende design ettersom jeg fant lite tidligere forskning på feltet og ettersom jeg hadde en relativt åpen og bred hovedproblemstilling, slik at jeg induktivt kunne fange opp interessante momenter underveis. Svakheten ved dette er at problemstillingen verken avkrefter eller bekrefter noen av hypotesene gitt av underproblemstillingene. Den kan kun gi indikasjoner på mulige tendenser. Videre kan oppgaven anklages for å gå mer i bredden enn i dybden.

Opgaven peker likevel på en rekke interessante tendenser som gir rom for videre forskning. Først og fremst kan min studie brukes som bakgrunn for en større kvantitativ studie, der man undersøker holdninger og bruk av IKT blant et større utsnitt av den eldre befolkningen. Videre vil det være interessant å gå mer i dybden på hvilke faktorer som

påvirker eldre bruk av nettbank. Min avhandling viser for eksempel kun holdninger blant de som allerede bruker nettbank. Ved å inkludere de som ikke bruker nettbank, kunne man fått en bredere forståelse av hvordan man henvender seg til - og lærer opp - ikke-brukere. I en større studie kunne man også fått en dypere innsikt i hvilke holdninger og følelser eldre har rundt digitaliseringen av samfunnet, og hvorvidt følelsen av digital eksklusjon er en reell tendens blant eldre i dagens samfunn.

Banknæringens digitale omveltning, og hvordan næringen svarer på endrede konkurransevilkår er også et spennende forskningsområde. Måten banknæringen takler denne enorme omstillingsprosessen på kan være viktig lærdom for mange næringer og tjenester i tiden fremover, da digitaliseringen preger store deler av det moderne samfunnet.

Den digitale utviklingen skjer i slikt tempo at forskning på dette området raskt blir utdatert. I tiden fremover det vil derfor være viktig å forske videre på eldre, deres digitale kompetanse og deres livsvilkår i et digitalisert samfunn. Slik informasjon kan være med på å styrke de eldre rolle i samfunnet, og fremme kunnskap om denne store og varierte gruppen mennesker vi kaller "de eldre".

7.6 Epilog

Mot slutten av arbeidet med denne masteroppgaven ble jeg invitert til Seniorsaken for å hjelpe de utforme en spørreundersøkelse om digitale banktjenester. Spørreundersøkelsen ble sendt på mail til Seniorsakens medlemmer, av 3679 invitasjoner fikk de 988 respondenter.³ Noen av resultatene fra denne undersøkelsen er lagt ved som et vedlegg (vedlegg 3). På grunn av tid og plassbegrensninger vil jeg ikke diskutere resultatene fra denne undersøkelsen. Men statistikken kan være interessant til fremtidige studier, siden den tar for seg bruk og holdninger til digitale banktjenester spesifikt blant eldre kunder.

³ Informasjon fra e-mail korrespondanse med ansatt i Seniorsaken.

Litteraturliste

- Bakardjieva, Maria (2005), *Internet Society: The Internet in Everyday Life*. Thousand Oaks, California: Sage.
- Berg, L. (2013). Eldres vurderinger av forbrukermarkedene før og nå. En pilotstudie med innspill fra Forbrukerombudet og Forbrukerrådet. SIFO oppdragsrapport nr. 10-2013. Ref: <http://www.sifo.no/page/Publikasjoner//10081/79358.html>
- Bertheussen, Linn (2016, 19.02). Blir møtt med gråt og sinne. *Nordlys*. Hentet 24.02.2016 fra: <https://web.retriever-info.com/services/archive/displayDocument?documentId=055122201602207BED72361A0732B8B4B23BE9FD026849&serviceId=2>
- Brown, T. (2009). *Change by design : how design thinking transforms organizations and inspires innovation*. Harper Business.
- Chuttur, Mohammad (2009). Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions. All Sprouts Content. Paper 290. Hentet 28.05.16 fra: http://aisel.aisnet.org/sprouts_all/290
- Christensen, Clayton. M. (1997). *The innovator's dilemma : when new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business School Press.
- Daatland, S. O. (2000). *Aldring og samfunn : en innføring i sosialgerontologi*. Fagbokforl. Hentet 19.05.2016 fra: <http://www.nb.no/nbsok/nb/b772a577dd5917f172a8b88a252e7048.nbdigital?lang=no#9>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <http://doi.org/10.2307/249008>
- Denning, Steve (2016). Can Banks Master Disruptive Innovation? Hentet 11.03.16 fra <http://www.forbes.com/sites/stevedenning/2014/12/05/innotribeswift-can-banks-master-disruptive-innovation/>
- Difi (2016). *Tjenestedesign*. Hentet 23.02.16 fra: <https://www.difi.no/artikkel/2014/10/tjenestedesign>
- DNB (2016a). *Min idé*. Hentet 23.02.16 fra: <https://www.dnb.no/labs/min-ide/>

- DNB (2016b). *Historien vår*. Hentet 23.02.16 fra:
<https://www.dnb.no/om-oss/om-konsernet/historien-vaar.html>
- DNB (2016c). *Om oss*. Hentet 23.02.16 fra:: <https://www.dnb.no/om-oss/om-dnb.html>
- DNB (2016d). *DNB tilpasser kontorstrukturen til endret kundeadferd*. Hentet 25. Mai 2016 fra: <https://www.dnb.no/om-oss/presse/arkiv.html>
- DNB (2016e, 16.03). *Står i kø for å lære nett- og mobilbank*.
Hentet: 25.05.2016 fra: <https://dnbfeed.no/teknologi/star-i-ko-for-a-laere-nett-og-mobilbank/>
- DOGA (2016). *Se video fra faglig frokost om tjenstedesign* fra Norsk design og Arkitektursenter. Hentet 25.05.16 fra: <http://doga.no/arrangementer/faglig-formiddag-tjenstedesign-pavirkning-og-effekt>
- Hylland-Eriksen, T. (2005). *Internett i praksis : om teknologiens uregjerlighet*. Scandinavian Academic Press.
- Finans Norge. (2015). *Dagligbankundersøkelsen 2015*. Hentet 29.03.16 fra:
<https://www.fno.no/aktuelt/sporreundersokelser/>
- Finans Norge. (2016a). *Vi blir stadig mer digitale i vår bankbruk*. Hentet 29.03.16 fra:
<https://www.fno.no/aktuelt/sporreundersokelser/dagligbankundersokelsen1/dagligbankundersokelsen-2016/vi-blir-stadig-mer-digitale-i-var-bankbruk/>
- Finans Norge. (2016b). *150 000 pensjonister bruker kun bankkontorene*. Hentet 29.03.16 fra:
<https://www.finansnorge.no/aktuelt/sporreundersokelser/dagligbankundersokelsen1/dagligbankundersokelsen-2016/150-000-pensjonister-bruker-kun-bankkontorene/>
- Findahl, Olle (2013). *Svenskarna och internet* for Stiftelsen för internetinfrastruktur. Hentet 23.05.16 fra: <https://www.iis.se/docs/SOI2013.pdf>
- Forskning.no (2009). *Befolkning: Et aldrende samfunn*. Hentet 2.02.16 fra:
<http://forskning.no/statistikk-demografi/2008/06/befolkning-et-aldrende-samfunn>
- Giovannetti, E., Kagami, M., & Tsuji, M. (2003). *The Internet revolution : a global Perspective*. Cambridge University Press.
- Gloppen, Judith (2012). *Strategisk bruk av tjenstedesign i innovasjonsprosesser*. Hentet 29.03.16, fra: <http://blogg.nhh.no/tjenesteinnovasjon/?p=630>
- Goffman, E., (2013). *Selvets præsentation i hverdagslivet*, Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Haarr, K. (2016) Kommentar: Hvem vinner digitaliseringsracet? Hentet 23.02.16 fra: <http://e24.no/article/23619729>

- Hannemyr, G. (2015). *Digitale medier : teknologi, anvendelser, samfunn* (3. utg.). Universitetsforl.
- Ingebretsen, Reidun og Tor Endestad (1993). *På skolebenken i eldre år? : en kartlegging av interesse for kurs og studievirksomhet*. Oslo. Norsk gerontologisk institutt.
- Johannesen, Stian Øvrebø (2016). *DNB har ikke innovert noen ting* hentet 16.05.2016 fra: <http://www.dn.no/grunder/2016/04/03/2047/Teknologi/-dnb-har-ikke-innovert-noen-ting>
- Joheim, Martin (2016, 03.02). *Ordførerne har full forståelse for avgjørelsen* i Tønsberg Blad. Hentet 24.02.16 fra: <https://web.retriever-info.com/services/archive/displayDocument?documentId=05524220160205CA5ED09B9BB35F68C62273047A76E8BA&serviceId=2>
- Johnsbråten, F. Å. (2016, 11.02). *Skiftet bank – opplevde at 68 år som kunde ikke betydde noe!* Hentet 16.05.2016 fra <http://ostfold.seniorsaken.no/2016/skiftet-bank-opplevde-at-68-ar-som-kunde-ikke-betydde-noe/>
- Krokan, A. (2015). *Det friksjonsfrie samfunn: om utviklingen av nye digitale tjenester*. Oslo: Cappelen Damm.
- Kvale, S. (1997). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo, Gyldendal.
- Lorch-Falch, S. (2014, 19.10). *Finans Norge tror Norge i praksis er kontantfritt innen fem år*. E24. Hentet 11.03.16 fra <http://e24.no/article/23315341>
- Lorentzen, M. (2016, 02.02). *Landets tredje største sparebank kutter 100 årsverk: – En digitalisering vi ikke har sett maken til*. E24. Hentet 23.02.16 fra <http://e24.no/article/23608259>
- Lybeck, K. M. og Foladvand, M. (2015). *Eldre og den digitale verden : en kvalitativ studie Av hvordan 11 eldre takler den digitale hverdagen*. Høgskolen i Hedmark.
- Miller, Jody og Glassner, Barry (2011) *The inside and the outside: Finding realities in Interviews* i Silverman, David (2011) *Qualitative research 3rd Edition*, Sage publications, London
- Norlie, A., & Nordvik, A. (2012). *Tjenestdesign : kan bruk av tjenestdesign være hensiktsmessig for å frembringe god kundeopplevelse?*
- Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., & Larsen, L. O. (2013). *Metodebok for mediefag* (4. utg.). Fagbokforl.
- Øyvind N. Nøhr. (2006). *De kompetente eldre : aldring og digital kompetanse - konflikt eller lykke?* (Bd. nr 128/2006). Høgskolen i Lillehammer.

- Reinders, Machiel, Dabholkar, Pratibha og Frembach, Ruud T. (2008). *Consequences of Forcing Consumers to Use Technology-Based Self-Service* I Journal of Service Research
- Regjeringen (2016). *Revidert betalingsstjenstedirektiv - PSD 2*. Hentet 20.05.2015 fra:
<https://www.regjeringen.no/no/sub/eos-notatbasen/notatene/2013/okt/revidert-betalingsstjenstedirektiv---psd-2.-/id2434721/>
- Merton, R. K. (2000). *Social theory and social structure* (New York, NY: Free Press.
- Ryen, A. (2002). *Det kvalitative intervjuet : fra vitenskapsteori til feltarbeid*. Fagbokforl.
- SAS Institute (udatert). *Ingen er trygge*. Hentet 26.05.16 fra:
<http://sas-refleksjon.no/ingen-er-trygge/>
- Seniorsaken (2016). *Om Seniorsaken*. Hentet 29.03.16 fra:
<http://seniorsaken.no/om-seniorsaken/>
- Sjøberg, Jeanette (2016, 05.02). *DNB-sjef Rune Bjerke vil vippse hele banken*. Aftenposten.
Hentet 25.05.16 fra: <http://www.aftenposten.no/okonomi/DNB-sjef-Rune-Bjerke-vil-Vippse-%20hele-banken-8344909.html>
- Slette-meås, Dag (2014). *IKT-bruk i befolkningen og barrierer for digital inkludering*. SIFO
Hentet 29.03.16 fra: http://www.sifo.no/files/file79744_oppdagsrapport_2-2014_web.pdf
- Solberg, T. S. (2011). *Eldre og nettbank : en kvalitativ studie av fem eldres opplevelser av nettbanktjenester*, Høgskolen i Hedmark
- SSB (2016). *Bruk av IKT i husholdningene* hentet 12.05.2016 fra:
<https://www.ssb.no/statistikkbanken/selecttable/hovedtabellHjem.asp?KortNavnWeb=ikt&CMSSubjectArea=teknologi-og-innovasjon&checked=true>
- Stickdorn, M., & Schneider, J. (Red.). (2015). *This is service design thinking: basics, tools, cases* (5. print. in paperback). Amsterdam: BIS Publ.
- Sundberg, J. D. (2016). *DNB kutter filialer og kvitter seg med 600 årsverk*. E24. Hentet 9.02.16 fra <http://e24.no/article/23609046>
- Svanemyr, S. (2016, 04.02). *Seniorsaken har kontaktet departementet om DNB: – Vi har hatt et rush av telefoner*. E24. Hentet 23.02.16 fra:
<http://e24.no/article/23609762>
- Syvvertsen, T. (2010). *Medieforskerne hater gamle mennesker*. Norsk medietidsskrift, 17(4).
Hentet fra <http://www.idunn.no/ts/nmt/2010/04/art11>
- Tero Pikkarainen, Kari Pikkarainen, Heikki Karjaluo, & Seppo Pahlila. (2004). *Consumer*

- acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model*. Internet Research, 14(3), 224–235. <http://doi.org/10.1108/10662240410542652>
- Thagaard, T. (2009). *Systematikk og innlevelse : en innføring i kvalitativ metode* (3. utg.). Fagbokforl.
- Tjora, Aksel. (2010). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Gyldendal akademisk.
- TV2 (2016) *Eldreopprør mot DNB*. Hentet 28.05.16 fra <http://www.tv2.no/v/1017575/>
- Venkatesh, V. (2000). *Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model* i Information systems research, Vol 11, no 4
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996) *A model of the antecedents of perceived ease of use: Development and test*. Decision Science Vol 27 Number 3.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. *Management Science*, 46(2), 186–204. <http://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- WEF (2015) *The Future of Financial Services - How disruptive innovations are reshaping the way financial services are structured, provisioned and consumed*. Hentet 12.05.16 fra: http://www3.weforum.org/docs/WEF_The_future_of_financial_services.pdf
- Wig, K. (2016, 08.02). *Danske Bank og DNB i full krig om fremtidens betalingsløsninger*. E24. Hentet 19.05.16 fra <http://e24.no/privat/teknologi/danske-bank-og-dnb-i-full-krig-om-fremtidens-betalingsloesninger/23607829>

VEDLEGG 1: Godkjenning fra NSD

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hårfagres gate 29
N-5007 Bergen
Norway
Tel: +47-55 58 21 17
Fax: +47-55 58 96 50
nsd@nsd.uib.no
www.nsd.uib.no
Org nr. 985 321 884

Martin Engebretsen
Institutt for nordisk og mediefag Universitetet i Agder
Serviceboks 422
4604 KRISTIANSAND S

Vår dato: 01.03.2016

Vår ref: 47004 / 3 / BGH

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 27.01.2016. Meldingen gjelder prosjektet:

<i>47004</i>	<i>Hvordan kommuniserer SpareBank 1 nye digitale løsninger til eldre brukere</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>Universitetet i Agder, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Martin Engebretsen</i>
<i>Student</i>	<i>Sindre Haugan</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 01.06.2016, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Vigdis Namtvedt Kvalheim

Belinda Gloppen Helle

Kontaktperson: Belinda Gloppen Helle tlf: 55 58 28 74

Vedlegg: Prosjektvurdering

Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.

Avdelingskontorer / District Offices:

OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uio.no
TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07. kyrre.svarva@svt.ntnu.no
TROMSØ: NSD, SVF, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. nsdmaa@sv.uit.no



INFORMASJON OG SAMTYKKE

Ifølge prosjektmeldingen skal utvalget (ansatte og eldre) informeres muntlig om prosjektet og samtykke til deltakelse. For å tilfredsstille kravet om et informert samtykke etter loven, må utvalget informeres om følgende:

- hvilken institusjon som er ansvarlig (Universitetet i Agder)
- prosjektets formål / problemstilling
- hvilke typer opplysninger som samles inn
- at opplysningene behandles konfidensielt og hvem som vil ha tilgang
- at det er frivillig å delta og at man kan trekke seg når som helst uten begrunnelse
- dato for forventet prosjektslutt (01.06.2016)
- at data anonymiseres ved prosjektslutt
- hvorvidt enkeltpersoner vil kunne gjenkjennes i den ferdige oppgaven
- kontaktopplysninger til student og veileder.

REKRUTTERING

Deltakerne i prosjektet rekrutteres enten gjennom kontakt i Sparebanken 1 eller annet kontaktnettverk. I følge meldeskjemaet så er studenten i kontakt med utvalget. Personvernombudet forutsetter at det tas hensyn til konfidensialitet og frivillighet når personene forespørres om deltagelse.

INFORMASJONSSIKKERHET

Personvernombudet legger til grunn at dere behandler alle data og personopplysninger i tråd med Universitetet i Agder sine retningslinjer for innsamling og videre behandling av forskningsdata og personopplysninger.

PROSJEKTSLUTT OG ANONYMISERING

I meldeskjemaet har dere informert om at forventet prosjektslutt er 01.06.2016. Ifølge meldeskjemaet skal dere da anonymisere innsamlede opplysninger. Anonymisering innebærer at dere bearbeider datamaterialet slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes. Det gjør dere ved å slette direkte personopplysninger, slette eller omskrive indirekte personopplysninger og slette digitale lydopptak.

VEDLEGG 2: Intervjuguider

Intervju – DnB

Innledning

- Hva er stillingen din?
- Hvor lenge har du jobbet i DnB
- Kan du fortelle litt om samarbeidet dere har startet med Seniorsaken
- Hva er din rolle i dette arbeidet?

Endringer i banknæringen

- Kan du beskrive hvordan digitaliseringen av tjenester påvirker DnB og kontakten med kunder?
- Hvilke muligheter gir det?
- Hvilke utfordringer medfører det?
- Hvordan påvirker det kontaktflatene i banken?
- Hvordan opplever du at eldre reagerer på disse endringene?
- Hvorfor tror du noen eldre reagerer negativt på denne utviklingen?

Oppfatninger om de eldre som kunder

- Er det noe du opplever som typiske trekk blant eldre kunder med hensyn til deres atferd og behov som bankkunder?
- Ser du noen forskjeller på yngre og eldre kunder når det kommer til bruk av nettbank o.l
- Sett bort i fra fysiske faktorer, tror du eldre er i stand til å bruke tjenestene deres på lik linje med andre? (Hvorfor, hvorfor ikke)
- Hva mener du kan være viktige tiltak for å få med de som ikke bruker nettbank og andre selvbetjeningstjenester?

Tiltak for eldre kunder

- Hvilke plattformer bruker dere for å nå eldre brukere?
- Hvilke kanaler tror du er viktigst og hvorfor?
- Tiltak overfor eldre kunder (Kursing, hjelp på kontor, online demobank, telefonsupport)
- Kan du fortelle litt om hvordan du tenker når dere utformer kursmateriell og bruksanvisninger til eldre?

- Er det forskjeller i hvordan dere henvender dere til eldre versus unge?
- Hva slags incentiver brukere dere? (Positive versus negative incentiver: Fokus på fordeler ved bruk av tjeneste eller høye gebyrer og lignende ved manuelle tjenester)
- I hvilken grad opplever du at familie og venner er viktige for å få med de som har mindre erfaring med nett og data?

Tjenstedesign

Tjenstedesign handler om å gjøre tjenester nyttige, brukervennlige, attraktive og effektive. Ved å forstå tjenesten fra brukerens perspektiv, og se helheten i brukeropplevelsen. I DnB kan man kanskje se dette gjennom Min Ide og innovative tjenester som VIPPS.

- Vil du si at kunder i dag er i større grad enn tidligere med på å påvirke hva en bank skal være, og hva den skal tilby av tjenester?
- Hvorfor er dette viktig?
- I hvilken grad vil du si eldre er med på å styre denne utviklingen?
- Er det en større konkurranse mellom bankene om å være først ute med nye tjenester?
- Hvordan balanserer dere ønsket om å være først ute med nye tjenester (som Vipps) med ønsket om å få alle med på overgangen til en digital plattform?
- Går det an å si noe generelt om fremtidens bank og banktjenester?

Oppsummering

- Har dere lært noe av samarbeidet med Seniorsaken?
- Er det noe du ønsker å utdype eller si noe mer om?
- Avslutt med å fortelle om prosjektets videre gang, intervjuer med seniorsaken, eldre informanter og målsetningen med min oppgave.

Intervju - Seniorsaken

Innledning

- Hvor gammel er du
- Utdannelse
- Yrkesbakgrunn
- Daglig virke

Om seniorsaken

- Hva er Seniorsaken?

- Kan du fortelle litt om samarbeidet med DnB

Digitaliseringen av banknæringen

- Kan du beskrive hvordan digitaliseringen av banknæringen påvirker deres medlemmer?

- Hva ser du av muligheter ved denne digitaliseringen?

- Hva mener du er utfordringene knyttet til digitaliseringen?

- Hvorfor tror du noen eldre reagerer negativt på denne utviklingen?

- Jeg leste i en artikkel at du ønsket "en omsorgsfull overgang", kan du fortelle hva du mener med det uttrykket?

Eldre som bankkunder

- Er det noe du opplever som typiske trekk blant eldre kunder med hensyn til deres atferd og behov som bankkunder?

- Tror du man ofte undervurderer eldre menneskers digitale kompetanse? (Hvorfor tror du det er slik)

- Tror du man overvurderer eldre menneskers digital kompetanse? Forutsetter at de kan mer enn de faktisk gjør?

- Sett bort i fra fysiske faktorer, tror du eldre er i stand til å bruke tjenestene deres på lik linje med andre? (Hvorfor, hvorfor ikke)

Tiltak for eldre

- Mener du at det er bankenes ansvar å sørge for at kunder lærer seg digitale tjenester

- Har du noen tanker om tiltak for å få ikke-brukere over til å bruke nettbank og andre digitale tjenester?

- Tidligere har bankene justert gebyrsatsene for manuelle tjenester, har du noen tanker om den måten å få flere over på selvbetjeningsløsningene?

- Opplever dere at hjelp fra familie og venner spiller en viktig rolle?

Tjenstedesign

Det er mye som viser til at banken blir mer brukerorientert, og kundene er i større grad med på å påvirke hva en bank skal være, og hva den skal tilby av tjenester, dette ser man i DnB gjennom VIPPS og Min Ide

- Tror du kunder i dag kan i større grad påvirke hva en bank skal være, og hvordan den skal tilby sine tjenester?

- I hvilken grad tror du eldre er med på å styre denne utviklingen?

- Forholdet mellom innovasjon og tradisjon, hvordan mener du bankene klarer å balansere dette?

Oppsummering

- Har dere lært noe nytt av samarbeidet med DNB?
- Er det noe du ønsker å utdype eller si noe mer om?
- Avslutt med å fortelle om prosjektets videre gang, intervju med DNB, eldre informanter og målsetningen med min oppgave.

Intervju - Eldre

Innledning

- Hvor gammel er du
- Utdannelse
- Yrkesbakgrunn
- Daglig virke
- Sivilstatus
- Hvilken bank bruker du?

Bruk av nettbank

- Hva bruker du for å koble deg på nett/ bruke nettbank? (Mobil, iPad, Datamaskin)
- Hvor ofte går du i banken?
- Hvilke banktjenester bruker du? (Personlig oppmøte i bank, autogiro, nettbank, e-faktura, kontofon, mobilbank)
- Hvor ofte bruker du nettbank?
- Kan du beskrive hvordan du begynte å bruke nettbank
- Har du noen problemer når du bruker nettbank?
- Har du hørt om tjenesten Vipps, benytter du deg av den?
- Har du hørt om mobilbank? Benytter du deg av dette?
- Hvorfor/ Hvorfor ikke?
- Hva skal til for at du vil benytte deg av det?
- Får du hjelp av familie og venner til å bruke slike ting? Hvorfor/ hvorfor ikke?

Digitaliseringen

- Hva synes du om at stadig flere banktjenester må gjøres gjennom datamaskin?
- Hvordan vil du beskrive ditt forhold til tekniske ting (digitalt kompetent)
- Mener du at tjenester er lagt til rette for deg? Hvordan kunne det evt. vært gjort annerledes?
- Opplever du de digitale banktjenestene som brukervennlige? (Hvorfor/ Hvorfor ikke?)
- Opplever du at de digitale banktjenestene er nyttige?
- Klarer du å holde følge med den digitale utviklingen? (Hvorfor/ Hvorfor ikke?)
- Føler du at det er nødvendig å beherske data og internett for å være en del av samfunnet? (Hvorfor/ Hvorfor ikke?)

Forholdet til banken

- Hva mener du er avgjørende for at du skal være tilfreds som kunde i banken?
- Hvordan opplever du endringene i banken?
- Hvordan synes du hjelpen har vært fra banken sin side?
- Kan du beskrive hvordan du går frem for å lære nye digitale tjenester?
- Har du noen som lærer deg dette?
- Har endringene i banktjenestene endret forholdet ditt til banken?
- Hvordan tror du banken kommer til å endre seg i fremtiden?

Syn på eldre

- Har du opplevd at du blir undervurdert på grunn av alderen?
- Opplever du noen gang å bli diskriminert på grunn av alderen?

Oppsummering

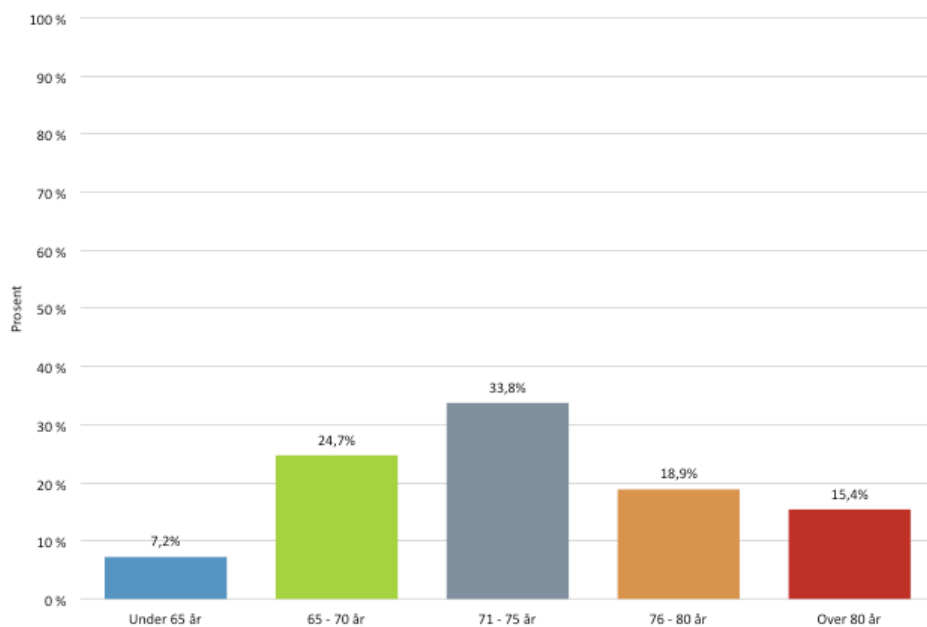
- Er det noe du ønsker å utdype eller si noe mer om? Har du noen avsluttende tanker om hvordan banken kan bedre appellere til eldre?

VEDLEGG 3: Statistisk data fra Seniorsaken

Digitale banktjenester

23.05.2016 14:58

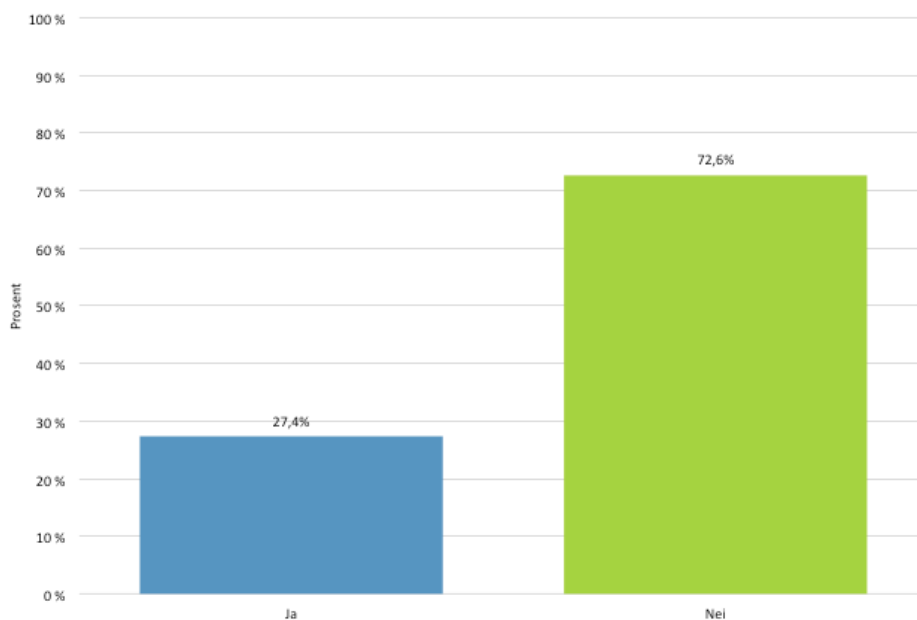
1. Hva er din alder?



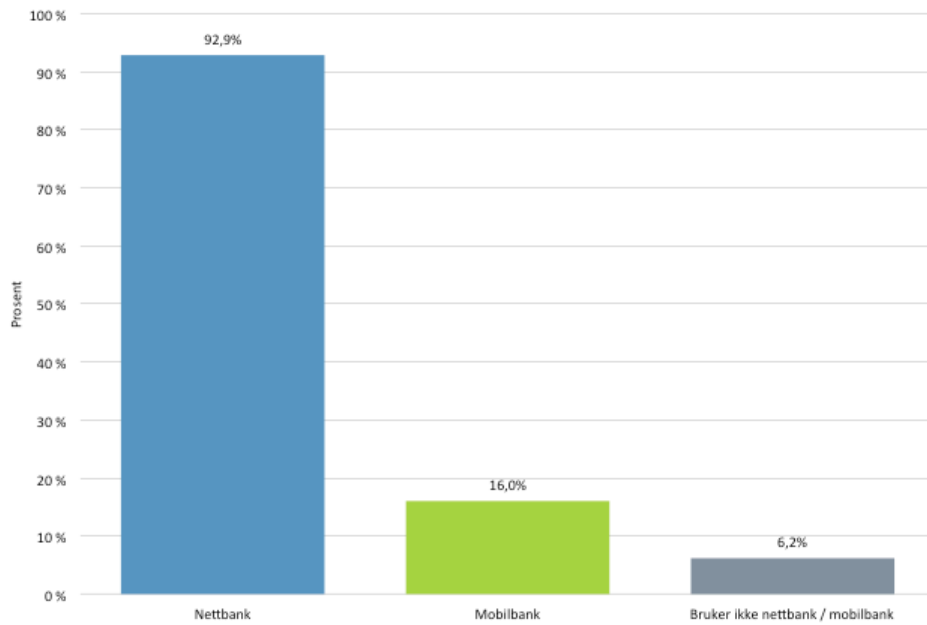
Digitale banktjenester

23.05.2016 14:58

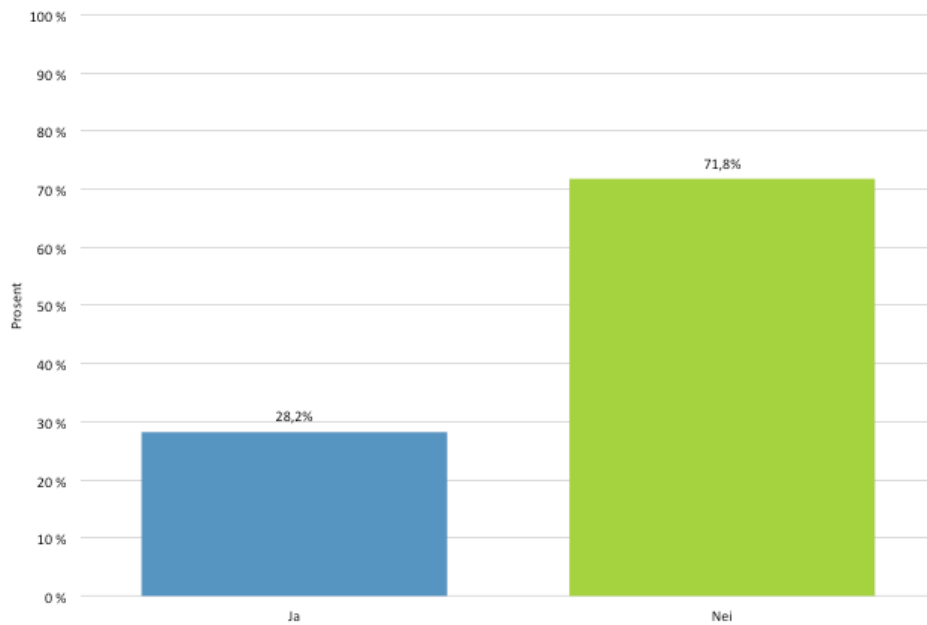
4. Bruker du tradisjonelle banktjenester som bankkontor / -filial, bank i butikk eller brevgiro?



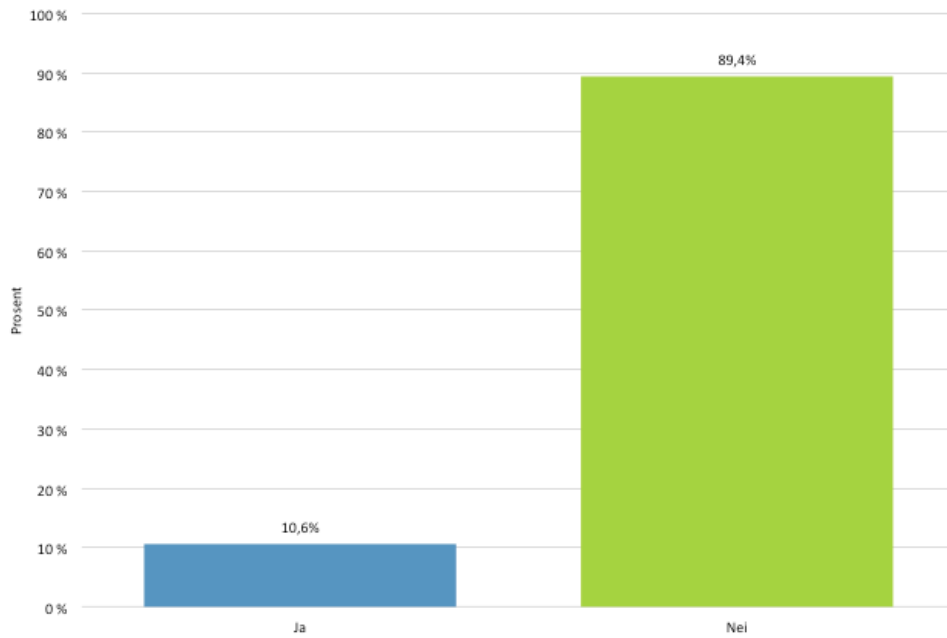
5. Bruker du digitale banktjenester som?



6. Hjelper du andre personer med utføre digitale banktjenester?



12. Har du noen gang opplevd at banken din har kontaktet deg for å gi deg opplæring i / innføring i nettbank eller opprettelse av nettbank?



16. Hvor lenge har du brukt nettbank?

