



# Grønne boliglån

*En casestudie av grønne boliglån hos SpareBank 1 Hallingdal  
Valdres*

**Sofia Mahmood og Maren Simonsen**

**Veileder: Kari Nyland**

Mastrutredning i økonomisk styring

NORGES HANDELSHØYSKOLE

Dette selvstendige arbeidet er gjennomført som ledd i masterstudiet i økonomi- og administrasjon ved Norges Handelshøyskole og godkjent som sådan. Godkjenningen innebærer ikke at Høyskolen eller sensorer innestår for de metoder som er anvendt, resultater som er fremkommet eller konklusjoner som er trukket i arbeidet.

## Forord

Denne masterutredningen er skrevet i forbindelse med masterstudiet i økonomi og administrasjon ved Norges Handelshøyskole. Oppgaven har et omfang på 30 studiepoeng og utgjør det selvstendige arbeidet innenfor vår hovedprofil i økonomisk styring.

Arbeidet med masterutredningen har vært spennende og utfordrende. Det har vært interessant å undersøke noe som er ganske nytt og lite forsket på. I den anledning ønsker vi å rette en stor takk til SpareBank 1 Hallingdal Valdres som har vært utgangspunkt for utredningens tema, og til alle informanter som bidro i studen. Deres bidrag og engasjement har vært verdifull for gjennomføringen og resultatet av studien.

Vi vil også takke venner og familie for all tålmodighet og støtte dere har vist oss underveis i prosessen. Avslutningsvis ønsker vi også å takke vår veileder, Kari Nyland, for gode råd og nyttige tilbakemeldinger gjennom prosessen. Vi setter stor pris på dine bidrag gjennom diskusjoner, innspill og tilbakemeldinger.

Norges Handelshøyskole, Bergen, 01.06.2022

---

Sofia Mahmood

---

Maren S. Simonsen

## Sammendrag

Denne masteroppgaven er en studie av ulike faktorer som kan ha betydning for lønnsomheten til grønne boliglån. Vi har gjennomført en casestudie med utgangspunkt i SpareBank 1 Hallingdal Valdres som er en pådriver i det grønne skiftet og som derfor var tidlig ute med å lansere grønne boliglån i Norge. De siste årene har grønne boliglån i større grad kommet på det norske markedet. Disse gir normalt rimeligere boliglånsrente sammenlignet med ordinære boliglån. Grønne boliglån fungerer dermed som et insentiv for å øke andelen av grønne boliger. Vår utredning har som formål å kartlegge ulike faktorer som kan ha betydning for lønnsomheten til grønne boliglån, og hvordan de vil påvirke bankens strategiske valg.

Ved bruk av kvalitative analyser har vi kartlagt ulike faktorer som kan påvirke markedet for grønne boliglån. Et betydelig volum vil kunne være avgjørende for at grønne boliglån skal bli et lønnsomt produkt for banken å tilby. Analysen viser at høye strømpriser og rentekostnader kan medføre at flere vil rette fokuset mot grønne boliglån. Bransjeanalysen viser at det fortsatt er et prematurt marked og at forbrukere ikke nødvendigvis har kjennskap til grønne boliglån.

Sammen med det teoretiske rammeverket til Banker og Johnston (2007) og empiriske funn kartlegges valg knyttet til produktkarakteristika som de viktigste verdi- og kostnadsdriverne for grønne boliglån. Ulike produktkarakteristika som trekkes frem for å ha betydning for kundens opplevde verdi er pris og rådgivning. I analysen trekkes kompetanse frem som en viktig kostnad, og vil ha en betydning for kostnadsbildet til grønne boliglån. Dette kommer av at det er viktig for banken å inneha riktig kompetanse for å oppfylle valgte produktkarakteristika, samt for å kunne gi kunder god veiledning.

Vi mener at denne utredningen har bidratt til å gi en oversikt over markedet for grønne boliglån og hvilke strategiske valg en bank som tilbyr grønne boliglån kan foreta seg for å påvirke lønnsomheten til produktet.

# Innholdsfortegnelse

<b>FORORD</b> .....	<b>2</b>
<b>SAMMENDRAG</b> .....	<b>3</b>
<b>INNHALDSFORTEGNELSE</b> .....	<b>4</b>
<b>1. INTRODUKSJON</b> .....	<b>6</b>
1.1 BAKGRUNN FOR OPPGAVEN .....	6
1.2 AVGRENSNINGER OG PROBLEMSTILLING .....	7
1.3 OPPGAVENS STRUKTUR .....	8
<b>2. BÆREKRAFT KNYTTET TIL BOLIGBYGGING</b> .....	<b>9</b>
2.1 BÆREKRAFT PÅ AGENDAEN .....	9
2.2 EUS TAKSONOMI .....	10
2.3 BYGGTEKNISK FORSKRIFT .....	13
2.4 ENERGIMERKEORDNINGEN .....	13
<b>3. TEORETISK RAMMEVERK</b> .....	<b>16</b>
3.1 MARKEDETS OG BRANSJENS LØNNSOMHET .....	16
3.1.1 PESTEL .....	16
3.1.2 <i>Porters fem konkurransekrefter og Lønnsomhetstreet</i> .....	19
3.2 BANKENS STRATEGISKE VALG .....	24
3.2.1 <i>Produktkarakteristika og kundeverdi</i> .....	27
3.2.2 <i>Strukturelle og operasjonelle kostnadsdrivere</i> .....	30
<b>4. METODE</b> .....	<b>34</b>
4.1 STUDIEOBJEKT .....	34
4.2 FORSKNINGSTILNÆRMING OG FORSKNINGSDESIGN .....	35
4.2.1 <i>Forskningsformål</i> .....	35
4.2.2 <i>Metodevalg</i> .....	36
4.2.3 <i>Forskningsstrategi</i> .....	36
4.3 DATAINNSAMLING .....	37
4.3.1 <i>Primærdata</i> .....	37
4.3.2 <i>Sekundærdata</i> .....	39
4.3.3 <i>Utvalg</i> .....	39
4.4 DATAANALYSE .....	40
4.5 METODISK KVALITET .....	41
4.5.1 <i>Reliabilitet</i> .....	41
4.5.2 <i>Validitet</i> .....	42
4.6 ETISK ANSVAR .....	44
<b>5. KONTEKST</b> .....	<b>45</b>
5.1 HVORDAN EN BANK TJENER PENGER PÅ BOLIGLÅN .....	45
5.2 SPAREBANK 1 HALLINGDAL VALDRES .....	46
5.3 GRØNT BOLIGLÅN .....	49
<b>6. MARKEDSANALYSE</b> .....	<b>51</b>
6.1 ANALYSE AV MAKROOMGIVELSER .....	51
6.1.1 <i>Politiske og juridiske forhold</i> .....	51
6.1.2 <i>Økonomiske forhold</i> .....	54
6.1.3 <i>Sosiale forhold</i> .....	59
6.1.4 <i>Teknologiske forhold</i> .....	60
6.2 ANALYSE AV BRANSJEN .....	61

---

6.2.1	<i>Markedets størrelse</i>	61
6.2.2	<i>Kunder</i>	63
6.2.3	<i>Leverandører</i>	65
6.2.4	<i>Trussel fra inntrengere</i>	67
6.2.5	<i>Trussel fra substitutter</i>	69
6.2.6	<i>Intern rivalisering</i>	71
6.3	MARKEDETS OG BRANSJENS LØNNSOMHET	72
<b>7.</b>	<b>BANKENS STRATEGISKE VALG</b>	<b>74</b>
7.1	HVILKE FAKTORER ER AVGJØRENDE FOR FREMTIDIG LØNNSOMHET?	74
7.1.1	<i>Produktkarakteristika og kunde verdi</i>	74
7.1.2	<i>Kostnadsdrivere</i>	81
7.1.3	<i>Oppsummering av bankens valg</i>	87
<b>8.</b>	<b>KONKLUSJON</b>	<b>90</b>
8.1	OVERORDNET KONKLUSJON	90
8.2	BEGRENSNINGER VED STUDIEN OG VIDERE FORSKNING	91
	<b>LITTERATURLISTE</b>	<b>93</b>

# 1. Introduksjon

«Bankene kan ikke redde verden alene, men uten bankene kan ikke verden reddes» ble i 2017 sagt av bærekraftsøkonom Klas Eklund (Farstad, 2022).

Bankene har en avgjørende rolle for at samfunnet skal kunne bevege seg i en mer bærekraftig retning. Tradisjonelt har bankene satt søkelys på å generere finansiell avkastning, og integreringen av bærekraft i bankbransjen har tatt lengre tid enn i andre bransjer. Interne og eksterne drivkrefter fører nå bransjen i en mer bærekraftig retning. Som et mellomledd i økonomien kan bankenes rolle som bidragsyter til bærekraftig utvikling potensielt være enorm. Bankene har gjennom deres virksomhet og håndtering av finansielle midler en viktig påvirkning på den økonomiske utviklingen for en nasjon. Deres påvirkning er av både kvalitativ og kvantitativ karakter, fordi de kan påvirke retningen og tempoet for økonomisk vekst (Bouma, Jeucken & Klinkers, 2017). Den bærekraftige utviklingen i bankbransjen fører dermed til at stadig flere banker tilbyr grønne boliglån som et insentiv for at kunder skal velge mer miljøvennlige boliger. Bankene gir følgelig en mer gunstig rente på et grønt boliglån sammenlignet med et ordinært boliglån.

I denne utredningen vil vi studere grønne boliglån, og undersøke hvilke faktorer som kan påvirke bankens lønnsomhet knyttet til slike lån. Videre ønsker vi å se på hvordan de ulike faktorene kan ha betydning for bankens strategiske valg for fremtiden.

## 1.1 Bakgrunn for oppgaven

I en tid med store klimautfordringer har det aldri vært et større fokus på samfunnsansvar og bærekraftig utvikling. Stigende temperaturer, høyere vannstand, smeltende isbreer, varierende nedbør og mer ekstremvær er blant konsekvensene vi kan vente oss. Klimaforskerne er enige om at menneskers klimagassutslipp har skyld i dette, og vi som må ta ansvar og sette i gang umiddelbare, raske og kraftige utslippskutt (FN, 2021b).

For å redusere klimagassutslippene foreslår FNs klimapanel tre konkrete tiltak: energisektoren må bli bærekraftig, byene må bygges på en klimavennlig måte og menneskers

forbruk og livsstil må være bærekraftig (FN, 2021b). Det forventes derfor at næringslivet tar sin del av ansvaret for å håndtere og møte disse utfordringene. Finansbransjen innehar således en særegen posisjon, ettersom de både må ta stilling til egen påvirkning, samt påvirkningen som forårsakes av kunder og andre samarbeidspartnere de velger å tilby økonomiske tjenester.

Bankene er godt i gang med å tilby grønne produkter, og et av virkemidlene er grønt boliglån som gir kundene en lavere rente sammenlignet med et ordinært boliglån. I dag står bolig- og byggsektoren for nærmere 40 prosent av energibruken i samfunnet og 40 prosent av materialbruken, i tillegg til at byggavfallet utgjør en betydelig del av avfall til deponi. Bærekraftig kvalitet i bygg og boliger reduserer miljøbelastningene og forbedrer i tillegg livskvaliteten for kommende generasjoner (Kommunal- og distriktsdepartementet, 2022). Med ordninger som grønne boliglån tilbyr bankene økonomiske insentiver for at kunder skal velge energieffektive boliger, noe som igjen insentiverer byggingen av slike boliger. Dette vil, i lengden, resultere i et redusert utslipp fra bolig- og byggsektoren, og bankenes tilbud av grønne boliglån dytter således markedet i en grønnere retning.

Grønne boliglån gir altså insentiver til å dempe klimaendringene. Kunder får lavere rentekostnader, men for bankene medfører dette mindre inntjening isolert sett sammenlignet med ordinære boliglån. Det vil derfor være interessant å undersøke lønnsomheten knyttet til grønne boliglån, og hvordan dette markedet kan forventes å utvikle seg.

## 1.2 Avgrensninger og problemstilling

Vi skal studere bankens tilbud av grønne boliglån. Det vil være avgjørende for norske banker å forstå hvilke forhold som har betydning for lønnsomheten til grønne boliglån, for å kunne ta strategisk gode valg knyttet til fremtidige valg om tilbudet av slike lån. Ved å se på utviklingen i markedet ønsker vi å kartlegge faktorer som kan være av betydning for lønnsomheten knyttet til grønne boliglån. Videre ønsker vi å se hvordan de ulike faktorene kan påvirke bankens strategiske valg vedrørende produktet.

I forhold til andre land, har ikke norske banker kommet like langt i prosessen med å tilby slike lån, i tillegg til at de stiller ulike krav til hva som kreves fra låntakerne. På bakgrunn av dette avgrensner vi forskningen til et casestudie, hvor vi ser på grønt boliglån som tilbys av

SpareBank 1 Hallingdal Valdres (SB1HV). Det vil være vanskelig å vurdere den konkrete lønnsomheten til grønne boliglån på grunn av manglende numerisk datagrunnlag. For å kunne si noe om hvordan lønnsomheten kan påvirkes på sikt, tar vi utgangspunkt i den vurderingen banken gjør ved oppstart og supplerer med de vurderinger banken mener har hatt betydning over tid. Dette danner grunnlaget for vår følgende problemstilling:

***Hvilke faktorer kan ha betydning for lønnsomheten knyttet til grønne boliglån, og derav påvirke bankens valg for fremtiden?***

### 1.3 Oppgavens struktur

Oppgaven består av åtte kapitler. I kapittel 1 har vi redegjort for bakgrunnen for studien og problemstillingen. I kapittel 2 gir vi en innføring i bærekraft, energimerkeordningen og byggt teknisk forskrift for å beskrive problemstillingen i kontekst av det miljømessige aspektet. I kapittel 3 forklarer vi det teoretiske rammeverket som benyttes for å besvare problemstillingen. I kapittel 4 presenterer vi de metodologiske valgene som er tatt for oppgavens formål. Deretter vil vi i kapittel 5 fremstille konteksten og gi en innføring i bankvirksomhet og banken som studeres. I kapittel 6 gjennomfører vi en analyse av makroomgivelsene og bransjen for grønne boliglån i Norge, samt presenteres relevant empiri. Videre gjennomføres analysen og kartleggingen av sentrale drivere og faktorer for lønnsomheten sammen med empiri i kapittel 7. I kapittel 8 fremstiller vi oppgavens viktigste funn, samt begrensninger ved studien og kommer med forslag til videre forskning.



## 2. Bærekraft knyttet til boligbygging

Hensikten med dette kapitlet er å introdusere leseren for sentrale temaer, begreper og definisjoner relatert til bærekraft og boligbygging. Som følge av et økende fokus på bærekraft generelt, er det også viktig å implementere bærekraft i selve bygningsprosessen. Dette forekommer både gjennom internasjonale og nasjonale regelverk, som har til hensikt å gjøre boligbygging mer miljøvennlig.

### 2.1 Bærekraft på agendaen

Brundtland-kommisjonen offentliggjorde i 1987 rapporten *Vår felles framtid*, hvor bærekraft og bærekraftig utvikling ble for alvor satt på dagsordenen. Rapporten definerte bærekraftig utvikling som utvikling som møter dagens behov uten å forringe mulighetene for å møte fremtidens generasjoners behov (WCED, 1987). I etterkant av dette har fokuset på bærekraft og bærekraftig utvikling økt betraktelig. I 2015 ble Parisavtalen vedtatt. Dette er en internasjonal avtale om å begrense klimaendringer, som per dags dato er ratifisert av nesten alle FN-landene. Parisavtalens formål er å oppfylle Klimakonvensjonens målsetninger ved å styrke det internasjonale samarbeidet. Det overordnede målet for konvensjonen er å unngå farlig menneskelig påvirkning på klimasystemet (FN, 2020; FN, 2021a) Parisavtalens artikkel 2 fastsetter tre mål for å oppnå dette: 1) begrense temperaturstigningen slik at den holder seg under 2°C, sammenlignet med førindustriell tid, 2) øke evnen til å tilpasse seg konsekvensene av klimaendringene, og 3) gjøre finansstrømmene forenelige med en vei mot lavutslipp utvikling (FN, 2020). Norges mål om å redusere klimautslipp med 50-55 prosent innen 2030 sammenlignet med 1990-nivået, er lovfestet i § 3 i Klimaloven (2017). Det samme er målsetningen om at Norge skal bli et lavutslippssamfunn innen 2050 (Klimaloven, 2017, § 4).

Bærekraftig utvikling og vekst er et av de mest aktuelle og omtalte temaene i dag. Både bærekraft og ESG har stått sentralt i de siste årene, og spesielt siden 2019 har en sett et taktskifte i utviklingen av bærekraft i næringslivet (The Governance Group, 2021). Begrepet ESG ble først introdusert under «Who Cares Wins»-konferansen i 2005 for et stort utvalg av næringslivsaktører (UN Global Compact, 2005). ESG er en forkortelse for de tre pilarene:

«environmental, social and governance», som kan oversettes til miljø, samfunnsforhold og forretningsetiske forhold. Som følge av det økte fokuset på bærekraft og ESG, har flere selskaper begynt å integrere sosiale og miljømessige aspekter inn i deres strategier og forretningsmodeller (Eccles, Ioannou & Serafeim, 2014). Slik kan også ESG brukes som en indikasjon på en organisasjons bærekraftsprestasjoner. ESG-målinger kan opplyse om flere dimensjoner av selskapers prestasjoner som ikke avsløres i tradisjonell regnskapsdata, som ofte mangler informasjon om elementære aspekter knyttet til omdømme, sikkerhet, kvalitet, kunnskap og strategier (Bassen & Kovács, 2008).

## 2.2 EUs taksonomi

I 2020 vedtok EU-kommisjonen «The European Green Deal» med formål om at Europa skal oppnå klimanøytralitet innen 2050. For å gjennomføre dette inkluderer handlingsplanen å implementere bærekraft i finansbransjen, hvorav EUs taksonomi er grunnmuren. EUs taksonomi er et klassifiseringssystem med klare retningslinjer for hva som defineres som bærekraftige, finansielle og økonomiske aktiviteter. Taksonomien er den første ordningen som definerer konkrete retningslinjer for hvilke investeringer som kan defineres som grønne i hver sektor, og er dermed en bærebjelke i bærekraftig finans (European Commission, 2020). Selskaper som trenger kapital fra kapitalmarkedet, for eksempel via børs og obligasjoner, til sine aktiviteter og investeringer involveres i klassifiseringssystemet, ved at det stilles krav om rapportering etter gitte standarder. De vil da bli klassifisert etter hvor stor andel av selskapskapitalen som er investert i aktiviteter som taksonomien definerer som bærekraftige.

Dermed vil det bli enklere for investorer og institusjoner å skille mellom selskaper som driver med grønnvasking, det vil si en aktivitet som fremstår som grønn uten å faktisk være det, og de som underliggende er miljøvennlige. Hensikten er å tvinge kapital mot bærekraftige initiativer (Bloomberg, 2020). For å nå målene i Parisavtalen fra 2015, må også private investeringer i bærekraftige løsninger øke for å bidra til overgangen til en sirkulær økonomi. Dette regelverket er dermed verdens første lovregulering av ESG som i tillegg inkluderer alle sektorer og industrier (European Commission, 2020). EUs taksonomi gjelder alle medlemslandene i EU og blir også gjennom EØS-avtalen tatt inn i norsk lov (Lov om offentliggjøring av bærekraftsinformasjon i finanssektoren mv., 2021).

Klassifiseringssystemet trådte i kraft 1. januar 2022 i EU, og innlemmes trolig i EØS-avtalen innen årsslutt (Finansdepartementet, 2022).

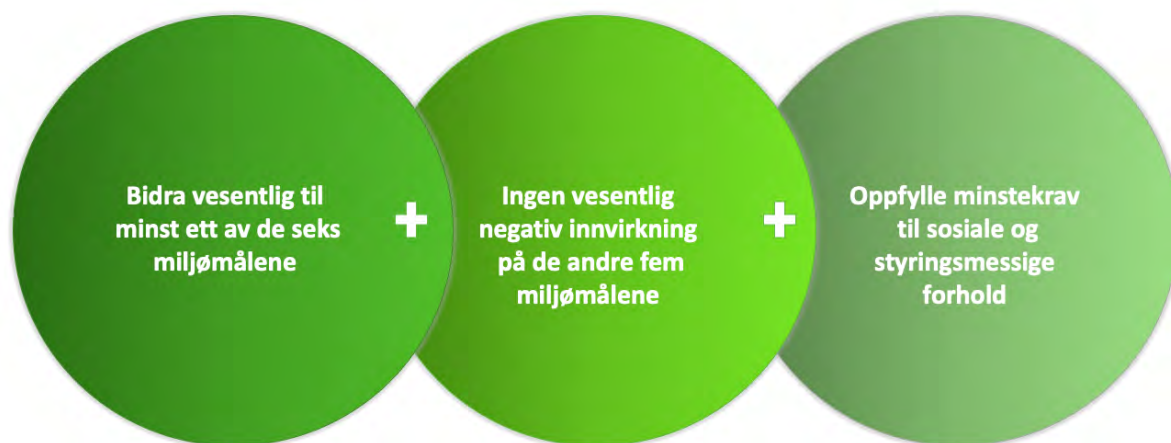
EUs taksonomi stiller blant annet krav til selskapers økonomiske aktiviteter. Bankene og øvrige selskap må blant annet rapportere på andelen av deres aktiviteter som er grønne i henhold til taksonomien. I første omgang gjelder rapporteringskravet fra EUs taksonomi børsnoterte foretak med over 500 ansatte, inkludert banker og forsikringsselskap (EU Commission, 2020). Det første rapporteringskravet krever at store børsnoterte selskaper skal rapportere andelen aktiviteter som er omfattet i taksonomien. Neste rapporteringskrav trer i kraft 1. januar 2023, og krever rapportering på andelen av aktivitetene som kan karakteriseres som grønne eller bærekraftige. Dette betyr at store børsnoterte banker må rapportere på hvor stor andel av deres utlånsportefølje som er grønn i henhold til taksonomiens krav. I løpet av de neste årene er planen at både noterte og unoterte selskaper med over 250 ansatte også skal omfattes av rapporteringskravet (Jortveit, 2021).

For øvrig har EUs taksonomi fremlagt seks miljømål. Taksonomiens to første miljømål er 1) begrensning av klimaendringer og 2) klimatilpasning, hvor det finnes ytterligere tekniske kriterier for bygg og boliger. Disse to ble gjeldende fra 31. desember 2021. De fire resterende miljømålene er først gjeldende fra 31. desember 2022 (Jortveit, 2021). De seks miljømålene for økonomiske aktiviteter fra taksonomien er presentert i figur 1.



Figur 1. EUs taksonomi sine seks miljømål (EU Commission, 2020)

For at en aktivitet skal kunne betegnes som grønn eller bærekraftig har EU-kommisjonen utarbeidet tre hovedkrav. Det første kravet er at aktiviteten videre må oppfylle minst et av seks miljømål. Taksonomien vektlegger i det andre kravet at aktiviteten ikke skal ha en vesentlig negativ påvirkning på noen av de fem andre miljømålene. Det betyr at en investering som bidrar til å redusere klimagassutslipp ikke vil betegnes som grønn eller bærekraftig dersom den har negative konsekvenser for de andre miljømålene. I tillegg må aktiviteten oppfylle minstekravene for sosiale og styringsmessige forhold. Det vil si at aktiviteten må være samfunnsnyttig og transparent, styrt av fornuftige etiske prinsipper. De tre hovedkravene for grønne og bærekraftige aktiviteter er presentert i figur 2.



Figur 2. EU taksonomien sine tre hovedkrav (EU Commission, 2020)

Ettersom bolig- og byggsektoren står for nærmere 40 prosent av energibruken i samfunnet, vil EUs taksonomi ha en stor innvirkning på sektoren. Kriteriene for hva som defineres som grønne og bærekraftige bygg er etablert av taksonomien. Den skiller også byggene fra brune bygg, altså bygg som er lite miljøvennlige og bærekraftige. Både nybygg og eksisterende bygg berøres av kravene. Tidligere har det blitt foreslått at bygg med byggeår før 2021 må ha energikarakter A for å tilfredsstille miljømålet om begrensnig av klimaendringer og dermed regnes som bærekraftig. Denne energikarakteren er i henhold til EUs energimerkesystem, Energy Performance Certificate (EPC) (Finans Norge, 2020). Dette er imidlertid et krav som ville vært tilnærmet uoppnåelig for norske bygg på grunn av klimatiske forhold. Det stilles svært forskjellige krav av energimerkesystemet mellom de ulike europeiske nasjonene, og derfor møtte forslaget sterk kritikk. Om forslaget hadde blitt gjennomført ville det medført at det ville vært enklere å oppnå kravene for enkelte nasjoner,

hvor 15 prosent av bygg ville vært innenfor energikarakter A, mens det i nordiske land knapt ville vært 1 prosent (Finans Norge, 2020).

## 2.3 Byggteknisk forskrift

Den byggtekniske forskriften, ofte kalt TEK, omhandler de tekniske minimumskravene som stilles til hvilke egenskaper et byggverk må ha for å oppføres lovlig i Norge. Formålet med reguleringene i TEK er å kvalitetssikre og energieffektivisere nybygg, samt en universell utforming for å muliggjøre at folk kan bo lenge i boligene sine uavhengig av helsetilstand (Byggteknisk forskrift, 2017, § 1-1; § 15-15). Det nyeste regelverket er TEK17, som trådte i kraft 1. juli 2017, og erstattet da det tidligere regelverket, TEK10 (Byggteknisk forskrift, 2017).

Da TEK10 ble innført inneholdt forskriften et eget kapittel som omhandlet energi, kapittel 14. Formålet med reglene i forskriftens kapittel 14 er å bidra til at bygg som oppføres eller rehabiliteres har et lavt energibehov og miljøvennlig energiforsyning. TEK10 ble sist revidert i 2016, der det ble innført strengere krav til energieffektivitet i nye bygg. Påfølgende år ble TEK10 erstattet med TEK17 som skulle tydeliggjøre kravene i større grad. TEK17 er gjeldende regulering for oppføring av nye bygg. Forskriften stiller blant annet minimumskrav til energibruk og energieffektivitet ved isolering i form av tykkelse på yttervegg, tak, gulv, vindu og dør. Minimumskravene oppgir hvilke verdier de ulike bygningene ikke skal overstige for det totale netto energiforbruket (Byggteknisk forskrift, § 14-2).

## 2.4 Energimerkeordningen

Statseide Enova har lagt retningslinjene for energimerking, som er obligatorisk ved salg, leie og oppføring av bygg i Norge (Energiloven, 1990, § 8-1). Energimerkeordningen er en sertifiseringsordning som vurderer energiforbruket og energistandarden til et bygg. Denne ordningen skal gi en indikasjon på hva energitilstanden til et bygg kan estimeres til. I 2010 ble det obligatorisk for alle boliger og næringseiendom å ha en energiattest ved salg eller utleie. Formålet med energimerking av boliger og bygninger er å øke bevisstheten om energibruk, ulike oppvarmingsløsninger og mer energieffektive løsninger for boligen eller

bygningen. Energimerket består av en energikarakter som vurderer levert energi og en oppvarmingskarakter som vurderer oppvarmingssystemet (Energimerking.no, 2009a).

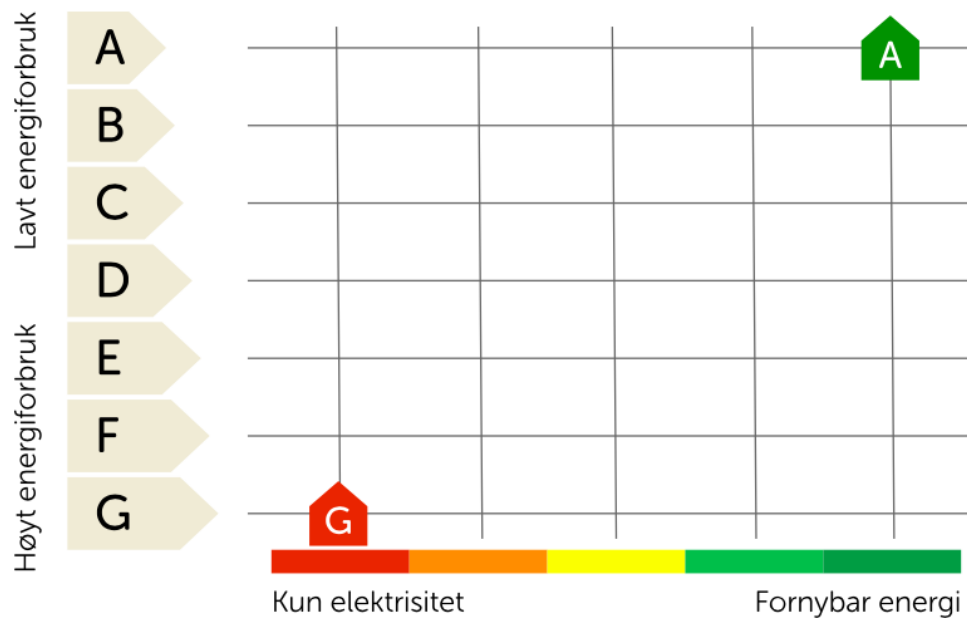
Energikarakteren går fra A (best) til G (dårligst), hvor energieffektiviteten og energibehovet er målt i kilowatt-timer per kvadratmeter (kWh/m<sup>2</sup>). En god energikarakter betyr at boligen er energieffektiv, og medfører at det blir enklere å holde en stabil innetemperatur og ha et lavere energiforbruk. Tiltak for å oppnå en god energikarakter innebærer blant annet god isolasjon av vegger og vinduer, samt bruk av energikilder som reduserer behovet for levert energi til boligen, for eksempel varmepumpe og solenergi (UngEnergi, 2021).

Det er i hovedsak lavenergiboliger og passivhus som vil oppnå energikarakter A. Lavenergiboliger er bedre isolert og har mindre luftlekkasjer enn ordinære boliger. Passivhus er i utgangspunktet lavenergiboliger, bare enda mer isolert og uten luftlekkasjer (Leiv Eiriksson Nyskaping, 2009). Vanligvis vil boliger som er bygget etter TEK17 og TEK10 henholdsvis oppnå energikarakter B og C (Sættem, 2021).

Oppvarmingskarakteren er en femdelt fargerangering, der grønt er best og rødt er dårligst, og rangerer oppvarmingssystemet som er installert i boligen eller bygningen (Energimerking.no, 2009b). En god oppvarmingskarakter betyr at boligen har miljøvennlige energikilder som blant annet fjernvarme, sol og varmepumpe. Dersom store deler av boligen varmes opp med elektrisitet, olje eller gass vil det gi en dårligere oppvarmingskarakter. I Norge produseres elektrisitet hovedsakelig fra vannkraft, som i utgangspunktet er en fornybar energikilde. Likevel er elektrisitet en høyverdig energiform, som betyr at energien kan utnyttes på mange andre områder. Varmeenergien som kommer fra de miljøvennlige energikildene som gir en god oppvarmingskarakter er derimot lavverdig energi. Dette betyr at energien er vanskeligere å benytte seg av. Dermed vil bruk av lavverdig energi til andre formål enn oppvarming gi store energitap. Derfor er det mer hensiktsmessig å bruke disse kildene til oppvarming og elektrisitet til andre formål (UngEnergi, 2021).

En bolig kan eksempelvis ha en dårlig energikarakter på grunn av høyt energiforbruk og samtidig ha god oppvarmingskarakter med et biobasert oppvarmingssystem, ettersom det ikke er noen sammenheng mellom energikarakteren og oppvarmingskarakteren. Hvordan energikarakteren er beregnet er fastsatt i [standard om beregning av bygningers energiytelse](#) (Energimerking.no, 2009b). Den totale energikarakteren avhenger dermed av hvor

energieffektiv boligen er, og hvor stor andel av boligens oppvarming består av direkte elektrisitet og fossilt brensel. Energimerket er et rutenett og kan illustreres som vist under i figur 3.



Figur 3. Energikarakter A for en bolig med lavt energiforbruk og oppvarming som består av fornybar energi, og energikarakter G for en bolig med høyt energiforbruk og oppvarming som i hovedsak består av elektrisitet (SB1HV, u.å.b.)

### 3. Teoretisk rammeverk

I dette kapitlet vil det teoretiske rammeverket for utredningen presenteres. For å besvare den første delen av problemstillingen gir vi en oversikt over markedet for grønne boliglån. For å vurdere hvilke faktorer som kan påvirke lønnsomheten for grønne boliglån vil vi undersøke hvordan markedet kan utvikle seg. Vi vil benytte oss av PESTEL-rammeverket og Porters fem konkurransekrefter i kombinasjon med Lønnsomhetstreet for å kartlegge ulike alternativer og forventninger om markedets utvikling. Ved å undersøke hvilke faktorer som er betydningsfulle for utviklingen av grønne boliglån, kan vi finne hvilke valg banken kan ta vedrørende produktet. For å besvare på den andre delen av problemstillingen, vil vi benytte Banker og Johnston (2007) sitt rammeverk, *Cost and Profit Driver Research*. Ved hjelp av det rammeverket vil de mest sentrale strategiske valgene innenfor de relevante verdi- og kostnadsdriverne kartlegges.

#### 3.1 Markedets og bransjens lønnsomhet

I denne delen presenterer vi det teoretiske rammeverket som benyttes for å kartlegge markedets lønnsomhet. Hensikten er å vurdere hvordan markedet for grønne boliglån kan utvikle seg i Norge, samt kartlegge faktorer som kan påvirke lønnsomheten til grønne boliglån. En analyse av makroomgivelsene som påvirker markedet er sentralt for å kunne forstå lønnsomheten i markedet. Dette gjør vi ved hjelp av en *PESTEL-analyse* (Johnson, Whittington, Scholes, Angwin & Regnér, 2018). Deretter anvender vi *Porters fem konkurransekrefter* i kombinasjon med *Lønnsomhetstreet* for å etablere en forståelse for lønnsomheten i bankbransjen, og ser på hvordan verdiskapingen og verdikapingen fordeles (Lien, Knudsen & Baardsen, 2016).

##### 3.1.1 PESTEL

PESTEL-rammeverket er et nøkkelverktøy for å analysere de makroøkonomiske omgivelsene som virker inn på bankens virksomhet. De makroøkonomiske omgivelsene er inndelt i seks kategorier og består av *politiske, økonomiske, sosiale, teknologiske, miljømessige og juridiske* forhold (Johnson et al., 2018). I denne delen vil vi først presentere



de ulike kategoriene som er illustrert i figur 4, deretter trekker vi frem begrensninger ved PESTEL-rammeverket.



Figur 4. PESTEL-rammeverket (Baines et al., 2019)

### Politiske forhold

De politiske forholdene fremhever hvordan myndighetene og andre politiske faktorer påvirker makroomgivelsene. Her gjelder det å identifisere hvor viktig de politiske omgivelsene trolig vil være for banken, og hvor press og muligheter kan komme fra (Johnson et al., 2018). Skattepolitikk, privatiseringspolitikk, valutapolitikk og stabilitet hos myndigheter er noen sentrale politiske forhold som kan påvirke bankens omgivelser (Roos, Krogh, Roos & Boldt-Christmas, 2014).

### Økonomiske forhold

Økonomiske forhold som valutakurser, rentenivå og svingninger i økonomiske vekstrater i verden vil også påvirke makroomgivelsene. For å forstå de makroøkonomiske trendene er det hensiktsmessig å følge med på den økonomiske syklusen (Johnson et al., 2018). Inflasjon, disponibel inntekt og energitilgang og -kostnad er eksempler på andre økonomiske forhold (Roos et al., 2014).

### Sosiale forhold

Sosiale forhold i makroomgivelsene kan påvirke etterspørselen, og kan analyseres under de fire elementene/faktorene demografi, inntektsfordeling, geografi og endring i kultur (Johnson et al., 2018). Andre sentrale sosiale forhold er sosial mobilitet, konsum og holdninger til arbeid (Roos et al., 2014).

### Teknologiske forhold

Ny teknologi kan skape nye muligheter for enkelte bedrifter, men samtidig komme med utfordringer for andre. Det er derfor viktig å analysere de teknologiske forholdene for å kunne identifisere områder med potensiale for innovativ aktivitet. Internettet er blant annet et eksempel på teknologi med innvirkning utover flere bransjer som er viktige faktorer i makroomgivelsene (Johnson et al., 2018).

### Miljømessige forhold

Miljømessige forhold omhandler miljømessige utfordringer i makroomgivelsene, som forurensning, avfall og klimaendringer. Bankene kan i hovedsak vurdere tre typer utfordringer i denne sammenheng: direkte forurensning, produktforvaltning og bærekraftig utvikling (Johnson et al., 2018).

### Juridiske forhold

Juridiske forhold i makroomgivelsene referer til det juridiske aspektet som kan påvirke banken, og kan ofte overlape med politiske forhold. Dette dekker et bredt spekter av emner, blant annet reguleringer, lovgivninger og krav som påvirker banken (Johnson et al., 2018).

### **Begrensninger ved bruk av PESTEL-rammeverket**

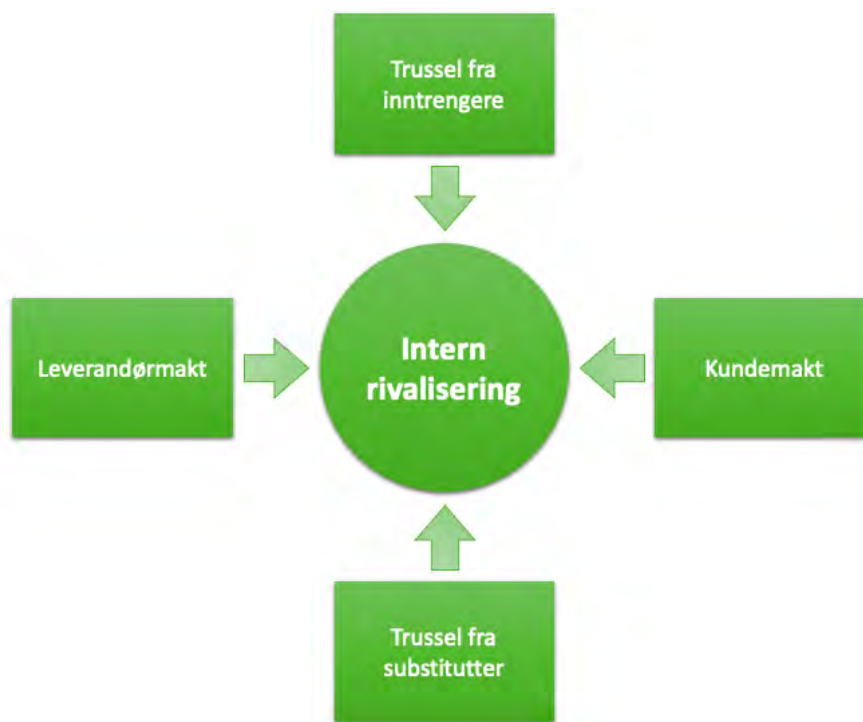
Lien et al. (2016) kritiserer PESTEL-rammeverket for å gi lite ny innsikt ettersom det i stor grad analyserer nåsituasjonen. De argumenterer for at dersom man skal kunne forstå hvordan de ulike faktorene som er listet opp i en PESTEL-analyse påvirker konkurransen og lønnsomheten i et marked, må de ses i kombinasjon med interne faktorer i markedet, som trussel fra nykommere og substitutter (Lien et al., 2016).

### 3.1.2 Porters fem konkurransekrefter og Lønnsomhetstreet

For å analysere bransjen og konkurranseforhold vil en kombinasjon av rammeverkene Porters fem konkurransekrefter og Lønnsomhetstreet benyttes. Begrepene *verdiskaping* og *verdikapring* må forstås for å kunne forklare bankens lønnsomhet. Verdiskaping omhandler kundenes betalingsvillighet overfor, og bankens kostnader knyttet til, et produkt. Altså den potensielle lønnsomheten i markedet. Verdikapring er hvordan den skapte verdien blir fordelt mellom kundene, banken og leverandører i markedet. Hvor mye verdi en bank kan skape og kapre avhenger av konkurranseforholdene i markedet (Lien et al., 2016). Vi benytter Porters fem konkurransekrefter for å analysere konkurranseforholdene (Porter, 2008). Den potensielle lønnsomheten i markedet vil analyseres med hovedvekt på Lønnsomhetstreet (Lien et al., 2016). I denne delen følger en introduksjon av Porters fem konkurransekrefter og Lønnsomhetstreet, og begrensninger ved rammeverket vil hovedsakelig rettes mot Porters fem konkurransekrefter.

#### Porters fem konkurransekrefter

Bjørnenak (2019) og Lien et al. (2016) viser til at Porters fem konkurransekrefter er et av de mest kjente og brukte rammeverkene for å forstå en bransjes lønnsomhetspotensial. Ved å benytte dette rammeverket kan man etablere en forståelse av konkurranseforholdene i markedet, og de underliggende faktorene som påvirker forholdene (Bjørnenak, 2019; Lien et al., 2016). Ifølge Porter (2008) er lederes definisjon av konkurranse ofte begrenset, og ofte kun til direkte konkurrenter. Konkurranse om lønnsomheten i markedet går ofte utover den *interne rivaliseringen*, og bør inkludere fire andre konkurransekrefter; *kunder*, *leverandører*, *potensielle inntrengere* og *substitutter*. Analysen omhandler derfor å identifisere de største truslene i markedet med utgangspunkt i de fem konkurransekreftene, der resultatet danner grunnlaget for bankens strategiske posisjonering i markedet (Porter, 2008). Porters fem konkurransekrefter er illustrert i figur 5.



Figur 5. Porters fem konkurransekrefter (Porter, 2008).

### Begrensninger ved Porters fem konkurransekrefter

Lien et al. (2016) argumenterer for at Porters fem konkurransekrefter i all hovedsak handler om verdikapring og ikke verdiskaping. De peker på at rammeverket har for mye fokus på hvordan verdien i bransjen fordeles, og dermed for lite fokus på verdiens størrelse og hvordan denne kan endres. I tillegg viser de til at kunder og leverandører også bidrar til å skape verdi, i motsetning til i Porters rammeverk der kundene og leverandørene vurderes som aktører som kun kaprer verdi. De introduserer derfor Lønnsomhetstreet som inkluderer egenskaper som påvirker både verdikapringen og verdiskapingen i et marked, og fanger derfor flere dimensjoner enn Porters fem konkurransekrefter (Lien et al., 2016). I vår bransjeanalyse har vi dermed valgt å inkludere en analyse av verdiskapingen i markedet med utgangspunkt i Lønnsomhetstreet.

### **Lønnsomhetstreet**

Lønnsomhetstreet viser sammenhengen mellom konkurranseforhold og verdiskaping og verdikapring. Ved å benytte dette rammeverket kan man etablere en forståelse for hvorfor lønnsomhetsnivået i markedet varierer, og hvilke mekanismer som kan føre til at lønnsomheten endrer seg fremover. Modellen er bygd opp slik at markedets lønnsomhet først

brytes ned i verdiskaping og verdikapring, og deretter i faktorer som påvirker disse (Lien et al., 2016). Figur 6 viser en illustrasjon av Lønnsomhetstreet.



Figur 6. Lønnsomhetstreet (Lien et al., 2016)

## Faktorer for å analysere bransjen

Vi skal kombinere Porters fem konkurransekrefter og den delen som omhandler verdiskaping i Lønnsomhetstreet til å analysere bransjens konkurranseforhold og lønnsomhet. Dette gjør vi ved å ta utgangspunkt i sentrale forhold som kan vurderes for å gi en helhetlig analyse av situasjonen i markedet i dag og i fremtiden. De sentrale forholdene er *markedets størrelse, kunder, leverandører, trussel fra inntrengere, trussel fra substitutter og intern rivalisering*.

### Markedets størrelse

Markedets størrelse består av antall enheter solgt i markedet, og vil bli påvirket av antall kunder i markedet. Det er derfor nødvendig å identifisere kundene for å kunne si noe om markedets størrelse. Antall kunder kan endres dersom de går over til substitutter i markedet, men kan også påvirkes av andre forhold som befolkningsvekst, bosettingsmønstre og økt velstand. Sammen med pris vil markedets størrelse legge grunnlaget for verdiskapingen i markedet (Lien et al., 2016).

### Kunder

I Lønnsomhetstreet viser kundenes reservasjonspris til betalingsvilje, altså det en kunde maksimalt er villig til å betale for et produkt eller en tjeneste. Dersom kundenes

betalingsvilje øker, øker verdiskapingen i markedet, og motsatt vil verdiskapingen reduseres når betalingsviljen til kundene reduseres. Endringer i pris og kvalitet på selve produktet, men også på substitutter og komplementer, vil ha stor betydning for kundenes betalingsvilje. I tillegg vil endringer i kundenes velstand påvirke betalingsviljen, ettersom det kan medføre økt og redusert betalingsevne (Lien et al., 2016).

Videre peker Porter (2008) på viktigheten av kundenes makt i et marked. Ved økt kundemakt vil verdiskapingen til banken reduseres, og følgelig lønnsomheten i markedet. Dersom kundene kan presse ned prisene, eller kreve bedre service eller kvalitet og derav øke bankens kostnader, foreligger det økt kundemakt. Ved få og/eller store kunder i markedet, standardiserte produkter, eller lave byttekostnader, kan det oppstå økt kundemakt (Porter, 2008).

### Leverandører

Verdiskapingen i markedet vil også endre seg som følge av endringer i leverandørers reservasjonspris. Leverandører er alle aktører som leverer innsatsfaktorer i markedet som skal analyseres. De fleste bransjer benytter seg av mange kategorier av leverandører, eksempelvis arbeidskraft, råvarer, IT og tjenester. For å avgrense analysen er det hensiktsmessig å kun fokusere på de viktigste leverandørkategoriene, og undersøke de leverandørene som utgjør en vesentlig andel av de totale kostnadene for aktørene i markedet (Lien et al., 2016).

Videre kan høy leverandørmakt kunne kapre verdier i markedet ved at leverandørene setter opp prisene eller begrenser kvaliteten på produktet eller tjenesten. Dersom leverandørene tilbyr produkter som det ikke finnes substitutter for, vil leverandørene ha mye makt. I tillegg kan det oppstå høy leverandørmakt dersom banken har høye byttekostnader ved å bytte fra en leverandør til en annen, dersom konsentrasjonen av leverandører er høyere enn industrien de selger til, eller dersom leverandørene ikke er særlig avhengig av inntektene fra industrien (Porter, 2008).

### Trussel fra inntrengere

Trusselnivået fra inntrengere avhenger av etableringsbarrierene i markedet og reaksjonen de vil møte på av de etablerte aktørene. Etableringsbarrierer er fordeler som de etablerte aktørene har i forhold til nykommere. Nettverkseffekter, høye byttekostnader, høye

kapitalkrav, stordriftsfordeler, og myndigheters reguleringer kan gi høye etableringsbarrierer, og dermed redusere trusselnivået fra inntrengere (Porter, 2008). Etableringsbarrierene kan deles inn i to typer: strukturelle etableringsbarrierer og strategiske etableringsbarrierer. Strukturelle etableringsbarrierer er relativt stabile egenskaper ved et marked som gjør det mindre attraktivt for nykommere enn for etablerte selskap, men som ingen av aktørene har skapt med det formål å holde inntrengere ute. Irreversible investeringer faller under denne kategorien, og utgjør den mest fundamentale av alle etableringsbarrierer. Dette er investeringer en nyetablert aktør må foreta, men som banken ikke får igjen dersom de må forlate markedet. Kunnskap og kompetanse som må bygges opp, men som ikke har alternativ anvendelse, er en type irreversibel investering (Lien et al., 2016).

Strategiske etableringsbarrierer referer til handlinger som de etablerte aktørene gjør i den hensikt å redusere den forventede lønnsomheten til en inntrenger, og kan minne om det Porter (2008) henviser til som reaksjonen til etablerte aktører. En strategisk etableringsbarriere er aggressiv respons. Dette er en handling som etablerte aktører foretar etter at en nykommer har etablert seg i markedet, der formålet er å jage en nyetablert inntrenger ut av markedet. Priskrig, kapasitetskrig eller markedsføringskrig er vanlige virkemidler ved aggressiv respons (Lien et al., 2016). Dersom etableringsbarrierene er lave og forventet reaksjon fra etablerte aktører er liten, er trusselnivået fra inntrengere høy og kan medføre redusert lønnsomhet i markedet (Porter, 2008).

### Trussel fra substitutter

En substitutt er et produkt som har samme eller tilsvarende egenskaper som det produktet banken tilbyr. Økt trussel fra substituttene kan oppstå dersom substitutten tilbyr en rimeligere eller bedre løsning sammenlignet med produktet. Ved lave byttekostnader kan trusselnivået også være høyt, ettersom kundene vil ha lave eller ingen kostnader ved å bytte fra bankens produkt til en substitutt. Dersom det eksisterer mange og gode substitutter vil trusselnivået fra substitutter også være høyt, og dermed redusere lønnsomheten i markedet (Porter, 2008).

### Intern rivalisering

Intern rivalisering kan påvirkes av flere faktorer, i tillegg til de fire andre konkurransekraftene. Priskrig, introduisering av nye produkt og tjenester,

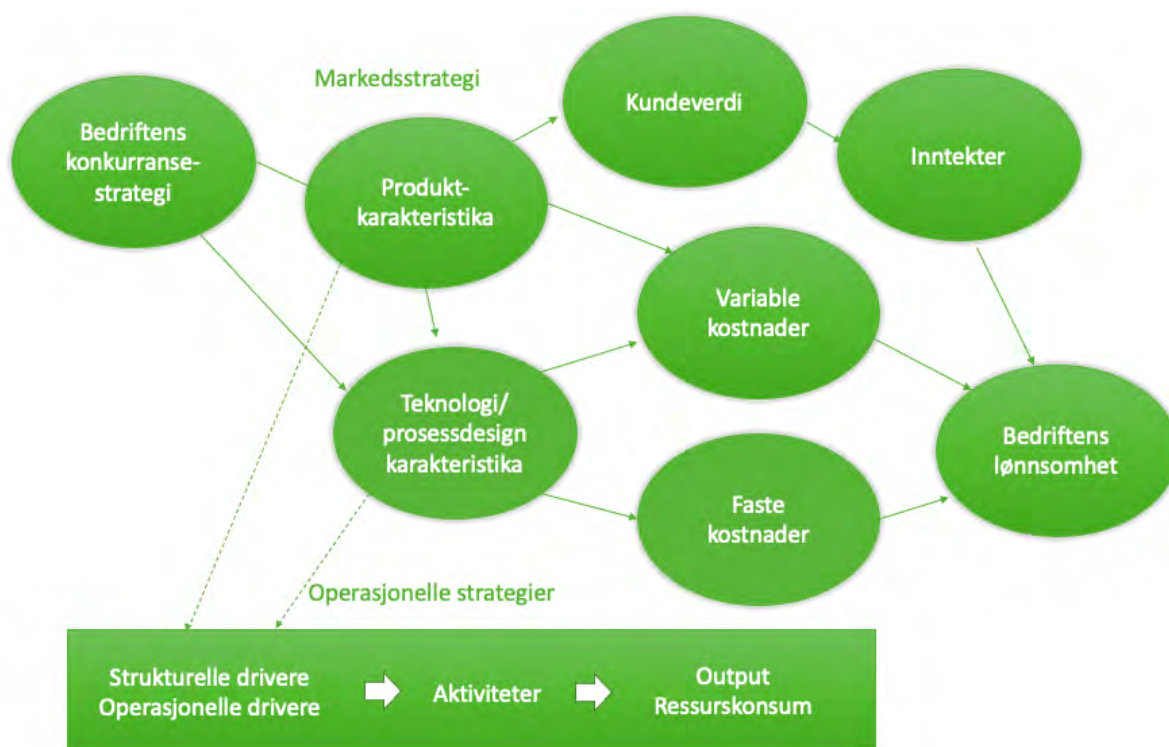
markedsføringskampanjer og forbedring av servicenivå er noen eksempler. Rivaliseringen kan være intens dersom markedet består av mange konkurrenter av lik størrelse og makt. I tillegg kan høye utgangsbarrierer føre til intens rivalisering, ettersom bankene kan ha gjort irreversible investeringer. Høy rivalisering begrenser lønnsomheten i markedet. Rivaliseringen er spesielt destruktiv på lønnsomheten dersom den kun faller på pris, ettersom priskrig overfører profitten direkte fra bransjen til kundene. Ved like produkter og tjenester med lave byttekostnader for kunden kan det oppstå priskrig. Bankene kan også konkurrere på blant annet egenskaper ved produktet, kundeservice og merkevare. I motsetning til priskrig kan slik rivalisering forbedre kundeverdi og støtte høyere priser, og dermed er det mindre sannsynlig at det skader lønnsomheten. I tillegg kan verdien øke i forhold til substituttene og skape høyere etableringsbarrierer (Porter, 2008).

## 3.2 Bankens strategiske valg

Videre vil vi kartlegge de ulike strategiske valgene banken står ovenfor, for å så analysere hvilken betydning disse valgene har for lønnsomheten. I dette delkapittelet presenterer vi det teoretiske rammeverket for bankens strategiske valg, med utgangspunkt i verdi- og kostnadsdrivere. Kartleggingen av de mest sentrale verdi- og kostnadsdriverne for grønne boliglån vil legge føringer for bankens strategiske valg. Først presenteres Banker og Johnston (2007) sitt teoretiske rammeverk som ligger til grunn for kartleggingen og analysen av verdi- og kostnadsdrivere. Deretter forklares det teoretiske rammeverket for produktkarakteristika og kundeverdi. Til slutt introduseres de strukturelle og operasjonelle kostnadsdrivere.

Den andre delen vil være knyttet til bankens valg. For å kartlegge strategiske valg tatt i forbindelse med å tilby grønne boliglån, vil vi benytte Banker og Johnston (2007) sin modell for lønnsomhetsvariasjoner. Modellen illustrerer at det foreligger en årsakssammenheng mellom hvilke strategiske valg bedriften tar, samt driverne for verdi, inntekter, kostnader og lønnsomhet. Å skape en forståelse på dette området kan gi en bank mulighet til å ta informerte beslutninger for å kunne nå bankens mål (Banker & Johnston, 2007). Dette rammeverket vil bidra med å kartlegge hvilke strategiske valg som anses som viktige for å påvirke inntekter og kostnader knyttet til å tilby grønne boliglån, og dermed påvirke lønnsomheten. Modellen gjør det mulig å se på virkningene ved hvert valg isolert sett, og dette gjøres ved å inndele de ulike strategiske valgene. Modellen er illustrert i figur 7.





Figur 7. Forholdet mellom bedriftens konkurransestrategi og driverne for verdi, kostnader, inntekter og lønnsomhet (Banker & Johnston, 2007)

### Utvikling av konseptene verdi- og kostnadsdriver

Modellen kommer som følge av en fremvoksende forståelse rundt hvordan strategiske valg kan påvirke inntekter og kostnader i en bedrift. Tradisjonelt har den primære variabelen for kostnadsbildet vært ansett som produksjonsvolum, men på 1980-tallet begynte forskere innen økonomistyring å anerkjenne at flere variabler enn produksjonsvolum kunne drive kostnader. Porter (1985) var først ute med å kalle slike variabler for kostnadsdriverer, og definerte 10 ulike kostnadsdriverer som senere ble kategorisert i strukturelle og operasjonelle kostnadsdriverer av Riley (1987). I senere tid ble det utviklet flere modeller av en rekke forskere som anerkjente at variabler som drev kostnader også kan drive verdi. Dette begrunnes i at de strategiske valgene som er opphav til kostnader, også er opphav til verdi, inntekt og lønnsomhet (Banker & Johnston, 2007). Se figur 6.

### Relasjonen mellom strategiske valg og drivere av lønnsomhet

Modellen anvendes i den hensikt å kartlegge hvordan bankens valg av strategi driver kostnader, inntekt, kundeverdi og lønnsomhet, samt forholdet mellom disse. Den vektlegger valg av konkurransestrategi som bedriftens mest fundamentale valg (Banker & Johnston, 2007). Konkurransestrategier er ulike tilnærminger til hvordan en bedrift velger å

konkurrere, og Porter (1985) inndeler de generiske strategiene etter grad av kostnadsfokus og grad av differensiering. Med kostnadsfokus vil bedriften forsøke å tilby produktet til en lavere pris enn konkurrenten ved å produsere produktet så effektivt som mulig. Differensiering innebærer å tilby et unikt produkt som gir økt kunde verdi (Porter, 1985). Videre vil valg av konkurransestrategi påvirke valg av markedsstrategier og operasjonelle strategier. Markedsstrategier kan innebære valg av blant annet segmentering, målgruppe og posisjonering. Operasjonelle strategier handler om eksempelvis produktkvalitet og fleksibilitet. Valgene banken tar innenfor både markeds- og operasjonell strategi må være kompatibel med den valgte konkurransestrategien (Banker & Johnston, 2007).

Bankens valgte strategi og kundenes preferanser vil legge føringer for spesifikke *produktkarakteristika* som skaper verdi for kundene, og derav driver kostnader, inntekter og lønnsomheten. Produktkarakteristika kan defineres bredt og inkluderer blant annet kombinasjonen av ulike produkter, eller egenskaper ved det spesifikke produktet, eksempelvis utforming og design. Ettersom kundenes preferanser legger grunnlaget for egenskapene ved produktet, vil produktkarakteristika være driveren for kunde verdi. Kunde verdi kan defineres som differansen mellom kundenes betalingsvilje og markedsprisen, ofte referert til som konsumentoverskudd. Generering av nye kunder og kundelojalitet, samt generering av økt markedsandel og økt markeds makt vil ofte forekomme av økt kunde verdi. Følgelig vil kunde verdi påvirke inntekter, og forholdet mellom inntekter og kostnader vil deretter angi bankens lønnsomhet (Banker & Johnston, 2007).

Bankens valgte strategi og produktkarakteristika vil også drive valg knyttet til teknologi og prosessdesignkarakteristika. Med teknologi og prosessdesignkarakteristika vises det til egenskaper ved organisasjonsstruktur, prosessdesign, ressurser, retningslinjer og prosedyrer. Dermed vil produktkarakteristika og teknologi/prosessdesignkarakteristika drive kostnader, slik det er illustrert i figur 7. Videre illustrerer modellen at kostnadene kan kategoriseres som faste og variable, og strukturelle og operasjonelle kostnadsdrivere (Banker & Johnston, 2007). Ettersom vår studie kun er avgrenset til å omhandle bankens grønne boliglån, ser vi kun på strukturelle og operasjonelle kostnadsdrivere.

### **Begrensninger ved rammeverket**

Modellen for lønnsomhetsvariasjoner indikerer at det kan foreligge en viktig sekvens når det gjelder beslutningstaking, som starter med strategi og slutter med lønnsomhet (Banker &

Johnston). Banker og Johnston (2007) tar høyde for at det er flere faktorer enn produksjonsvolum som påvirker en bedrifts lønnsomhet i sitt rammeverk. Likevel kan ikke rammeverket i sin helhet applikeres til alle produkter og tjenester der de typiske produksjonskostnadene ikke er relevante. Et grønt boliglån er ikke et fysisk sammensatt produkt, noe som betyr at det ikke vil være kostnader relatert til en fysisk produksjon av produktet. Det er derfor ikke relevant å se på produksjonsmessige faktorer som teknologi/prosessdesign karakteristika, og ei heller faste kostnader.

### 3.2.1 Produktkarakteristika og kundeverdi

#### Produktattributter

I denne delen redegjør vi for det teoretiske rammeverket for produktattributter, som tilsvarende produktkarakteristika. Attributter er beskrivende egenskaper som karakteriserer et produkt eller en tjeneste. Dette innebærer det en forbruker tror produktet eller tjenesten er eller har, samt hva som er involvert i kjøpet eller konsumet (Keller, 1998). Dermed vil produktattributter kunne påvirke forbrukernes beslutninger.

Produktattributter kan kategoriseres på flere ulike måter. Olson og Jacoby (1972) kategoriserer produktattributter for oppfattet kvalitet som enten *direkte* eller *indirekte* produktattributter. *Direkte* produktattributter omhandler de fysiske karakteristikkene ved et produkt. *Indirekte* produktattributter er attributter som ikke er en fysisk del av produktet, eksempelvis bedriftens omdømme eller merkenavn. I motsetning til direkte attributter, vil ikke endring i de indirekte attributtene nødvendigvis endre produktets fysiske egenskaper (Olson & Jacoby, 1972). Keller (1998) sin kategorisering av produktattributter samsvarer i stor grad med kategoriseringen til Olson og Jacoby (1972), og vektlegger hvor direkte egenskapene relaterer til produkt- eller tjenesteytelse. En slik kategorisering skiller mellom *produktrelaterte attributter* og *ikke-produktrelaterte attributter* (Keller, 1998).

#### Produktrelaterte attributter

Produktrelaterte attributter refererer til et produkts fysiske sammensetning eller en tjenestes spesifikke krav, og bestemmer funksjonen eller ytelsen til produktet. Dette er attributter som er nødvendige for at et produkt eller en tjeneste skal fungere, eller egenskaper som muliggjør tilpasning og mer allsidig, personlig bruk (Keller, 1998). For et grønt boliglån vil dette gjelde hvilke krav som stilles til låntakerne for å få innvilget lånet.

### Ikke-produktrelaterte attributter

Ikke-produktrelaterte attributter kan påvirke kjøps- eller konsumeringsprosessen uten å ha en direkte påvirkning på produktets funksjon. Keller (1998) deler ikke-produktrelaterte attributter inn i fem typer: *pris*, *bruker- og bruksbilde*, *følelser* og *erfaringer*, og *merkevarepersonlighet*.

*Pris* på produktet eller tjenesten vil påvirke kjøpsprosessen, men er ikke direkte relatert til produktets eller tjenestens funksjon, og anses derfor som et ikke-produktrelatert attributt. Forbrukere har ofte sterke meninger om pris, og kan organisere egen forståelse om produktkategorien etter prisnivå, noe som gjør pris til et spesielt viktig attributt (Keller, 1998). Videre kan forbrukere ha prisoppfatninger av merkevarer som har en mer iboende mening knyttet til produktet. Ved å kombinere prisoppfatningene sine med oppfatninger knyttet til kvaliteten på produktet, kan de komme frem til en vurdering av produktets oppfattede verdi. Forbrukernes oppfatning av verdi er ofte en viktig faktor for deres beslutninger (Keller, 1998).

*Bruker- og bruksbilde* gjelder hvilken type mennesker som bruker produktet eller tjenesten, samt hvor og hvordan de benytter seg av produktet eller tjenesten. Slike attributter kan dannes direkte fra en forbrukers egne opplevelser og andres opplevelser med merkevaren, eller indirekte gjennom fremstilling av målgruppen og brukssituasjonen kommunisert gjennom reklame eller andre informasjonskilder. Assosiasjoner for hvem som er en typisk bruker av merkevaren kan være basert på beskrivende demografiske faktorer eller mer abstrakte psykografiske faktorer. Eksempler på demografiske faktorer er kjønn, alder, rase og inntekt. Psykografiske faktorer som skaper brukerbilder kan inkludere holdninger til karriere, eiendeler, sosiale problemer eller politiske institusjoner (Keller, 1998).

Attributter knyttet til *følelser* og *erfaringer* kan bidra med å øke verdi på merkevaren. Følelser kan bidra med å gi produktet mening og øke produkttilfredsheten, og derav potensielt forbedre oppfatningen av produktet. Reklame er en av metodene for å få forbrukerne til å danne følelser som knytter seg til det spesifikke merket (Keller, 1998).

På samme måte som en person kan være karakterisert med ulike personlighetstrekk, kan også en merkevare assosieres med personlighetstrekk. *Merkevarepersonlighet* handler om hva folk føler om merkevaren, fremfor hva de tror den gjør eller har. En merkevares personlighet kan føre til at en forbruker føler at merket er riktig og relevant for seg selv, og derav

investere i et bedre eller lengre kundeforhold til produktet. Med riktig merkevarepersonlighet kan man sørge for å beholde og eventuelt øke markedsandeler. Alle aspekter ved markedsføring kan påvirke merkevarepersonligheten, men det er gjerne reklame som er spesielt innflytelsesrik. Reklame kan gjennomsyre en merkevare med personlighetstrekk gjennom personifisering av merkevaren, eller gjennom bruk av brukerbilder (Keller, 1998).

### Kunde verdi

Produktattributter er driveren for opplevd *kunde verdi* (Banker & Johnston, 2007). Kotler og Keller (2016) definerer kundens opplevde verdi som «differansen mellom den potensielle kundens vurdering av alle fordelene og kostnadene ved et tilbud og de alternativene som kunden mener foreligger» (Kotler & Keller, 2016). Fordelene og kostnadene som kunden vurderer, kan betegnes som kundefordel og kundekostnad. Total kundefordel viser til kundens opplevde pengeverdi av de økonomiske, funksjonelle og psykologiske fordelene. Dette er fordeler som kunden forventer av et bestemt markedstilbud på bakgrunn av produkt, service, personer og image. Total kundekostnad innebærer alle kostnadene som følger av vurdering, anskaffelse, bruk og anvendelse av produktet, derunder også kostnader ved pengebruk, tidsbruk, energibruk og psykiske omkostninger.

På bakgrunn av dette vil kundens opplevde verdi være differansen mellom de oppnådde fordelene og kostnadene som følger av ulike valg. Opplevd kunde verdi kan øke dersom det tilbys større økonomiske, funksjonelle eller psykologiske fordeler, samt ved å redusere én eller flere av kostnadene (Kotler & Keller, 2016). Avgjørende faktorer for kundens opplevde verdi er illustrert i figur 8.



Figur 8. Determinanter for kundens opplevde verdi (Kotler & Keller, 2016)

Etter å ha vurdert totale fordeler og kostnader, vil en kunde velge det produktet vedkommende mener gir den høyeste verdien. Hvordan verdien oppfattes vil i stor grad

avhenge av faktorer som pris, kvalitet og service, ettersom økt kvalitet og service, og en reduksjon i pris, kan gi en høyere verdioppfattelse. Den opplevde verdien kan bli høyere ved økt kvalitet og service vedrørende produktet, eller ved å redusere prisen. Videre er det viktig at produktet lever opp til kundens forventninger, slik at det etableres en kundetilfredshet. Tilfredse kunder er viktige for omdømmet til bedriften, og kan i tillegg anbefale produktet og bedriften til andre (Kotler & Keller, 2016).

### **3.2.2 Strukturelle og operasjonelle kostnadsdrivere**

Kostnadsdrivere er variabler som driver kostnader. Å kun benytte produksjonsvolum til å forstå det komplekse kostnadsbildet anses som ikke å være nok, innen fagområdet for strategisk lønnsomhetsanalyse. Det oppnås en mer nyansert forklaring bak lønnsom drift dersom man tar høyde for at flere variabler kan påvirke kostnadsbildet (Shank, 1989). Beslutningstakere kan få kunnskap om underliggende kostnadsdrivere, noe som vil bidra med viktig informasjon når strategiske valg skal fattes. Dersom en leder blir oppmerksom på ulike kostnadsdrivere, vil vedkommende kunne være bedre i stand til å heve prestasjoner og støtte bedriftens overordnede målsetning (Banker & Johnston, 2007).

Begrepet *kostnadsdrivere* ble først benyttet av Porter (1985), og disse har siden blitt utarbeidet og fremstilt på ulike måter. Shank (1989) argumenterer imidlertid for at Porter sitt forsøk på å definere kategorier for kostnadsdrivere kanskje var viktigere enn hvilke kategorier han endte opp med å trekke frem. Som et alternativ nevnes Riley (1987) sin liste over kostnadsdrivere, med kategoriseringen av *strukturelle* og *operasjonelle* kostnadsdrivere (Shank, 1989). Følgelig baserer vi vårt rammeverk på Riley (1987) sin fremstilling av kostnadsdrivere, oppsummert i tabell 1.

Strukturelle kostnadsdrivere	Operasjonelle kostnadsdrivere
Skala	Ansattes engasjement
Samdriftsfordeler/ulemper	Kvalitetsledelse
Erfaring/læring	Kapasitetsutnyttelse
Teknologi	Prosessdesign
Kompleksitet	Produktdesign
	Utnyttelse av koblinger

Tabell 1. Fremstilling av strukturelle og operasjonelle kostnadsdrivere (Shank, 1989)

### Strukturelle kostnadsdrivere

De strukturelle kostnadsdriverne er basert på industriell organisasjonslitteratur, og retter fokus på bedriftens strategiske valg vedrørende den underliggende økonomiske strukturen. Kostnadsdriverne har dermed sin opprinnelse i de strategiske valgene, men kostnadsdriveren vil likevel kunne være utenfor en bedrifts kontroll og kan representere både kostnadsfordeler og -ulemper (Shank, 1989).

*Skala* referer til effekten produksjonsvolumet vil ha på enhetskostnadene, og blir definert som en viktig kostnadsdriver av både Porter (1985) og Riley (1987). Strategiske valg knyttet til skala kan omhandle investeringer i produksjon, forskning og utvikling, markedsføring, og horisontal integrasjon (Shank, 1989). *Samdriftsfordeler og -ulemper* kan omtales som scope, og påvirkes av bedriftens valg angående grad av vertikal integrasjon (Shank, 1989). Kostnadsdriveren *erfaring* viser til bedriftens erfaring med prosessene som utføres, og hvor mange ganger prosessen har blitt utført tidligere (Shank, 1989). Porter (1985) anser også denne kostnadsdriveren for viktig, ettersom erfaring kan medføre effektiviserte prosesser som kommer av eksempelvis økt kunnskap hos de ansatte eller bedre utnyttelse av ressurser. Effektivisering kan føre til reduserte kostnader. Videre kan læring medføre ringvirkninger, i den form at bransjer eller bedrifter lærer av hverandre. På denne måten kan læringen skape et varig konkurransefortrinn for bedriften, eller redusere kostnadene til hele bransjen (Porter, 1985). Neste kostnadsdriver handler om bedriftens valg knyttet til hvilken *teknologi* som benyttes i de ulike leddene i verdikjeden, ettersom bruk av ulike teknologiske løsninger kan ha en innvirkning på kostnader (Shank, 1989). Riley (1987) knytter *kompleksitet* til valget av bredde på produkt- eller tjenestelinjen som bedriften vil tilby kundene (Shank, 1989). I

Porters (1985) kategorisering av kostnadsdrivere ble kostnader fra kompleksitet inkludert under driveren «policyvalg». Her ble kompleksitet inkludert som kostnader drevet av produktmiks og produkttegenskaper (Porter, 1985).

### Operasjonelle kostnadsdrivere

De *operasjonelle* kostnadsdriverne er relatert til bedriftens prestasjoner, og er knyttet til bedriftens gjennomføringsevne når det gjelder å utføre aktiviteter på en kostnadseffektiv måte. I motsetning til de strukturelle kostnadsdrivere, vil en økning i en operasjonell kostnadsdriver alltid være positivt for bedriften, ettersom kostnadsdriverne er direkte relatert til bedriftens prestasjon (Shank, 1989). Under følger en kort beskrivelse av de operasjonelle kostnadsdriverne.

*Ansattes engasjement* omhandler hvor engasjerte og delaktige de ansatte er i arbeidet med å oppnå en forbedring av bedriftens prestasjon, og en økning i denne driveren vil alltid være fordelaktig for bedriften. *Kvalitetsledelse* som operasjonell driver knytter seg til hvordan bedriften ledes med hensyn til produktkvalitet. Kostnadsdriveren *kapasitetsutnyttelse* er definert som en strukturell driver av Porter (1985), og kan bidra til et konkurransefortrinn dersom bedriftens faste kostnader kan spres over flere enheter. Riley (1987) knytter også kapasitetsutnyttelse til skala, men kategoriserer den som en operasjonell kostnadsdriver ettersom økt kapasitetsutnyttelse alltid vil være positiv for bedriftens prestasjon. *Prosessdesign* kan drive kostnader etter hvorvidt designet på prosessen er utformet effektivt. På samme måte kan *produktdesign* drive kostnader etter produktets design eller utforming, og økt effektivitet i prosess- og produktdesign vil gi reduserte kostnader. *Utnyttelse av koblinger* omhandler i hvilken grad bedriften klarer å utnytte sine koblinger med leverandører og kunder, og andre aktører i verdikjeden (Shank, 1989).

Porter (1985) inkluderte også *institusjonelle forhold* som en sentral kostnadsdriver. Dette omfatter faktorer som en bedrift i liten grad kan påvirke, for eksempel tariffen, skatter, statlige reguleringer og finansielle insentiver. Slike kostnadsdrivere er utenfor bedriftens kontroll, men er viktige å gjenkjenne slik at bedriften kan forsøke å påvirke eller minimere effekten av dem, særlig i tungt regulerte bransjer som bankbransjen (Porter, 1985). Videre inkluderte Porter (1985) *timing* som en kostnadsdriver. Den første til å etablere seg i et marked kan oppnå konkurransefordeler, eksempelvis i form av at det er lettere å skape et merkenavn, eller være først ute med ny teknologi. Samtidig kan det også være kostbart å



være først ute, og en bedrift kan velge å avvente og heller se hva som slår an i et forsøk på å spare seg for slike kostnader. Hvilken effekt timing har på kostnader vil bero i stor grad på markedsutviklingen (Porter, 1985).

I litteraturen er det ingen klar enighet om klassifiseringen av kostnadsdrivere, men det foreligger en gjensidig forståelse for at produksjonsvolum alene ikke er nok til å forstå kostnadsbildet. Det å analysere ulike kostnadsdrivere vil kunne øke forståelsen av kostnadenes underliggende struktur, og kan bidra med å identifisere årsaken til kostnadsvariasjoner mellom ulike bedrifter i samme bransje (Shank, 1989). Porter (1985) trekker imidlertid frem at det vil være variasjon i hvilke kostnadsdrivere som er de mest sentrale, både mellom bransjer og mellom bedrifter i samme bransje.

## 4. Metode

I dette kapittelet skal vi redegjøre for metoden som ligger til grunn for denne utredningen. Innledningsvis vil vi redegjøre for utredningens studieobjekt. Deretter vil vi presentere og redegjør for vår valgte forskningstilnærming, forskningsdesign, datainnsamling og dataanalyse. Avslutningsvis diskuterer vi styrker og svakheter ved valgt metode med hensyn til reliabilitet, validitet og etisk ansvar.

### 4.1 Studieobjekt

Utredningens problemstilling handler om å undersøke hvilke faktorer som kan ha betydning for lønnsomheten knyttet til grønne boliglån, og derav påvirke bankens valg for fremtiden. Grønt boliglån er et relativt nytt produkt og tilbys ikke enda av alle norske banker. I tillegg finnes det lite forskning på området, noe som vanskeliggjør en kartlegging av lønnsomheten knyttet til grønne boliglån. Imidlertid er det noen banker som er tidlig ute med å tilby slike lån, og dermed har bygget seg opp erfaringer med produktet. SB1HV er blant bankene som er tidlig ute, og har dermed noen års erfaring med å tilby grønne boliglån. Ved å gå i dybden på denne ene banken og deres valg er målet å forstå hvilke faktorer som kan påvirke deres lønnsomhet knyttet til grønne boliglån, og derav bankens fremtidige valg.

Avgrensningen til det norske markedet er basert på tilgang til data, samt en antakelse om mulig overføringsverdi til andre norske banker. I Norge finnes det to ulike typer banker: sparebanker og forretningsbanker. Både sparebanker og forretningsbanker driver blant annet utlåns- og innskuddsvirksomhet. Det som imidlertid skiller dem er eierformen (Finanstilsynet, 2020). SB1HV er en sparebank som eies av to stiftelser med formål om at bankens overskudd skal komme regionen til gode, noe som betyr at de har lang tradisjon med å påta seg samfunnsansvar. Av den grunn anser vi det interessant å undersøke hvordan SB1HV bidrar til samfunnsansvar ved å tilby grønne boliglån.

Grunnet at SB1HV i stor grad tilbyr de samme produktene og tjenestene som andre banker, at bankbransjen er relativt homogen, og at de fleste bankene forholder seg til like rammevilkår og påvirkes nokså likt av endringer i omgivelsene, ser vi det gunstig å ta utgangspunkt i SB1HV og utforske denne banken nærmere. SB1HV viser til et godt

utgangspunkt med mulighet til å identifisere og undersøke mulige forklaringer på hvorfor flere i bransjen tilbyr grønne boliglån.

## 4.2 Forskningstilnærming og forskningsdesign

Hensikten med vår studie er å utforske valgene som ligger til grunn for at en bank ønsker å tilby grønne boliglån. Vi skal forsøke å forklare hva som ligger til grunn for de valgene banken har tatt og kommer til å ta, som følge av faktorer som har innvirkning på lønnsomheten til grønne boliglån. Den induktive tilnærmingen, som går fra empiri til teori, vil derfor være dominerende i vår studie. I tillegg er temaet vi forsker på nytt, med lite eksisterende teori, og i slike tilfeller er det hensiktsmessig med en induktiv tilnærming (Saunders et al., 2019). Vi benytter det teoretiske rammeverket av Banker og Johnston (2007) til å kartlegge bankens sentrale drivere for inntekter og kostnader til grønne boliglån, derfor kan det argumenteres for at vi har et element av den deduktive tilnærmingen.

### 4.2.1 Forskningsformål

Vår studie er i hovedsak utforskende, men med elementer av en beskrivende tilnærming. I en *utforskende* studie stiller en åpne spørsmål for å oppdage hva som skjer og få innsikt i temaet, og i en *beskrivende* studie er hensikten å få en nøyaktig fremstilling av hendelser, personer eller situasjoner. I denne studien analyserer vi markedets utvikling som har en beskrivende hensikt ettersom markedet på nåværende tidspunkt beskrives, men også en utforskende hensikt som følge av at det utvikles forventninger om hvordan lønnsomheten i bransjen kan se ut i fremtiden. Videre forsøker vi å kartlegge sentrale verdi- og kostnadsdrivere, og ser på hvor stor betydning de har for lønnsomheten til banken, noe som har en beskrivende hensikt. Deretter har vi en utforskende hensikt når vi skal forklare hva som ligger til grunn for bedriftens valg knyttet til verdi- og kostnadsdriverne. Ved å benytte begge forskningsformålene vil vi kunne etablere en dypere innsikt og forståelse for det temaet som studeres.

## 4.2.2 Metodevalg

I metodelitteraturen skilles det i hovedsak mellom *kvantitativ* og *kvalitativ* forskningsmetode. Kvalitativ metode fremstår som mest egnet til vår studie, da denne gir mulighet til å utforske representantene fra banken sine meninger og sammenhengene mellom dem ved å benytte strukturerte eller semistrukturerte intervju. Vi har brukt kvalitativ metode ettersom data fra intervjuer dominerer vårt datamateriale. Dette betyr å samle informasjon som har til hensikt å kartlegge sentrale verdi- og kostnadsdrivere, og forklare hva som ligger til grunn for de strategiske valgene banken har tatt og planlegger å ta. Vårt metodevalg stemmer godt overens med forskningstilnærmingen, da kvalitativ metode gjerne assosieres med induktiv tilnærming, som er den dominerende tilnærmingen i studien.

## 4.2.3 Forskningsstrategi

En forskningsstrategi kan defineres som en plan for hvordan vi skal gå frem for å svare på problemstillingen (Saunders et al., 2019). I vår utredning har vi benyttet oss av casestudie supplert med dokumentanalyse som forskningsstrategi.

En casestudie handler om å gå i dybden på et fenomen eller emne innenfor dets virkelige omgivelser (Saunders et al., 2019). Vår forskning går i dybden på hvilke faktorer som kan påvirke lønnsomheten knyttet til en banks grønne boliglån, og hvilken betydning dette har for bankens valg. Med hensyn til begrenset datagrunnlag på temaet om grønne boliglån, ser vi det hensiktsmessig å benytte oss av casestudie som forskningsstrategi for å få innsiktsfulle data fra en bank. Ved å foreta en casestudie kan vi utvikle rikt detaljerte og nyanserte beskrivelser av bankens grønne boliglån (Saunders et al., 2019).

Videre benytter vi oss av enkeltcase i motsetning til flercase. Dette er fordi vi skal utforske lønnsomheten knyttet til grønne boliglån, et emne som få har forsket på tidligere. Vi mener det derfor er hensiktsmessig å gå i dybden på kun én bank, ettersom det er begrenset med tid for å gjennomføre studien (Saunders et al., 2019).

Vår forskningsstrategi er dermed å gjennomføre en enkeltcasestudie av ulike faktorer som kan påvirke lønnsomheten knyttet til grønne boliglån hos en bank, ved å gjennomføre kvalitative intervjuer og supplere med dokumentanalyse.

## 4.3 Datainnsamling

For å besvare problemstillingen vår har vi samlet inn data i form av *primærdata* og *sekundærdata*. Med *primærdata* menes data som er innsamlet for første gang spesifikt for å besvare den konkrete problemstillingen til studien. *Sekundærdata* er data innsamlet av andre, og innebærer ofte at dataene er samlet inn til et annet formål enn å besvare studiens problemstilling (Saunders et al., 2019). I denne utredningen benytter vi både primær- og sekundærdata for å kunne få et rikt datagrunnlag i våre analyser. Primærdata er samlet inn ved hjelp av kvalitative intervjuer. Vi har også samlet inn kvalitativ sekundærdata, som har vært nyttig for å kunne analysere markedet for grønne boliglån.

### 4.3.1 Primærdata

Majoriteten av den kvalitative primærdataen er samlet inn ved hjelp av semistrukturerte intervjuer. Ved semistrukturerte intervjuer har man på forhånd en liste med temaer, ofte med tilhørende nøkkelspørsmål, slik at man har noe å følge under gjennomføringen av intervjuet (Saunders et al., 2019). Vi benyttet semistrukturerte intervjuer ettersom slike intervju er mest fordelaktige da vi ønsker å utforske problemstillingen i dybden og krever et rikt datamateriale. Spørsmålene var åpne, og rekkefølgen og utspørringslogikken kunne variere, i henhold til slik Saunders et al. (2019) understreker at et semistrukturert intervju burde gjennomføres.

Primærdata har hovedsakelig blitt innsamlet gjennom intervjuer med fire av bankens ansatte på ledernivå. Siden det er lite kunnskap å finne om grønne boliglån fra før, og det er et komplekst tema, benyttet vi oss av semistrukturerte intervjuer som intervjumetode. Vi utarbeidet en intervjuguide (vedlegg 1) med flere overordnede tema med tilhørende nøkkelspørsmål, for å sørge for at vi holdt oss til det som var oppgavens problemstilling. Vi utelukket likevel ikke at det kunne komme tilleggs- og oppklarende spørsmål underveis. Med dette fungerte intervjuguiden som en tentativ plan for hva som skulle legges vekt på under intervjuene. Intervjuene ble gjennomført ved bruk av Microsoft Teams. Grunnen til

dette var at det var lettere med tanke på reising, de ulike ansatte er fordelt på ulike kontorer og hadde forskjellig timeplaner. Vi gjennomførte fire intervjuer, hvorav tre av dem var individuelle.

Først gjennomførte vi et innledende gruppeintervju der vi presenterte oppgaven og en tentativ plan for intervjuene og oppgaven. Administrerende direktør, leder for økonomi og finans og bærekraftsansvarlig deltok på dette gruppeintervjuet som varte i 1 time. Der presenterte de SB1HV og hvordan prosessen med å tilby grønne boliglån har foregått hos dem. De tre påfølgende intervjuene var individuelle, slik at de tre informantene ble her intervjuet hver for seg. Til intervjuene utarbeidet vi en intervjuguide i forkant (se vedlegg 1), slik at spørsmålene ble mer konkrete enn det var i det innledende gruppeintervjuet. Informantene fikk tilsendt intervjuguiden på forhånd, slik at de fikk muligheten til å forberede seg og gjøre klart eventuelle spørsmål de måtte ha. Formålet med intervjuene var å kartlegge grønne boliglån som et produkt og hva som lå bak valgene de hadde tatt i utarbeidelsen av produktet. Vi diskuterte også eksterne faktorer som kunne påvirke markedet for grønne boliglån og hvem kundegruppen til produktet består av, samt tekniske opplysninger knyttet til rentenivå, volum og kostnader. Siden de tre informantene hadde forskjellige roller i banken knyttet til produktet grønne boliglån, var det ikke alle spørsmålene som var like relevante for alle. Intervjuene varte fra 35 minutter til 45 minutter.

Hvem vi intervjuet, når intervjuene fant sted og intervjuenes varighet er listet opp under i tabell 2. Det ble til sammen intervjuet tre personer, og tittelen representerer hver person. Tabellen viser også kjennemerket til hver informant sin stilling, som vil benyttes i fremstilling av empiri og analyse i kapittel 6 og 7.

Dato	Stilling	Kjennemerke
25.02.22	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrerende direktør</li> <li>• Bærekraftsansvarlig</li> <li>• Leder for økonomi og finans</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CEO</li> <li>• BA</li> <li>• CFO</li> </ul>
30.04.22	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrerende direktør</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CEO</li> </ul>
01.04.22	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bærekraftsansvarlig</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BA</li> </ul>
04.04.22	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leder for økonomi og finans</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CFO</li> </ul>

Tabell 2. Intervjuoversikt

Alle intervjuene ble tatt opp med lydopptaker etter avtale med informantene. I etterkant av intervjuene ble de transkribert, og sitatene vi valgte å bruke i analysen vår ble videre tilsendt informantene for å sørge for at de ikke hadde blitt misforstått.

Vi fikk også tilgang til et team på Microsoft Teams med de tre informantene og vår kontaktperson i SB1HV. Der har vi hatt mulighet til å stille spørsmål fortløpende når det har dukket opp noe underveis, både gjennom chatfunksjonen og telefonsamtaler.

### **4.3.2 Sekundærdata**

Vi har også benyttet oss av sekundærdata i tillegg til semistrukturerte intervjuer for å få en bredere forståelse av fenomenet vi har forsket på. Kombinasjonen av dokumentanalyse av sekundærdata og andre kvalitative forskningsmetoder er utbredt. Sekundærdata har vært nødvendig for den kvalitative analysen, da i form av forskningsartikler, nyhetsartikler, bankens nettsider og rapporter. Siden grønt boliglån er et produkt som kun har vært på det norske markedet i noen år, var det manglende forskning på det aktuelle temaet. Derfor valgte vi å bruke nyhetsartikler og nettsider/fagportaler fra eiendoms- og byggebransjen for å få mer innsikt i de mest aktuelle omstendighetene relevant for grønne boliglån. Rapporter som er brukt er blant annet årsrapporter og bærekraftsrapport fra SB1HV, samt offentlige rapporter og data fra blant annet Norges Bank, Finansdepartementet og Statistisk Sentralbyrå (SSB). Vi har også gjennomført en forberedende dokumentanalyse av EUs taksonomi og andre reguleringer vi anser som relevante for ytterligere innsikt. Analysen av makroomgivelsene er hovedsakelig basert på sekundærdata, men også data fra intervjuene er benyttet. I bransjeanalysen er det benyttet en kombinasjon av både primærdata og sekundærdata.

### **4.3.3 Utvalg**

I studien ønsker vi å få en dypere forståelse for hvorfor en bank ønsker å tilby grønne boliglån. Ved valg av utvalg benyttet vi oss derfor av et ikke-sannsynlighetsutvalg. Vi tok kontakt med SB1HV og undersøkte om de kunne være interessert i å bidra i studien gjennom intervjuer. Sammen med vår kontaktperson i banken ble vi enige om hvilke informanter vi

ønsket å intervju i denne studien. For å skape en bredere og mer helhetlig forståelse av det som omfatter grønne boliglån ønsket vi informanter med ulike ansvarsområder. Saunders et al. (2019) kaller denne utvalgsmetoden for hensiktsmessig utvalg med heterogen utvalgsteknikk. Vi valgte denne utvalgsmetoden fordi vi ønsket informanter med ulike roller til grønne boliglån for å få et bredere perspektiv og belyse problemstillingen fra flere innfallsvinkler.

## 4.4 Dataanalyse

For å analysere innsamlet data har vi benyttet oss av en form for tematisk analyse. Hensikten med tematisk analyse er å analysere kvalitative data med formål om å identifisere tema som fremkommer på tvers av informasjon fra eksempelvis intervjuer, rapporter, nettsider eller andre datakilder som undersøkes (Saunders et al., 2019).

I det første steget av den tematiske analysen gikk vi gjennom transkriberingene av intervjuene for å gjøre oss bedre kjent med innsamlet data. Først studerte vi de transkriberte intervjuene individuelt for å skape et objektivt bilde av hva som ble sagt. Videre sammenlignet vi funnene. Dette bidro til å få frem flere aspekter ved dataene og avdekke ulike perspektiver. Vi startet med å diskutere det vi anså som viktig og relevant fra hvert enkelt intervju, før vi diskuterte viktige og relevante funn fra alle intervjuene som en helhet. Vi benyttet oss av teori fra de overordnede hovedtemaene for å utarbeide koder. Dette bidro til å organisere og samle data med lik betydning og utheve data som var relevant for videre i prosessen. Vi benyttet oss både av ord hentet fra teori og informantens svar for å generere koder. De kodede funnene ble deretter analysert og strukturert for å lage en kort liste med tema vi anså som relevante for problemstillingen. Relevante sitater, setninger og utsagn ble valgt ut, samtidig som vi reviderte tidligere trinn ettersom forståelsen vår av dataene ble bedre. Ved å være to forskere opplevde vi at det i noen tilfeller var forskjellige momenter som ble vektlagt. Det var også flere tilfeller der vi hadde tolket samme utsagn på ulik måte. Grunnet dette gikk vi over intervjuene flere ganger for å undersøke konteksten til utsagnet. Til slutt evaluerte vi kodene og gjorde endringer i inndelinger av koder og tema der det var nødvendig. Dette medførte et dokument strukturert etter temaer som inneholdt ulike sitater og utsagn, og dokumentet ble benyttet som utgangspunkt til å formulere funn fra empiri i de ulike analysene.



## 4.5 Metodisk kvalitet

Videre vil det være viktig å evaluere studiens metodiske kvalitet. I dette delkapittelet vil vi redegjøre for studiens reliabilitet og validitet for å bedømme kvaliteten ved studien (Saunders et al., 2019).

### 4.5.1 Reliabilitet

I kvalitative studier handler reliabilitet om hvorvidt andre forskere vil anerkjenne funnene som pålitelige på bakgrunn av en godt beskrevet fremgangsmåte av studien. Det er fire aspekter vi bør vurdere for å si noe om studiens reliabilitet. Det er *respondentfeil*, *respondentskjevhet*, *forskerfeil* og *forskerskjevhet* (Saunders et al., 2019).

Respondentfeil innebærer at respondenten kan påvirkes av faktorer som igjen påvirker svarene, og derav dataene en får ut av intervjuene. Ulike faktorer kan være tidspunkt for gjennomførelse av intervjuet, energinivå og hvilken dag intervjuet utføres på. Det kan være vanskelig å påvirke energinivå og humør for å redusere faren for respondentfeil. Vi forsøkte å unngå at intervjuene ble gjennomført på slutten av arbeidsdagen eller arbeidsuken, slik at informantene var mer sannsynlig å være opplagt og villig til å gi utfyllende svar på aktuelle spørsmål. I tillegg tildelte vi informantene intervjuguiden på forhånd, for å sørge for at informantene var mer avslappet med hvilke tema intervjuet ville handle om. Faren for avbrytelser under intervjuet ble også vektlagt slik at denne skulle være minimal (Saunders et al., 2019).

Et annet aspekt som kan utgjøre en trussel for studiens reliabilitet er respondentskjevhet. Dette innebærer situasjoner hvor informantene besvarer spørsmål basert på hva vedkommende forventer at intervjuer vil høre. Informantene er identifiserbare ettersom banken er navngitt og det opplyses om deres respektive stillinger. De vil kunne ha en sterk eierskapsfølelse til deres produkt, grønne boliglån, og kan dermed ønske å fremheve de positive sidene og utelate de negative sidene (Saunders et al., 2019). Banksektoren er sterkt regulert, noe som tilsier at informantene har lite å tjene på ved å oppgi feilaktig informasjon. Det kan hende at informantene holder tilbake informasjon rundt deres strategiske valg fordi

det er konfidensiell informasjon. Det betyr nødvendigvis ikke at de oppgir feilaktig informasjon, men at de i mindre grad utdyper om denne informasjonen.

En tredje trussel for studiens reliabilitet er forskerfeil, som innebærer at forskere tilrettelegger for å få ønskede svar fra et intervju. Ved å utarbeide åpne spørsmål som ikke legger føringer om hvilke svar vi kunne ønske forsøkte vi å redusere faren for forskerfeil. For å redusere sannsynligheten for dette la vi også opp til muligheter for oppfølgingsspørsmål og at informanten kunne stille oppklarende spørsmål. Ettersom studien vår er utforskende, kan det å utforme ledende spørsmål bli vanskelig, som derav reduserer sannsynligheten for forskerfeil (Saunders et al., 2019).

Forskerskjevhet kan også utgjøre en trussel for studiens reliabilitet. Med forskerskjevhet menes det at forskeren kan tillate egne subjektive oppfatninger og erfaringer å påvirke tolkningen av dataene (Saunders et al., 2019). Ved å være to forskere vil vi kunne korrigere eventuelle forskerskjevheter av den andre part, ettersom innsamlet data tolkes av to parter. Det er ikke mulig å redusere faren for forskerskjevhet i sin helhet, men samarbeid om tolkningen vil medføre en redusert fare. Et ytterligere tiltak vi benyttet for å unngå feilaktig tolkning og gjengivelse av informantenes meninger og opplevelser var å gjennomføre sitatsjekk (Saunders et al., 2019). Hensikten med dette var å styrke reliabilitet og intern validitet.

## **4.5.2 Validitet**

Kvaliteten på en studie avhenger også av studiens validitet. Validitet i kvantitative studier handler om hvor hensiktsmessig de benyttede metodene er, hvor nøyaktig analysen av resultatene er, samt generaliserbarheten av funnene. Saunders et al. (2019) legger videre frem at validitet kan deles inn i intern og ekstern validitet.

### **Intern validitet**

Ifølge Saunders et al. (2019) omhandler intern validitet hvorvidt forskningen studerer det den har til hensikt å undersøke. I kvalitativ forskning kan intern validitet styrkes med forankring i en rik samling av data. Kontaktpersonen vår i banken bidro med et hensiktsmessig utvalg i planleggingen av intervjuene. Dette medførte at informantene representerte forskjellige ansvarsområder, og bidro til mer varierte perspektiver og et rikere datagrunnlag. Vi intervjuet kun et begrenset utvalg grunnet oppgavens omfang. Et rikere

datagrunnlag og mer variert perspektiv kunne forekommet av et større utvalg som kunne resultert i andre funn (Saunders et al., 2019).

Sekundærdata ble tatt i bruk på forhånd av intervjuene for å få en dypere forståelse av temaet, som muliggjorde det å stille oppklarende spørsmål og undersøke ulike vinklinger av betydninger og svar. Kombinasjonen av å opparbeide oss forkunnskap og bruk av fleksibiliteten ved semistrukturerte intervjuer har hatt en medvirkning på å styrke den interne validiteten i studien. Intervjuene og transkriberingen ble utført av begge to, i den hensikt å sikre god forståelse av det som kom frem i intervjuene. Funnene analyserte vi individuelt for å sikre at våre første oppfatninger ikke ble påvirket av den andres oppfatninger. Vi sammenlignet i etterkant resultatene vi anså som viktige og relevante for å se om vi hadde ulike oppfatninger. Ved at vi ble mer oppmerksomme på våre ulike oppfatninger sørget vi dermed for en bedre tolkning av dataene. Denne prosessen har trolig bidratt med å styrke studiens indre validitet.

### **Ekstern validitet**

Ekstern validitet handler om hvorvidt studiens innsamlede data og funn kan generaliseres og overføres til andre lignende sammenhenger (Saunders et al., 2019). Generalisering kan være utfordrende i kvalitativ forskning og enkeltcase-studier som følge av at utvalget forskningen baseres på vanligvis er små. Ved å sikre at studien gir en fullstendig beskrivelse av problemstilling, forskningsdesign, kontekst, funn og analyser, vil man kunne sørge for en høyere grad av overførbarhet (Saunders et al., 2019). Dersom vi vurderer den eksterne validiteten innenfor bankbransjen som kontekst, vil vi hevde at en oppnår en viss grad av generalisering til andre banker på tilsvarende størrelse som tilbyr grønne boliglån. Som nevnt er bankbransjen relativt homogen, slik at våre funn relatert til hvorfor banken velger å tilby grønne boliglån også kan overføres til å forklare hvorfor andre banker har valgt å tilby dette. Likevel tar vår kvalitative forskning utgangspunkt i én casebedrift der vi ønsket å få en mer grundig forståelse av temaet. Utvalget i studien er svært begrenset, og vil dermed ikke kunne generaliseres i svært stor grad.

## 4.6 Etisk ansvar

I forskningssammenheng er etiske faktorer hovedsakelig vurdert mot opptreden og ivaretagelse av rettighetene til deltakerne involvert i forskningsprosjektet (Saunders et al., 2019). Norsk senter for forskningsdata (NSD) ble kontaktet i forkant av datainnsamlingen for å melde inn oppgaven. NSD er et personvernombud for forskning, som blant annet har inngått avtale med samtlige universiteter, vitenskapelige og statlige høyskoler, samt en rekke helseforetak og forskningsinstitutter (NSD, u.å.). Dette er nødvendig for å sikre at personopplysninger behandles korrekt. For å ta hensyn til etiske aspekter ved studien har vi vært tydelige på at det både var mulighet for å anonymisere informantene eller gjøre oppgaven konfidensiell om informantene skulle ønske det. Dette kommer av at de som nevnt er identifiserbare gjennom navngitt bank og stilling. Informantene har derfor signert et informert samtykke (se vedlegg), og godkjent sitatsjekk ved ferdigstilt analyse.

## 5. Kontekst

Dette kapitlet har til hensikt å gjøre leseren bedre kjent med Sparebank 1 Hallingdal Valdres, bankens arbeid med bærekraft, samt en introduksjon av produktet grønt boliglån. Informasjon er hentet fra sekundærkilder som bankens nettsider og årsrapporter, i tillegg fra primærdata samlet gjennom intervju.

### 5.1 Hvordan en bank tjener penger på boliglån

Bankenes inntjening er i hovedsak forskjellen mellom hva banken låner inn penger til, og hva den låner ut penger til, fratrukket kostnader og tap på utlån, og korrigert for eventuelle tap eller gevinster på plasseringer. Utlånsrentene settes som en funksjon av innlånsrentene, og dette er normalt en ligning med svært mange ukjente. Banken har grovt sett tre finansieringskilder: innskudd fra kunder, lån i kapitalmarkedet (også kalt markedsfinansiering) og egenkapital. Hovedandelen av bankenes innlån består av innskudd fra kunder og markedsfinansiering. Innskuddsrenten settes av banken selv i konkurranse med de andre bankene. Kapitalmarkedet er i stor grad styrt av pengemarkedsrenten, samt et risikopåslag som varierer fra bank til bank, ulike kapitalinstrumenter og løpetider. Bankene har et lovpålagt krav om ansvarlig kapital, i hovedsak egenkapitalen, og størrelsen er gitt av myndighetene (Finans Norge, u.å.).

For innskuddsrentene og bankenes markedsfinansiering vil pengemarkedsrenten være av stor betydning. Den mest vanlige er *Norwegian InterBank Offered Rate* (Nibor) i Norge. Dette er en rente som fastsettes daglig som referanserente for plasseringer banker imellom og benyttes som utgangspunkt i låneavtaler og andre finansielle kontrakter. Den skal reflektere risikoen knyttet til å låne penger til en kredittverdige bank for en gitt periode, og er derfor noe høyere enn styringsrenten fra Norges Bank ettersom den inkluderer et risikopåslag. Renten er konstruert som en valutaswaprente, som betyr at banker tar utgangspunkt i en USD-rente (eventuelt en EUR-rente) og prisen på en valutaswap til NOK. Dette betyr at den i stor grad vil påvirkes direkte av utenlandske forhold (Noss, 2022a).

Egenkapital er det første som skal dekke eventuelle tap dersom banken får problemer, og er også den dyreste delen av en banks finansieringskostnad. Bankens investorer forventer en

avkastning på egenkapitalen i selskapet og risikoen de tar. Bak hvert lån skal det stå en lovbestemt ansvarlig kapital. Denne utgjøres av egenkapital, fondsobligasjoner og tidsbegrensede ansvarlige lån. Den ansvarlige kapitalen er risikokapitalen i banken. Dersom det oppstår tap som gjør at banken får negative resultat, vil banken måtte anvende den ansvarlige kapitalen for å dekke dette tapet. Dette skal sikre at øvrige kreditorer, særlig innskuddskundene, ikke blir påført tap. Risikopåslaget for den avkastningen investor venter reduseres etter hvor høy prioritet investor har (Finans Norge, u.å.).

Andelen av finansiering som kommer fra innskudd, markedsfinansiering og egenkapital varierer fra bank til bank, men alle utgjør kostnader for bankene og danner grunnlaget for utlånsrentene. Bankene vil tjene på boliglån dersom forskjellen mellom utlånsrenten og renten som banken må betale for å låne inn pengene er positiv. Denne forskjellen kalles rentenetto (Finans Norge, u.å.). For bankens resultat vil også driftskostnader ellers, og tap på utlån og tap/gevinst på finansielle aktiva inngå som større deler av resultatregnskapet.

## 5.2 SpareBank 1 Hallingdal Valdres

SpareBank 1 Hallingdal Valdres (SB1HV) har en lang og tradisjonsrik historie med bankvirksomhet fra 1868. I Hallingdal fusjonerte Aal Sparebank og Hemsedal Sparebank i 1999 og fikk navnet SpareBank 1 Hallingdal. Øystre Slidre Sparebank startet sin drift i 1868 i Valdres, og ble i 2012 innfusjonert i SpareBank 1 Hallingdal, og det nye navnet på banken ble SpareBank 1 Hallingdal Valdres. I den forbindelse ble bankens egenkapital fordelt på to sparebankstiftelser som har tilknytning til de to bankene. Disse stiftelsene har som formål å opprettholde eierskap i banken og bidra til allmennyttige formål i de to tidligere bankenes geografiske nedslagsfelt (SB1HV, 2022b).

Banken er i dag et konsern med virksomheter innenfor flere områder. Kjernen i konsernet er sparebankvirksomheten med bankdrift, og dette omfatter finansiering, betalingsformidling, plassering og formidling av forsikringsprodukt. Konsernstrukturen tar utgangspunkt i gjeldende lovverk for sparebanker. Regnskapsføring, eiendomsmegling, investeringsvirksomhet og lokalt samfunnsengasjement er andre områder som konsernet også er engasjert i. Interne områder som fellesfunksjoner og eiendomsdrift av egne lokaler kommer i tillegg (SB1HV, 2022b).

Bankens hovedmarkedsområde er Hallingdal og Valdres. Kommunene Ål, Gol og Hemsedal har tyngdepunktet i Hallingdal, og i Valdres er kommunene Øystre Slidre og Nord-Aurdal tyngdepunktet. Personkunder utenfor primærmarkedsområdet utgjør ca. 1/3, med en stor andel i Oslo-området. Videre har SB1HV en desentralisert struktur, og uten et hovedkontor. Bankvirksomheten blir drevet fra åtte kontorer lokalisert i Geilo, Ål, Gol, Hemsedal, Fagernes, Heggenes, Beitostølen og Oslo (SB1HV, 2022b).

SB1HV er det største lokaleide finanskonsernet i regionen, og har mer enn 150 ansatte (SB1HV, u.å.d). Banken er en del av SpareBank 1-alliansen som ble etablert i 1996. Dette er et bank- og produktsamarbeid mellom SpareBank 1-bankene i Norge. Alliansen er den nest største finansgrupperingen i Norge, målt i utlån til kunder. Den består av 14 selvstendige banker som er fullverdige leverandører av finansielle produkter og tjenester til privatpersoner, bedrifter og organisasjoner (SB1HV, 2022b).

### **Bankens visjon, misjon, verdier og mål**

SB1HV sin visjon er «bærekraft i alt vi gjør» og «anbefalt av kunden», og verdiene som driften skal bygge på er «engasjert, relevant og dyktig» (SB1HV, 2022b). Dette skal de vise gjennom å komme med løsninger som fungerer best mulig for kundene deres, og ved å ha et bredt og tidsriktig produktspekter, medarbeidere med solid fagkompetanse og gode ferdigheter (SB1HV, u.å.e).

Ambisjonen til konsernet er å kunne forbli en selvstendig, regional bank som betyr mer for bedrifter og personer i Hallingdal og Valdres enn en hvilken som helst bank. Alle kunder med tilknytning til Hallingdal og Valdres er konsernets målgruppe (SB1HV, u.å.d). I tillegg ønsker de at konsernet skal være den mest attraktive arbeidsplassen med de beste og mest fornøyde medarbeiderne, som innehar høy endringskapasitet og vilje og evne til kontinuerlig læring. Banken skal oppnå økt inntjening gjennom samarbeid med kundeleveranser på tvers av konsernets forretningsområder. Videre har de en målsetting om å ha god kapitaldekning og levere gode resultater som gir et godt utbytte til sparebankstiftelsene. Deler av utbytte har gått til gaveutdelinger til prosjekt og drift, men også til opparbeidelse av overskuddslikviditet (SB1HV, 2022b).

Bankens misjon er definert til å være «*Vi hjelper kunden til å realisere drømmer og verdier – i gode og utfordrende tider. Bærekraft i alt vi leverer*». Konsernet er derfor en pådriver i

arbeidet med grønn omstilling, og ønsker å være en foregangsvirksomhet i egne bransjer på miljøengasjement i egen drift og utvikle tjenester som stimulerer kundene til gode miljøtiltak (SB1HV, 2022b).

### **Bankens grønne merkevare: Sammen for en grønn fremtid**

SB1HV er opptatt av å ha en bærekraftig virksomhet og ønsker å bidra til det grønne skiftet. Arbeidet med å etablere en grønn profil startet allerede i 2015, med etterspørsel fra kundesiden om grønne produkter. Som følge av FNs bærekraftsmål, klimaavtaler i EU, og et økende salg av elbiler, var det tydelige tegn på at markedet var i bevegelse, og banken konkluderte med at det var en ledig posisjon i markedet med å tilby grønne lån. Deretter fulgte lanseringen av Norges første miljølån i 2016. Siden den gang har SB1HV lansert flere grønne låneprodukter til både personkunder og bedriftskunder, samt grønt innskudd og grønt obligasjonslån (SB1HV, 2022a).

For å forsterke sin bærekraftstrategi lanserte SB1HV et eget grønt merke med slagordet «*Sammen for en grønn fremtid*», med et ønske om å være en pådriver i det grønne skiftet. Etter hvert fikk de etablert et eget rammeverk for bærekraft i 2018, der bankens prinsipper for miljø, etikk, samfunnsansvar og bærekraft ble lagt frem. Der fremlegges det at SB1HV ønsker å kjennetegnes ved høy etisk standard og troverdig forretning i samarbeid med kunder, leverandører og samfunnet i alt de foretar seg. Dette reguleres gjennom norske lover og forskrifter, i tillegg til egne retningslinjer, strategier og policyer. I 2019 ble SB1HV miljøfyrtårnsertifisert, og for sin ambisiøse og aktive rolle i å skape en grønnere bransje ble banken kåret til Årets Miljøfyrtårn 2020.

I tråd med bankens bærekraftstrategi utarbeidet SB1HV i 2020 et grønt finansielt rammeverk for utstedelse av grønne obligasjoner. Dette omfatter obligasjonsfinansiering av grønne lån knyttet til grønne boliger, fornybar energi, samt ikke-forurensende transport, avfallsreduksjon og bærekraftig forvaltning av vann- og skogressurser. Det grønne finansielle rammeverket fastsetter hvilke utlån som kan defineres som grønne. Inntektene fra grønne obligasjoner kan kun benyttes til å finansiere grønne utlån. Tilsvarende kan grønne innskudd kun finansiere grønne utlån. Grønne finansielle instrumenter er dermed alle typer finansielle instrumenter der lånene utelukkende vil bli brukt for å finansiere eller refinansiere, helt eller delvis, nye og/eller eksisterende kvalifiserte grønne eiendeler med miljøfordeler på linje med kjernekomponentene i «Green Bond Principles» (GBP) (SB1HV,



2020). For å sjekke at bankens rammeverk faktisk er grønt krever praksis at rammeverket må undergis en «second opinion». I dette tilfellet ble vurderingen utført av CICERO, som er en uavhengig instans. De gav rammeverket en karakter etter hvor grønt det var. CICERO godkjente og graderte det grønne rammeverket til nest-beste karakter, «medium grønn», og styringsprosedyrene ble vurdert til høyeste karakter, «utmerket». CICERO vurderte også at SB1HV sitt grønne finansielle rammeverk i prinsipp var i tråd med EUs taksonomi (CICERO, 2020).

### 5.3 Grønt boliglån

Et boliglån for privatpersoner er et langsiktig lån, ofte med en nedbetalingstid mellom 20 til 30 år. Boliglånsmarkedet er sterkt preget av konkurranse mellom de ulike bankene. Ettersom de fleste banker gir utlån på nett har de fleste banker et nasjonalt nedslagsfelt, selv om sparebanker ofte har et lokalt eller regionalt hovednedslagsfelt. Utlånsforskriften regulerer hvor mye bankene kan utstede i lån. Det er flere faktorer som avgjør hvor mye som kan lånes ut. Hovedregelen er at maksimal belåningsgrad er 85 prosent, noe som betyr at boligkjøper må minst ha 15 prosent i egenkapital av boligens verdi for å kjøpe bolig. Det stilles også krav til boligkjøpers betjeningsevne i form av inntekt og gjeldsgrad. Boligkjøper kan ikke låne mer enn fem ganger sin årsinntekt, og må kunne tåle en renteøkning på fem prosentpoeng. For et begrenset volum kan banken imidlertid gjøre unntak for enkeltkunder (Utlånsforskriften, 2020, § 5 - § 12). Kunder vil også bli scoret ved søk av lån, for å avdekke om kunden har tilstrekkelig betjeningsevne og -vilje slik at det kan forventes at en kunde kan overholde sine betalingsforpliktelser (Pedersen, 2020). Ofte vil banker som tilbyr grønt boliglån også kreve at blant annet lønnskonto skal flyttes til banken. Dette gjøres for å sikre at banken har en viss oversikt over kundenes betjeningsevne, i tillegg er det også med på å styrke bankens kjennskap til kunden, eksempelvis utfra et antihvitvaskingsformål.

Som følge av et økende fokus på bærekraftige aktiviteter i finansbransjen har bankene utviklet grønne lån som et nytt produkt. De siste årene har stadig flere banker blitt tilbydere av grønne lån til kunder som ønsker å velge mer miljøvennlige løsninger. Grønne lån medfører gjerne mer gunstige lånebetingelser sammenlignet med andre lån. Ofte innebærer det at låntaker får bedre lånevilkår eller annen kompensasjon dersom lånemidlene blir benyttet til å forbedre miljømessige forhold etter en standard som er satt av banken som

utsteder lånet (Sandberg & Bjelle, 2021). Grønne lån kan blant annet inkludere grønt boliglån, elbillån og miljølån. Sistnevnte gir gunstig rente på lån for gjennomføring av energieffektive tiltak ved oppussing, nybygging eller bytte til mer miljøvennlige energikilder (Energiverket, u.å.b). Grønne boliglån og elbillån brukes for å finansiere selve boligen eller bilen.

Hva som kreves for å få et grønt boliglån varierer mellom de ulike bankene. Kravene vil ofte innebære at boligen skal ha energikarakter A eller B, eventuelt energikarakter C (Sant, 2022). SB1HV lanserte grønt boliglån i 2019, og knyttet det da til Enova sine retningslinjer for energimerking. Banken skiller også mellom byggeår for boligen. En bolig med byggeår før 2010 må minimum ha energikarakter C, ved byggeår mellom 2010 og 2016 må boligen minimum ha energikarakter B, og byggeår fra og med 2017 stiller krav om energikarakter A. I utgangspunktet vil boliger oppført etter TEK10-standard, oppført i 2010 eller senere, oppfylle grunnvilkåret til banken for å kvalifisere til grønt boliglån. Dette kommer av at boliger bygget fra og med 2010 har en teknisk standard som er i samsvar med det som kan defineres som grønt med hensyn til energieffektivitet og energikilde. For øvrig må boligen uavhengig av byggeår også ha oppvarmingskarakter gul eller bedre (SB1HV, u.å.a). Til å begynne med tilbød SB1HV den beste renten til de med energikarakter A, deretter en litt høyere rente til de med energikarakter B, og enda litt høyere til de med energikarakter C. Vinteren 2022 gikk de over til å tilby samme rente på alle grønne boliglån uavhengig av hvilken energikarakter boligen bestod av, ettersom dette var lettere å kommunisere med kunden.

Det varierer også mellom bankene om grønt boliglån kan utstedes til selve oppgraderingen av boligen til en bedre energikarakter, eller om det kun gjelder en bolig som allerede har en høy energikarakter (Sant, 2022). SB1HV utsteder ikke grønt boliglån for oppgradering av bolig, og tilbyr heller miljølån som et alternativ for dette formålet. Etter at boligen er oppgradert til en bedre energikarakter i samsvar med krav om byggeår og oppvarmingskarakter, kan boliglånet deretter omgjøres til et grønt boliglån (SB1HV, u.å.a).

## 6. Markedsanalyse

Dette kapitlet har til hensikt å gi oversikt over den nåværende og den fremtidige attraktiviteten av grønne boliglån i det norske markedet. Først gjennomføres det en analyse av makroomgivelsene med utgangspunkt i PESTEL-rammeverket. Deretter analyseres konkurranseforholdene i bransjen og verdiskapingspotensialet med utgangspunkt i Porters fem konkurransekrefter og Lønnsomhetstreet.

### 6.1 Analyse av makroomgivelser

PESTEL-rammeverket benyttes for å kartlegge forhold i makroomgivelsene som kan tenkes å ha innvirkninger på bankens fremtidige lønnsomhet knyttet til grønne boliglån. Dette er faktorer som banken ikke kan påvirke (Johnson et al., 2018). Analysen vil forsøke å gi en økt forståelse av hvilke makroforhold som kan påvirke tilbudet av grønne boliglån, og hvordan dette kan påvirke lønnsomheten.

#### 6.1.1 Politiske og juridiske forhold

Gjennom Parisavtalen har Norge forpliktet seg til å redusere energiforbruket. I 2016 vedtok derfor Stortinget en politisk målsetting om å redusere energiforbruket i eksisterende bygg med minst 10 TWh innen 2030, sammenlignet med nivået i 2015 (Olje- og energidepartementet, 2016). Til sammenligning var årlig energibruk i bygningsmassen i 2015 omtrent 79 TWh. I tillegg til å bygge helt nye boliger som erstatning for eldre boliger, vil løsningen på dette i stor grad være energieffektivisering av den eksisterende bygningsmassen, eksempelvis ved etterisolering og utskiftning til mer energieffektive bygningsdeler (Sandberg, Lien, Lindberg & Sartori, 2022).

Et sentralt virkemiddel i utviklingen av fremtidens energisystem er Enova. Staten tilbyr støtteordninger gjennom Enova for privatpersoner og bedrifter som ønsker å gjennomføre energi- og klimatiltak innen hjem og transport (Enova, u.å.b). Ved å tilby en slik støtteordning ønsker staten å gjøre det lettere for boligeiere å energieffektivisere boligen, ettersom det vil gis finansiering som vil dekke en del av kostnadene knyttet til oppgraderingen. Eksempelvis kan en boligeiere få støtte til å oppgradere boligen til dagens

byggestandard eller høyere (Enova, u.å.c). Det gis også støtte til å skifte ut boligens energikilder med mer fornybare energikilder, som varmepumpe eller solcelleanlegg. Enova-tilskuddet har delt ut over 1,4 milliarder kroner fordelt på nesten 73.000 saker til privatpersoner og sameiere for oppgradering av bolig siden 2015 (Enova, u.å.a). Det kan derfor tyde på at støtteordningen er et relativt effektivt virkemiddel for å energieffektivisere eksisterende boliger. Bankens representanter trekker frem at Enovas støtteordning er av betydning for tilbudet deres av grønne boliglån:

*«Da vi lanserte grønne boliglån så knyttet vi det veldig til Enova. Da hadde vi en faginstans som også ga tilskudd som vi kunne støtte oss til. Og vi bruker jo Enova fortsatt den dag i dag, og det tror jeg er positivt for da finnes det er oppslagsverk for kundene, og man har en referanse» (CEO)*

Da SB1HV lanserte grønne boliglån var kravene for å kunne kvalifisere en bolig til et grønt boliglån samstemt med Enova sine retningslinjer for energieffektivisering av boligen. Ofte ville en boligeier som fikk innvilget tilskudd fra Enova ende opp med en bolig som kunne kvalifiseres som grønn i henhold til de kravene SB1HV stilte. Banken har endret på kravene siden den gang, men de bygger i stor grad fremdeles på Enova sine retningslinjer for energimerking. Fortsatt vil en boligeier som benytter seg av Enova-tilskuddet for å oppgradere boligen, ofte ende opp med en bolig som kvalifiserer til et grønt boliglån. Da kan boligeieren overføre sitt ordinære boliglån til et grønt boliglån i banken. Om det gjøres tiltak for å øke oppmerksomheten rundt slike støtteordninger, kan det slå positivt ut for bankens tilbud av grønne boliglån.

Videre vil EUs taksonomi være av betydning for markedet for grønne boliglån, ettersom dette er en ordning som definerer konkrete retningslinjer for hvilke investeringer som kan defineres som grønne i hver sektor. Banker og andre vil pålegges å rapportere etter disse standardene og de vil også benyttes til å definere hvilke innlån eller investeringer som kan markedsføres som grønne. De tekniske standardene som lovene og reglene som gjelder i EU kan imidlertid ikke alltid tilpasses direkte til norske forhold. Et eksempel er blant annet at EPC-karakter A vil inkludere mer enn 15 prosent av bygningsmassen i noen EU-land, men i Norge vil det kun omfatte omtrent én prosent (Finans Norge, 2020). Videre har EU-kommisjonen kommet med et forslag for nytt bygningsenergidirektiv, og inkluderte blant annet at nybygg skal være nullutslippshus fra og med 2030 (EU Commission, 2021).

Bankens representanter trekker frem at lover og regler som gjelder i EU må kunne tilpasses norske forhold:

*«Vi venter fortsatt på en liten erklæring fra Norge om hvordan Norge skal implementere EUs taksonomi sine screening kriterier når det kommer til boliger, og det her med definisjonen av ZEB, som enda ikke riktig finnes i Norge. Hva er et nullutslippshus da? Ja, jeg vil si det vil ha en stor rolle på markedet for grønne boliglån» (BA)*

SB1HV og andre tilbydere av grønne boliglån venter dermed på at det skal komme en norsk definisjon på hva som ligger i definisjonen av en Nearly Zero Emission Building (NZEB) og Zero Emission Building (ZEB), oversatt til henholdsvis passivhus og nullutslippshus. Det understrekes at en definisjon på ZEB og NZEB kan legge føringer for hvilke krav bankene kan stille for boligene som kan finansieres med grønne lån, og vil dermed kunne påvirke bankens tilbud av grønne boliglån i fremtiden.

Gjennom EØS-avtalen vil EUs taksonomi også bli norsk lov. Særnorske regler som ikke samsvarer med EU-regelverket med tanke på energimerking, gjør det likevel mer utfordrende med å stille krav til grønne boliglån. Bankene tar som regel utgangspunkt i norsk praksis når de skal definere hva som er grønt og kvalifiserer til et grønt boliglån, og som ikke nødvendigvis samsvarer med det taksonomien definerer som grønt (Jacobsen & Wickholm, 2021). Videre påpekes det at for en bank som ikke har en grønn utlånsportefølje kan det bringe ulemper:

*«Og for å gjøre kompleksiteten enda vanskeligere så har jo EU sagt at det på et eller annet tidspunkt kan innføres økte kapitalkrav til utlån som ikke er grønt. Så den trusselen ligger der fra EU, og da gjør vil det egentlig være svært risikofylt og lite lønnsomt der du ikke har grønne utlån» (CEO)*

SB1HV har utarbeidet et grønt finansielt rammeverk som er vurdert til i stor grad å være i tråd med EUs taksonomi. Taksonomien stiller krav til rapportering av bankers økonomiske aktiviteter i en ESG-sammenheng og krav til hva som kan markedsføres som grønt. Dette vil i første omgang gjelde børsnoterte banker med over 500 ansatte. Det trekkes likevel frem av bankens representanter at det vil kunne gjelde alle banker etter hvert. For SB1HV er det dermed fordelaktig at de allerede er samstemte med taksonomien, og de vil ha en grønn utlånsportefølje når et eventuelt krav om dette vil komme. Det legges til at dette kan ha en

innvirkning på andre banker som ikke omfattes av taksonomien enda, da slike banker med stor sannsynlighet vil gå inn for å omstille seg til å bli grønne for å kunne oppfylle EU sine krav om å få en grønn utlånsportefølje, eller risikere å få høyere kapitalkrav på ikke-grønne utlån og investeringer. Dette indikerer at det kan bli flere aktører som vil tilby grønne boliglån, noe som kan føre til økt konkurranse i markedet.

### **6.1.2 Økonomiske forhold**

Grønne boliglån vil i stor grad påvirkes av svingninger i norsk økonomi:

*«Vi tenker at alt som utfordrer den private økonomien i forhold til likviditet vil jo gjøre det interessant å se på investeringer som tar ned forbruket ditt» (CEO)*

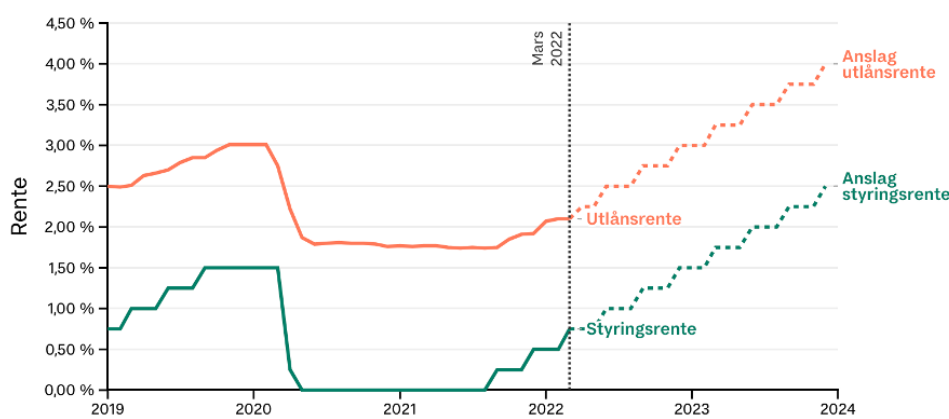
Det forklares at alle faktorer som vil påvirke kunders private økonomi, kan føre til at de ser etter andre løsninger som gir de reduserte kostnader. SB1HV legger frem at grønne boliglån vil være en slik løsning, ettersom det er en investering som gir kunden lavere rentekostnader sammenlignet med et ordinært boliglån. Betydningen av rentenivået kom tydelig frem da koronapandemien inntraff i mars 2020, og Norges Bank besluttet å sette ned styringsrenten. En følge av at styringsrenten settes ned er at innlån i pengemarkedet kan bli billigere for banker. Dette fører ofte til at bankene, i likhet med Norges Bank, velger å justere sine renter på utlån og innskudd (Brynstad, Got, Oppedal, Pålsson & Vegsund, 2021). De fleste bankene valgte å sette ned rentene sine. En medvirkende årsak til dette var også at pandemien hadde ført til at flere hundre tusen nordmenn ble permittert og dermed hadde redusert betalingsevne.

Blant bankene var det store variasjoner i forhold til når nedsettelsen gjaldt fra, og i noen grad størrelsen på nedsettelsen. SB1HV valgte for eksempel å kutte boliglånsrenten for eksisterende kunder umiddelbart 23. mars. De fleste andre bankene ventet noen uker før nedsettelsen fikk en virkning, noe som er i tråd med vanlig praksis ettersom renteøkninger skal varsles seks uker i forveien, noe bankene i praksis også anvender ved rentenedsettelse. SB1HV valgte også å kutte renten med 1,1 prosentpoeng, hvorav flertallet av bankene kuttet med 0,85 prosentpoeng (Hovland, 2020). Lavere boliglånsrente medførte en større etterspørsel etter boliglån generelt, og en større tilstrømning av kunder til de bankene som hadde de laveste rentene på utlån. Ettersom SB1HV satte renten ned umiddelbart, fikk de stor publisitet om dette og fikk dermed mange kundeforespørsler i en lengre periode etterpå.

Økonomien i Norge har etter pandemien bedret seg. Styringsrenten ble satt opp til 0,25 prosent igjen i september 2021, og er for øyeblikket satt til 0,75 prosent etter enda en oppjustering i mars 2022 (Norges Bank, 2022b). Rentehevingen medfører at bankene setter opp sine renter, og dermed blir det dyrere for kundene å ha boliglån. Rentehevingen i mars var den tredje i rekken, og Norges Bank har varslet at det vil bli flere rentehevinger slik at styringsrenten trolig vil være på 2,5 prosent før utgangen av neste år (Norges Bank, 2022a; Norges Bank, 2022b). CEO forklarer hvilken effekt en høyere boliglånsrente kan medføre:

*«Det er helt klart at et høyere rentenivå som utfordrer din privatøkonomi gjør at kundene kanskje vil lete etter andre type løsninger som bidrar positivt» (CEO)*

Økt boliglånsrente vil føre til høyere rentekostnader for boliglånskunder, og de kan dermed rette fokus mot grønne boliglån ettersom dette vil gi en rimeligere rente. Basert på data fra Norges Bank og SSB har Huseierne anslått at man kan forvente en boliglånsrente på rundt 4 prosent ved utgangen av 2023, som illustrert i figur 9. (Pihl, 2022). Ifølge Huseiernes estimat vil boliglånsrenten øke, og dette kan føre til at kunder kan etterspørre grønne boliglån i større grad for å kunne redusere rentekostnadene. Justeringer av styringsrenten og den effekten det kan ha på markedsrenten for innlån og deretter på utlån viser seg å være en faktor som kan ha stor innvirkning i markedet for grønne boliglån. Basert på ovennevnt diskusjon kan det dermed argumenteres for at endringer i styringsrenten har en stor betydning for grønne boliglån og vil kunne ha stor betydning for lønnsomheten.



Figur 9. Utvikling i utlånsrente og styringsrente 2019-2024 (Pihl, 2022)

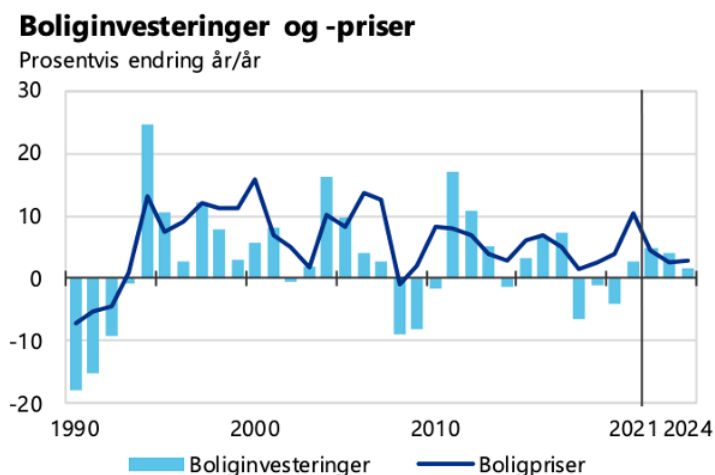
Videre kan utviklingen i boligprisene også påvirke etterspørselen etter grønne boliglån. I Norge har det vært en sterk etterspørsel etter boliger, og det har vært høy aktivitet i boligmarkedet det siste halvannet året. Boligetterspørselen har vært sterk som følge av blant

annet høy sparing etter en periode med begrensede forbruksmuligheter og pandemiens lave rentenivå. Fremover vil trolig høyere rentenivå dempe boligprisveksten, men boligprisutviklingen vil likevel ha usikkerhet knyttet til seg ettersom det fortsatt er høy etterspørsel etter boliger i markedet (NHO, 2022).

Fra intervjuer med bankens representanter fremkommer det at boliglånskundene vektlegger en gunstig rente når de skal kjøpe bolig. Høye boligpriser kan medføre at flere velger en grønn bolig for å kunne kvalifisere til et grønt boliglån og spare på rentekostnader. Det understrekes imidlertid at kjøpsprisen på boligen ofte kan være høyere for grønne boliger sammenlignet med andre boliger, og dette kan begrense antall kunder som har betalingsevne til å kjøpe en grønn bolig. En høyere pris forklares blant annet med at en grønn bolig vil ha en høy energikarakter, noe som øker boligens verdi. Byggekostnader til en energieffektiv bolig vil normalt også være høyere slik at en høyere omsetningspris vil reflektere også disse kostnadene. En høy energikarakter viser at boligen er energieffektiv, noe som tilsier at det er lettere å holde en stabil innetemperatur samt få lavere strømutfgifter. Spesielt eldre boliger med god energikarakter kan få en høyere salgspris, ettersom det kan vises til at det er gjennomført markante endringer (Energiverket, u.å.a).

Videre vises det nå tegn til at boligprisveksten flater ut, men av figur 10 ser vi at NHO (2022) fremdeles forventer en vekst i boliginvesteringene i år. Spesielt forventes det en vekst i nyboligsalget. Nye boliger bygget etter TEK17-standard vil ofte oppnå en høy energikarakter, og vil kunne klassifiseres som en grønn bolig i henhold til SB1HV sine krav. En økning i nyboligsalget kan bidra positivt i etterspørselen etter grønne boliglån, ettersom det gir tegn til at flere kommer til å kjøpe en bolig som klassifiserer til et slikt lån. Selv om boligprisveksten flater ut, vil kundene likevel oppsøke de investeringene som gir de sparte rentekostnader, og derav kunne velge et grønt boliglån.





Figur 10. Utvikling i boliginvesteringer og -priser (NHO, 2022).

En tredje faktor som kan påvirke kundens privatøkonomi er strømutfgifter. I vinter har norske husholdninger vært preget av rekordhøye strømpriser. Høye strømpriser har gjort den norske befolkningen mer oppmerksom på strømsparende og mer energieffektive tiltak (Pengeverkstedet, 2021). Økt bevissthet rundt strømutfgifter kan være en faktor som flere vil ta hensyn til ved kjøp og bygging av bolig, og dermed vil de velge en bolig med høy energikarakter. Dette vil på samme måte som en økning i nyboligsalget kunne føre til at flere kan kvalifisere til et grønt boliglån. Videre kan eksisterende boligeieres oppmerksomhet rundt høye strømutfgifter motivere til oppgradering av bolig. Et økende ønske om å redusere strømkostnader tyder på at flere vil ønske å gjennomføre energieffektiviserende tiltak som vil forbedre boligens strømforbruk, og dermed oppgradere boligen til å kvalifiseres som grønn. Kunden får dermed en dobbeleffekt i form av både sparte rentekostnader og sparte strømutfgifter. Det gjør det lettere å forsvare en høyere pris på kjøp av bolig, eller utfgifter til oppgradering av bolig.

Samtlige økonomiske faktorer viser seg å være av betydning for etterspørselen etter grønne boliglån:

*«Jeg tror at etterspørselen etter grønt kommer til å øke i den tiden vi står foran nå, med et høyere rentenivå, høyere strømpriser, litt trangere privatøkonomi. Så vi får se» (CEO)*

Økonomiske faktorer i makroomgivelsene bestående av justeringer i styringsrenten og høye strømpriser vil dermed kunne ha en stor påvirkningskraft på etterspørselen etter grønne

boliglån. En viktig oppgave for banken blir dermed å gjøre kundene oppmerksomme på fordelene ved å velge grønt:

*«For det krever kanskje noen ekstra investeringer i boligen for å få en bedre energikarakter. En lavere rente er et gitt incitament, men det er ofte ikke nok til å regne det hjem for kunden, for en som vil investere. Nå med høyere energipriser ser vi jo en mye sterkere interesse, for da begynner regnestykket etter hvert å bli interessant, både fordi du får lavere finansieringskostnader, også kommer lavere energikostnader, som etter hvert betyr en del» (CEO)*

Det vises dermed til at den lavere renten på det grønne boliglånet ikke nødvendigvis er nok for kunden til å kunne investere i energieffektiviserende tiltak eller andre grønne løsninger. I kombinasjon med høyere strømpriser kan det imidlertid ha en effekt, ettersom kunden vil spare både i form av lavere finansieringskostnader og lavere strømutfgifter. Det vises også til diskusjonen under økonomiske forhold, der banken forventer en økt etterspørsel etter grønt grunnet økt fokus på strømsparende tiltak. Videre legges det frem at kostnader ved oppgradering også kan forsvares ved at kunden kan få en høyere salgspris på boligen, men at dette ikke er like opplagt:

*«Også tror vi at selger du en bolig med et lavt energiforbruk, så får du etter hvert en høyere pris enn om du må selge en tilsvarende bolig med et høyt energiforbruk. Men dette er ikke satt i markedet enda, det har ikke blitt så tydelig. Men vi tror det kommer, ganske overbevist om at etter hvert så vil det bli en prisforskjell, og det kommer til å bli mer synlig» (CEO)*

Et tredje element i regnestykket til kunden kan dermed være at det kan oppnås en høyere salgspris på boligen dersom den oppgraderes til grønn. Som nevnt vil en høy energikarakter på boligen øke boligens verdi (Energiverket, u.å.a). Det skal og nevnes at energieffektiviserende tiltak som installering av varmepumpe, etterisolering, skifte av vinduer og anvendelse av solenergi kan i tillegg finansieres med støtteordningen til Enova, samt SB1HV sine andre grønne lån. Dette kan også bidra med å motivere til oppgradering, ettersom det foreligger flere alternativer til å finansiere oppgraderingen på også. Dersom kundene ikke er klar over fordelene ved en energieffektiv bolig og grønt boliglån kan det oppfattes som dyrt. Det er derfor viktig at SB1HV bevisstgjør kundene på fordelene de får av å enten velge en grønn bolig, eller oppgradere boligen. Dette vil være fordeler knyttet til

lavere finansieringskostnader, lavere strømuttergifter og det kan etter hvert gi en høyere pris på boligen ved salg.

### 6.1.3 Sosiale forhold

Det økende fokuset på bærekraft har påvirket tankesettet til befolkningen og medført en større etterspørsel etter miljøvennlige boliger. En undersøkelse gjennomført i 2018 for Svanemerket viser at hele 84 prosent av alle nordmenn sier at de ønsker å bo i en miljøvennlig bolig, og 68 prosent sier at miljø er en faktor av større betydning ved neste boligkjøp enn det var for det forrige (Skjerdal, 2019). Selv om en så stor andel sier de vil velge grønne boliger, opplever ikke SB1HV at dette gjenspeiles i etterspørselen etter grønne produkt:

*«Det er der utfordringen kommer. For vi opplever ikke at folk riktig enda etterspør bygg med lavt energiforbruk, det er ikke prioritert. (...) Vi opplever at det er litt vanskelig iblant å få kundene til å tenke bærekraftig, mange har ikke begynt å tenke på det enda, noen har det, men ikke majoriteten» (BA)*

Banken erfarer at majoriteten av kundene ikke har fokuset på bærekraft, og at det kan være vanskelig å få de til å tenke på bærekraft. Dette understrekes også når banken erfarer at de fleste velger et grønt boliglån fordi det gir en gunstigere rente, og ikke fordi det nødvendigvis er grønt. Denne motstridende oppførselen blant norske forbrukere kan henge sammen med at mennesker ikke alltid er rasjonelle, og ikke alltid handler i tråd med sine handlinger (Ditlev-Simonsen, 2017). Det kan virke som at forbrukere ønsker å velge miljøvennlige produkter, men at de ikke går for den grønne løsningen fordi det kan gi større kostnader knyttet til en høyere boligpris eller energieffektiviserende tiltak. Forbrukere kan være villige til å betale en høyere pris for bærekraftige produkter om det gir en høyere opplevd kvalitet, men bærekraft i seg selv oppfattes som regel ikke som en ekstra kvalitet som kan forsvare høyere priser (Silseth, 2019). For boligeiere kan energieffektiviserende tiltak av boligen medføre store kostnader som kan være årsaken til at de unngår en oppgradering av boligen. Det vises til diskusjonen under økonomiske forhold som tilsier at en synliggjøring av fordelene ved et grønt boliglån kan ha effekt.

Videre er det foreløpig ingen klare skiller for hvilke kunder gjeldende kundemasse av grønne boliglån består av:

*«Det har vært blandet, altså både unge voksne i etableringsfasen og litt eldre som kanskje har solgt et par boliger og skal kjøpe seg nytt» (BA)*

Ettersom grønne boliglån er et relativt nytt produkt, får ikke SB1HV trukket noen fellesnevner på hvem deres kunder av grønne boliglån består av. Foreløpig er det en kundemasse som består av både eldre og yngre. Undersøkelser av CICERO som tar for seg nordmenns holdninger til klimaendringer, viser at majoriteten av befolkningen mener klimaendringene skjer, men at det er de unge mellom 18-29 år som er mest bekymret og opplever i større grad et personlig ansvar for å redusere klimagassutslipp (Aasen, Klemetsen, Reed & Vatn, 2019). Dette kan tyde på at unge folk under 30 år i større grad vil ønske å bevisst gå inn for å velge en grønnere bolig, men det er ikke noen håndfaste bevis for dette.

Majoriteten av nordmenn mener at klimaendringene skjer, og flere har et ønske om å være mer miljøvennlige. Til tross for at dette ikke gjenspeiles i det SB1HV erfarer i dag, forteller CEO at det kan forventes en økt etterspørsel etter grønne produkt. En grønn og bærekraftig livstil er i et større søkelys nå enn noen gang før. Dette kan innebære å ta miljøvennlige valg, samt redusere eget klimaavtrykk. Et økende engasjement om bærekraft fører trolig til at miljøvennlige produkter og løsninger blir mer populært og etterspurt. På sikt kan dermed grønne boliger bli mer ettertraktet ved at et mer bærekraftig hjem kan bli sett på som et statussymbol. Det kan også nevnes at engasjement relatert til klima de siste årene har økt fokuset på miljøverstingene, for eksempel flybransjen, som har medført uttrykket «flyskam». Det kan følgelig dras paralleller til boliger ved at man ikke ønsker å forbindes med brune boliger, slik at flere vil ønske å ha en mer grønn bolig.

#### **6.1.4 Teknologiske forhold**

Innovative løsninger utenfor det etablerte banksystemet medfører at det blir lettere for kundene å både sammenligne og bytte banktjenester. Forbrukerrådet har gjennom Finansportalen tilbudt en slik tjeneste i mange år (Finansdepartementet, 2022), og SB1HV har erfaringer med hva effekten av slike løsninger kan være:

*«Vi var vel en av de første som satt ned boliglånsrenten, og da kom vi fram på Finansportalen med vårt grønne lån som det boliglånet som hadde lavest rente. Da ble det veldig økt forespørsel på det. Så vi måtte gjøre ganske mange avslag der, men jeg så et oppsving i at vi fikk inn flere grønne boliglån da også» (BA)*

Det refereres til da Norges Bank satt ned styringsrenten i mars 2020, og SB1HV var en av de første bankene til å sette ned boliglånsrenten, og de satte den mer ned enn de fleste andre bankene og med virkning fra samme dag. Bankens grønne boliglån lå deretter inne på Finansportalen som det boliglånet med lavest rente i en lengre periode. Dette tiltrakk seg mange kunder, og banken erfarte at de fikk flere grønne boliglånskunder. De siste årene har flere nye innovative tilbydere kommet på markedet. Renteradar er eksempelvis et nyoppstartet selskap som tilbyr enklere og mer tilpassede løsninger for sammenligning og bytte av banktjenester (Averlid, 2020). En utbredelse og forbedring av slike tjenester kan gjøre at flere boliglånskunder oppdager bedre alternativer enn det boliglånet de allerede har, og blir oppmerksomme på at grønne boliglån finnes, og at det er enkelt å bytte bank. For å kunne synliggjøre seg på slike tjenester må SB1HV imidlertid ha lavere rente sammenlignet med andre banker.

## 6.2 Analyse av bransjen

For å undersøke fremtidsutsiktene til bankens tilbud av grønne boliglån vil det være hensiktsmessig å få et innblikk i de sentrale konkurranseforholdene som SB1HV opererer innenfor. Som beskrevet i det teoretiske rammeverket, vil en kombinasjon av Porters fem konkurransekrefter og Lønnsomhetstreet benyttes for å analysere verdiskapingen og verdikapingen i bransjen. Først vil det gis et inntrykk av markedets størrelse.

### 6.2.1 Markedets størrelse

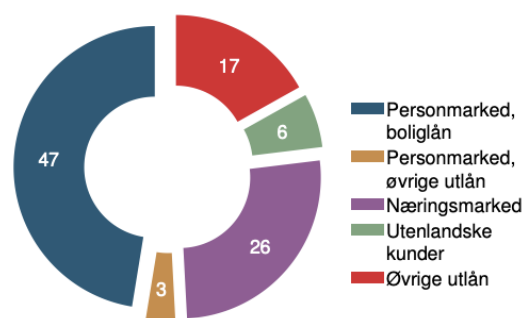
For å kunne gi et inntrykk av markedets størrelse for grønne boliglån i Norge i dag, skal vi først undersøke hvor mange nåværende og potensielle kunder det finnes i markedet. Tall fra 2021 viser at 76,4 prosent av norske husholdninger eier bolig (SSB, 2022). Det er derimot et mindretall av nordmenn som bor i boliger som innfrir kravene for å få et grønt boliglån. Vi har ingen tall på hvor mange grønne boliger det finnes i Norge i dag, men dette kan undersøkes ved å se på antall nye boliger som bygges, og hvor mange som velger å oppgradere boligen sin.

Når det gjelder nye boliger som bygges, kan det estimeres et antall på 25.000 hvert år (Eiendom Norge, 2021). Nye boliger som bygges etter 2017 må innfri kravene til TEK17, og

vil ofte kunne kvalifiseres for grønne boliglån. For SB1HV sine grønne boliglån vil det imidlertid også gjelde at de har minimum gul oppvarmingskarakter. Norge er også et ledende land når det gjelder oppussing, der nesten 1 av 3 huseiere har et årlig oppussingsprosjekt (Sandberg & Bjelle, 2021). En rapport for Direktoratet for byggkvalitet kom imidlertid frem til at det var et fåtall som pusset opp boligen grunnet energieffektivisering. Undersøkelsen viste at kun 16 prosent hadde aktivt igangsatt og fullført et oppussingstiltak som var ment for å gi et lavere energiforbruk i sin bolig, men videre svarte 17 prosent at de har planer om å gjennomføre dette senere (Elnan, Hovden, Leszczynski, Horgmo & Bjørneng, 2018). Det er altså et fåtall av nordmenn som bor i grønne boliger i dag, men med nye og oppgraderte boliger som kan bli grønnere, kan det gi antydninger til at det vil bli en økning i nordmenn som eier en grønn bolig og dermed kvalifiseres til å ta opp et grønt boliglån.

I Norge har befolkningen en høy gjeld sammenlignet med andre land, der nordmenns samlede gjeld utgjør nesten 4000 milliarder kroner. Mesteparten av gjelden er knyttet til bolig, og det er altså mange nordmenn som tar opp boliglån (Bluestep Bank, 2021). Boliglånskunder utgjør det meste av de fleste bankers utlånsportefølje, og er en svært viktig kundegruppe for bankene. En rapport fra Norges Bank (2021) viser at norske bankers eiendeler består for det meste av utlån. Fra figur 11 ser vi at de største enkeltpostene på utlånssiden er boliglån til privatmarkedet. Videre har slike lån økt de siste årene (Norges Bank, 2021). Vi har ikke tall på hvor stor andel som er grønne boliglånskunder i markedet, men CFO forteller i et intervju at for SB1HV utgjør deres volum i grønne boliglån per i dag 2 prosent av totale utlån i banken, målt i antall kunder. Det er dermed fortsatt et prematurt marked. Bankens representanter trekker imidlertid frem at markedet er i sterk vekst, og viser til at bankens volum i grønne boliglån har doblet seg siden 2019.

Banker og kredittforetak i Norge.  
Prosent. Per 31. desember 2020



Figur 11. Utlånsfordeling (Norges Bank, 2021).

Per i dag er det ikke alle banker som tilbyr grønne låneprodukter, men det er stadig flere som har begynt å tilby dette. I 2020 fantes det kun 20 grønne låneprodukter, men dette økte til 57 lånetilbud i 2021 (Dølgaard, 2021). Når det gjelder grønne boliglån spesifikt, fant Forbrukerrådet at det finnes 36 forskjellige grønne boliglån for en på 41 år, og 38 forskjellige grønne boliglån for en på 31 år (Sættem, 2021). Med stadig flere grønne boliger og flere aktører som tilbyr grønne boliglån, er markedet for grønne boliglån i sterk vekst.

## 6.2.2 Kunder

På privatmarkedet for boliglån vil kundene være mange og små, noe som taler for lav kundemakt (Porter, 2008). For grønne boliglån er det derimot ikke like mange kunder, og det gjelder å kapre den mindre kundemassen som har mulighet til å velge et slikt boliglån. Det blir trukket frem at kundene er svært prissensitive, da bankens representanter erfarer at det er den lave renten som i størst grad avgjør at en kunde velger et grønt boliglån. Dette kommer tydelig frem i diskusjonen under teknologiske forhold, der SB1HV sitt grønne boliglån lå inne i Finansportalen som det billigste boliglånet, og banken med en gang merket en økt forespørsel på bankens lån. SB1HV bruker dermed i høy grad prisen som en mekanisme for å beholde og tiltrekke seg kunder, for eksempel slik de gjorde da styringsrenten ble satt ned i mars 2020. På denne måten kan det argumenteres for at kundene er med på å presse prisene ned. Etersom det er få kunder og prisen i størst grad avgjør hvilken bank kundene velger, tyder det på at det foreligger økt kundemakt.

I løpet av de siste årene har det også blitt lettere å bytte bank på boliglån, ettersom de aller fleste banker har forbedret sine digitale prosesser. Renteradar undersøkte hvor raskt man kan fylle ut en boliglånsøknad i ulike bankers digitale løsninger, og fant at hos én bank kan det gå så lite som kun fire minutter. Videre vil kundene normalt måtte betale et etableringsgebyr når de bytter bank, men enkelte banker tar heller ikke etableringsgebyr når man flytter boliglånet til dem. I tillegg vil kunden ofte dekke tinglysningsgebyret til Kartverket selv. Dette er et gebyr på 200 kroner som man må betale for å flytte boliglånet så lenge det gjelder for samme bolig, type lån og lånebeløp (Noss, 2022b). Å betale slike gebyr anses som små beløp, og er gjerne penger en kunde raskt vil spare inn av å flytte boliglånet sitt til en bank som tilbyr lavere rente. Lave gebyrer samt en enkel prosess for å bytte bank på boliglån, indikerer at det foreligger lave byttekostnader.

Selv med lave kostnader knyttet til å bytte til en bank som kan gi en lavere rente på boliglånet, er nordmenn likevel svært lojale overfor banken sin. Huseiernes bankundersøkelse (2020) viser at hele 40 prosent oppga at de aldri har vurdert å bytte bank. Videre var det kun 10 prosent som byttet bank i 2019, dette er likevel en økning fra 8 prosent i 2018, noe som kan indikere at det er flere som får opp øynene for fordelene av å bytte bank (Huseierne, 2020). At det er så få som bytter bank kan komme av at de fleste kunder ikke selv vet at prosessen med å bytte er lite tidkrevende, i tillegg er det ikke alle som får med seg at de kan spare av å bytte. Ifølge en analyse av kundetilfredshet gjennomført av EPSI vises det også at det er en reduksjon i lojalitet (Noss, 2022b). Det er imidlertid et flertall av de yngre kundene som er oppmerksomme på fordelene ved å bytte bank, og har størst sannsynlighet til å flytte boliglånet sitt (Winther, 2020). Selv om de yngre virker minst lojale, er dette kunder som sannsynligvis nylig har tatt opp boliglån, eller skal til å kjøpe sin første bolig, og kan dermed være potensielle kunder av banken i 25-30 år. Det kan dermed argumenteres for at det er størst konkurranse for å kapre de yngre kundene. Det foreligger altså lave byttekostnader, og med stadig flere kunder som blir oppmerksomme på fordeler ved å bytte bank, foreligger det økt kundemakt.

Per i dag stiller bankene ulike krav til hva som kreves for å få innvilget et grønt boliglån. En kunde vil dermed kunne velge den banken som har de kravene for grønne boliglån som samsvarer med det som passer deres boligprosjekt best, og det kan argumenteres for at et grønt boliglån ikke er særlig standardisert i dag. Dette kommer blant annet av at det er mangel på definisjoner i Norge som gjenstår for å kunne stille tydelige krav på hva som kan klassifiseres som en grønn bolig. Som understreket tidligere, vil EUs taksonomi spille en stor rolle i å definere hva som ligger i begrepet «grønn bolig». Taksonomien trådte i kraft i år, og det er mange har tilpasset seg etter denne:

*«Det er nok veldig mange flere aktører som skrur seg inn etter taksonomien, så jeg tror nok at det vil ha en viktig rolle i forhold til det å standardisere produktet fremover» (CFO)*

SB1HV har allerede tilpasset seg etter taksonomien, og forventer at flere vil følge etter. Det er fremdeles ulike definisjoner og standarder som mangler for at taksonomien skal kunne anvendes fullt ut i Norge. Kunden kan i større grad bli likegyldig overfor hvilken bank de velger ettersom alle banker vil kunne tilby det samme produktet, fordi prisen da ofte vil være



utslagsgivende for valg av bank. En økt standardisering av grønne boliglån vil kunne medføre økt kundemakt.

Videre vil kundens betalingsvilje også påvirke konkurranseforholdene:

*«Jeg tror viljen er større enn evnen, for å si det sånn. Man ønsker gjerne å investere grønt. Men når investeringen blir for stor, og du ser at det koster deg 3-400 000 kroner ekstra i boliglån, da er det fort gjort å hoppe på den rimeligste løsningen»*  
(CEO)

Ettersom formålet med et grønt boliglån er å gi en lavere rente enn det et ordinært boliglån gir, ligger ikke problemet i at kunden ikke ønsker å velge et slikt lån. Problemet er derimot at kunden ikke har betalingsevne til å kjøpe en grønn bolig som gjerne er dyrere enn en vanlig bolig, eller ta på seg kostnadene for å oppgradere boligen til å klassifiseres som grønn. Det understrekes videre at det er lettere for kundene å holde seg til kostnadene på kort sikt når en bolig skal kjøpes. Dersom en kunde eksempelvis står mellom å velge en grønn bolig til 4,6 millioner sammenlignet med en tilsvarende ikke-grønn bolig til 4,1 millioner, vil kunden oftest kun se på differansen i boligpris og tenke at det koster dem en halv million mer å velge den grønne boligen.

Banken mener at de må bli flinkere til å synliggjøre hele regnestykket for kunden, som diskutert under økonomiske forhold vil bestå av lavere finanskostnader grunnet lavere boliglånsrente, lavere strømutfgifter, og etter hvert en bedre pris på boligen. Ved å bevise for kunden at det på lang sikt vil lønne seg å investere grønt, kan kundenes betalingsvilje for grønne investeringer øke.

### **6.2.3 Leverandører**

I kapittel 5 redegjorde vi for hvordan en bank finansierer et boliglån, og i analysen vil vi anse innskudd fra kunder og lån i kapitalmarkedet som leverandører av et grønt boliglån. Det vil være andre leverandører i form av arbeidskraft og kompetanse som også er relevante for levering av grønne boliglån, men dette vil analyseres i kapittel 7. I denne delen ønsker vi å undersøke leverandørene som utgjør direkte kostnader knyttet til et grønt boliglån, noe som består av finansieringskostnader.

Innskudd og markedsfinansiering er den største finansieringskilden til boliglån. Bankene har svært liten forhandlingsmakt på markedsfinansieringen ettersom renten styres av markedet. Det trekkes imidlertid frem at det har vokst en større andel av finansleverandører som er forbeholdt grønn finansiering:

*«Det er helt klart at det har vokst opp en større andel av finansleverandører som sier at gitte beløp er forbeholdt grønn finansiering. Så uten grønn finansiering, uten grønne produkt, så har vi en type leverandører som vi ikke får tilgang til» (CEO)*

Det presiseres at uten grønne produkt så ville SB1HV mistet tilgangen til denne typen leverandører. Å tilby grønne boliglån gjør det mulig å hente inn kapital fra flere kapitaltilbydere, men ettersom dette går tilbake til å finansiere tilbudet av grønne produkt for alle bankene som tilbyr dette, anses det ikke som noe fordel. Det har heller en negativ effekt for de bankene som ikke tilbyr grønne produkter, ettersom de ikke har tilgangen til slik kapital.

Alternativet til markedsfinansiering er innskudd fra kunder, som utgjør den største delen av finansieringen. Dersom bankene setter innskuddsrenten lavere enn konkurrentene vil dette sannsynligvis føre til at de mister innskuddskunder til andre banker med en høyere innskuddsrente, og bankene har dermed liten forhandlingsmakt også her hva angår prissensitive kunder. Ettersom det er en viss treghet relatert til bytteviljen til kunder, er det likevel ikke alltid at folk optimaliserer innskuddene slike, slik at det er noen kunder som forblir lojale. En innskuddskunde vil imidlertid ofte få en lavere rente enn det banken må betale for innlån i markedet, noe som gjør at det er viktig for banken å opprettholde en stor andel av innskudd som finansieringskilde, og dermed vil ønske å tilby kundene konkurransedyktige renter også til lojale kunder. SB1HV har i tillegg grønt innskudd som er forbeholdt personkunder:

*«Vi har jo faktisk grønt innskudd, og det er forbeholdt personkunder som tenker at de gjerne vil bidra i den grønne omstillingen, men som ikke har behov for å kjøpe en bolig. Da kan de plassere pengene hos oss, og vi skal sørge for at det går til grønn finansiering slik at de er med på det. Da vi gjorde SB1HV kjent med sine grønne produkter og åpnet opp for grønne innskudd, så fikk vi faktisk noen millioner med en gang. Ikke det store volumet, men da har vi en liten gruppe kunder som tenker at de ønsker at deres innskudd skal bidra positivt» (CEO)*

Grønt innskudd er et annet grønt produkt av banken, og kan benyttes av de kundene som ønsker å bidra til den grønne omstillingen på en annen måte enn å ta opp lån. De kan plassere pengene i banken, og SB1HV sørger for at pengene går til grønn finansiering. Dette kan føre til økt innskudd hos de bankene som tilbyr grønt innskudd, men det vil uansett ikke utgjøre et stort volum. Vi argumenterer derfor for at å tilby grønt innskudd ikke gir noe betydelig konkurransefordel. Som følge av liten forhandlingsmakt og få alternativer til finansiering, kan leverandørmakten anses å være høy.

#### **6.2.4 Trussel fra inntrengere**

Finansportalen beregner at det er 143 banker som tilbyr vanlige banktjenester i Norge (Norsk Kreditt, 2021). Mulige inntrengere i markedet for grønne boliglån er andre banker som kun tilbyr vanlige boliglån i dag, nye banker eller banker fra andre land som etablerer seg i Norge. Etersom Norge er del av det indre markedet i EU/EØS, kan banker fra hele EU/EØS fritt tilby tjenester i det norske markedet (Finansdepartementet, 2019). Vi skal derfor undersøke trusselen fra både utenlandske og innenlandske banker.

Finansmarkedsmeldingen for 2019 viser at de utenlandske bankenes totale markedsandel for lån var på 25 prosent ved utgangen av 2018, hvorav markedsandelen i privatmarkedet utgjorde 19 prosent. Nordea, Handelsbanken og Danske Bank er eksempler på store utenlandske aktører i det norske privatmarkedet. I privatmarkedet har de utenlandske bankene lenge hatt en stabil markedsandel, men mindre norske spare- og forretningsbanker har hatt en økning. De norske bankene har også hatt høyere utlånsvekst enn de utenlandske bankene de siste årene, med unntak av i 2018. Samlet sett har norske banker klart seg godt i konkurransen med utenlandske aktører, og det påpekes at de har et godt utgangspunkt for å møte konkurransen også i årene som kommer (Finansdepartementet, 2019). Det skal likevel nevnes at fjorårets resultatrapport for finansforetak viser at utenlandske aktørers markedsandel på privatmarkedet utgjorde 24 prosent ved utgangen av 2021. Det har dermed vært en økning, men rapporten beskriver også at markedsandelen har vært stabil (Finanstilsynet, 2022). Etersom utenlandske banker ikke virker å ta store markedsandeler i det norske markedet, og norske banker historisk har klart seg godt i konkurransen, noe som også ventes fremover, anser vi trusselen fra nye utenlandske aktører i markedet for grønne boliglån som lav.

EUs taksonomi samt økt etterspørsel etter bærekraftige produkter vil kunne føre til at flere banker kommer til å tilby grønne boliglån, og vi kan anse etablerte banker som ikke tilbyr grønne boliglån i dag som potensielle inntrengere i markedet.

*«At flere tilbyr grønne boliglån er utelukkende positivt. Det å nå ut til kundene er jo en stor kommunikasjonsøvelse over lang tid, så jo flere som prater om det, jo større interesse» (CEO)*

For SB1HV er det fordelaktig dersom det kommer flere banker på markedet som tilbyr grønne boliglån, ettersom det kan medføre at nordmenn blir mer oppmerksomme på produktet. En utfordring er som nevnt at boliglånskunder ikke er klar over at et grønt boliglån er et alternativ for dem. Flere aktører øker dermed oppmerksomheten rundt produktet, og derav vil antall kunder i markedet mest sannsynlig øke. Det skal tas i betraktning at dette kun vil gjelde så lenge markedet er prematurt som i dag. På lang sikt vil flere aktører normalt bidra til en mer intens konkurranse, slik det er med vanlige boliglån i dag. Trusselen fra andre banker kan dermed anslås til moderat nivå. Det kan samtidig ses i sammenheng med at et fåtall kunder bytter bank i dag, men denne trenden er økende. Dersom trenden for kunder som bytter bank fortsetter å øke, sammen med flere banker som tilbyr grønne boliglån, kan det utgjøre et noe høyere trusselnivå.

Videre skal vi undersøke om det foreligger etableringsbarrierer for inntrengere. For å kunne etablere seg i markedet for grønne boliglån, trekkes det frem av bankens representanter at å innhente teknisk kompetanse om bygg og miljø er avgjørende. Videre blir det lagt frem at å utarbeide et grønt rammeverk er hensiktsmessig for å kunne tilby grønne boliglån. SB1HV fikk bistand av et konsulentselskap for å få på plass rammeverket, i tillegg ansatte de en bærekraftsansvarlig. Ettersom EUs taksonomi ikke var på plass den gang de lanserte, blir det fortalt i intervju at det var en relativt kort og enkel prosess å få tilbudet av grønne boliglån ut i markedet for banken. CEO opplever at det i dag er en litt lenger prosess å etablere seg i markedet, ettersom bankene må sørge for at de er i tråd med EUs taksonomi som vil bli gjeldende etter hvert. Det nevnes derimot at mindre sparebanker kan kjøpe kompetansen de trenger fra Kredittforeningen for sparebanker, og benytte deres grønne rammeverk for å lansere sine egne lån. Dette bidrar til at det kan ta litt mindre tid for de mindre sparebankene, men i sum vil det ta lenger tid enn da SB1HV lanserte. Det å allerede besitte slik kompetanse vil dermed være en fordel, ettersom det gjør prosessen med å lansere grønne boliglån enklere

og raskere. Å innhente teknisk kompetanse, særlig å utarbeide et grønt rammeverk, kan anses som en irreversibel investering. Det er derimot ikke store kostnader knyttet til dette, og vi anser det som en lav etableringsbarriere.

Ettersom det anses positivt at flere banker begynner å tilby grønne boliglån indikerer det også at det foreligger liten grad av aggressiv respons. Det tyder dermed på at etablerte aktører i markedet for grønne boliglån ikke vil prøve å jage nykommere ut av markedet. Det skal likevel nevnes at aktørene konkurrerer hovedsakelig på pris, og SB1HV ønsker selv å tiltrekke og beholde kunder ved å tilby den gunstigste renten. Dette kan legge føringer for priskrig, og kan gi antydninger til aggressiv respons. Likevel vil bankenes utlånsrenter i stor grad avhenge av innlånsrenter, og det er begrenset hvor mye de kan sette ned prisen på boliglånsrenten. Da det er lave etableringsbarrierer og liten respons fra etablerte aktører, vil det være lettere for inntrengere å etablere seg i markedet. Trusselnivået anses likevel som lavt til moderat per i dag, ettersom flere aktører først og fremst synes å bidra til å øke verdiskapingen i markedet i form av flere kunder.

## 6.2.5 Trussel fra substitutter

Vi skal først se på substitutter for grønne boliglån som tilbys av andre utenfor bankbransjen, og her har vi funnet Husbanken og Statens pensjonskasse (SPK). Dette er virksomheter som normalt tilbyr boliglån til en rimeligere rente enn banker. Deretter skal vi kort drøfte ordinære boliglån som substitutt.

Husbanken er en norsk statlig etat som er underlagt kommunal- og distriktsdepartementet. De har tidligere gitt ut mange startlån, men dette antallet har hatt en sterk nedgang ettersom de nå skal prioritere de som anses som økonomisk vanskeligstilte (Pettersen, 2021). Selv om de har hovedfokus på å gjøre det enklere for vanskeligstilte å få tilgang til bolig, kan alle privatpersoner søke om lån fra Husbanken til å bygge eller oppgradere til grønn bolig. De stiller egne krav til hva som innvilger et slikt lån, men mye baserer seg på kravene som Enova stiller for oppgradering av energinivå (Husbanken, 2021). Deres lån vil ofte ha en rente som ligger 1-2 prosent lavere enn renten på ordinære boliglån (Husbanken, u.å.a). Ettersom hensikten med et slikt lån er å insentivere til å bygge eller oppgradere til grønne boliger, og det normalt tilbys finansiering med en lavere rente enn ordinære boliglån, vil dette ha samme egenskaper som et grønt boliglån og anses dermed som et substitutt. Husbanken retter seg hovedsakelig mot vanskeligstilte i samfunnet, og vi antar at

kundegruppen deres i stor grad vil bestå av disse. Vanskeligstilte kunder vil ofte ikke ha tilstrekkelig kredittverdighet til at bankene kan tilby dem lån, jf. kravene om egenkapital og betjeningsevne med 5 prosentpoeng rentepåslag i utlånsforskriften. For disse kundene er det dermed ingen konkurranse mellom Husbanken og bankene. Husbanken vil imidlertid ha mulighet til å kapre kunder fra bankene dersom flere kunder blir oppmerksomme på Husbankens tilbud av grønne boliglån. Videre innvilges deres grønne lån kun for å bygge eller oppgradere boligen, og gis ikke til kjøp av bolig (Husbanken, 2019). Her vil derfor en vesentlig andel av kundemassen for grønne boliglån uansett falle bort. Trusselen fra Husbanken kan dermed anses som moderat per i dag, men dersom de skulle begynt å tilby boliglån til kjøp av grønn bolig, vil trusselnivået øke.

SPK er en forvaltningsbedrift under arbeids- og inkluderingsdepartementet, og leverer pensjon, forsikring og boliglån til ansatte i staten, skoleverket og virksomheter som har en tilknytning til det offentlige (SPK, u.å.b). De tilbyr boliglån til kjøp av bolig, samt til oppussing og rehabilitering, og deres boliglån vil normalt ha en gunstigere rente sammenlignet med ordinære boliglån (SPK, u.å.a). Det er dermed ingen krav til å kjøpe eller oppgradere til en grønn bolig, men ettersom det skal ha en gunstigere rente enn ordinære boliglån argumenterer vi for at SPK sine boliglån bør klassifiseres som et substitutt. Fra årsrapporten deres finner vi imidlertid at de hadde en nedgang på rundt 6 prosent i antall lånekunder i 2021, der de mistet 12 prosent av sine eksisterende kunder. Videre står det at nedgangen skyldtes hovedsakelig at kundene flyttet lånene sine til andre banker med bedre rentebetingelser (SPK, 2022). Med dette kan trusselen fra SPK for tiden anses som lav, men det vil kunne endre seg i de periodene SPK tilbyr lavere rente igjen. I tillegg er det kun SPK-medlemmer som får gunstigere boliglån hos dem og lånesummen er begrenset til 2,3 millioner per medlem. Da boliglånet ikke gjelder alle aktuelle kunder mister de også en andel av kundemassen for grønne boliglån. Dette argumenterer også for at trusselnivået fra SPK er lavt.

Det vil virke naturlig å anse et vanlig boliglån som et substitutt, ettersom dette har like egenskaper som et grønt boliglån i den form at det skal finansiere kjøp av bolig. Om dette uttaler SB1HV:

*«Det er ikke sånn at hvis du ikke hadde hatt et grønt produkt så ville kunden valgt et tradisjonelt produkt i samme bank, da hadde man funnet en annen bank» (CEO)*

For kundene som ønsker et grønt boliglån, vil et ordinært boliglån dermed ikke være et alternativ. Det begrunnes i at et ordinært boliglån uansett vil være dyrere enn et grønt boliglån, og kunden får dermed ikke dekket behovet sitt verken når det gjelder gunstigere rente eller å ta et grønt valg. Et vanlig boliglån behandles dermed ikke som et substitutt i analysen, ettersom dette ikke vil kappe kundene som ønsker et grønt boliglån.

### 6.2.6 Intern rivalisering

Konkurranssekraftene vi har analysert over vil ha innvirkning på intensiteten av den interne rivaliseringen (Porter, 2008). Tilbydere av grønne boliglån konkurrerer hovedsakelig på billigst utlånsrente til kundene, noe som bidrar til økt intern rivalisering. Utlånsrentene avhenger i stor grad av innlånsrentene på innskudd og lån fra finansmarkedene, og disse har bankene i realiteten begrenset eller liten forhandlingsmakt over. I tillegg vil alle aktørene ha tilnærmet like innlånsvilkår, noe som gjør det vanskelig for bankene å oppnå fordeler på rentekostnadssiden, og dette taler også for økt konkurranse. Med aktører som hovedsakelig konkurrerer på pris, samt få kunder og lave byttekostnader, kan den interne rivalisering vurderes som høy.

Oppsummert vil substitutter og inntrengere utgjøre henholdsvis lav og lav til moderat trussel, men høy kunde- og leverandørmakt bidrar til å øke konkurranseintensiteten i markedet. Basert på analysen av konkurransekreftene, har vi oppsummert den potensielle intensiteten av de ulike faktorene i tabell 3.

<b>Faktor</b>	<b>Grad</b>
<b>Kundemakt</b>	Høy
<b>Leverandørmakt</b>	Høy
<b>Trussel fra inntrengere</b>	Lavt til moderat
<b>Trussel fra substitutter</b>	Lav
<b>Intern rivalisering</b>	Høy

Figur 3. Oppsummering av analysen av Porters fem konkurransekrefter.

## 6.3 Markedets og bransjens lønnsomhet

I dette kapittelet blir det trukket frem forhold i makroomgivelsene som kan påvirke markedet for grønne boliglån i Norge, og hvilke faktorer som kan ha innvirkning på konkurranseforholdene til banker som tilbyr slike lån. Ettersom grønne boliglån er et relativt nytt produkt, vil det være usikkerhet knyttet til konklusjonene som fremkommer i analysen av markedet.

I analysen av makroomgivelsene fremkommer det at samtlige økonomiske og sosiale forhold kan være av betydning for lønnsomheten knyttet til grønne boliglån. Til tross for økt fokus på bærekraft blant norske forbrukere, kan de velge vekk grønne løsninger grunnet kostnader knyttet til oppgraderinger og høyere boligpriser. Kommende oppjusteringer av styringsrenten og høye strømpriser vil imidlertid påvirke forbrukeres privatøkonomi, og kan medføre økt oppmerksomhet rundt fordelene ved grønne boliglån. Fordelene består av lavere finansieringskostnader, lavere strømavgifter og etter hvert en høyere salgspris, og bevisstgjøring av fordelene kan øke etterspørselen etter grønne boliglån.

I analysen av bransjen fremkommer det at markedets størrelse er lite i forhold til andre låneprodukter for banken. Det foreligger høy grad av kundemakt, ettersom markedet består av få kunder og lave byttekostnader, der prisen ofte vil være avgjørende faktor for hvilken bank kundene velger. Videre foreligger det også høy grad av leverandørmakt, da det er en markedsledende rentesetter på finansieringen av bankens utlån. Trusselnivået fra substitutter anses som lavt, ettersom diskuterte substitutter ikke vil kunne nå ut til hele kundemassen for grønne boliglån. Trusselnivået fra inntrengere anses som lavt til moderat, selv om det foreligger lave etableringsbarrierer. Det forventes at flere banker vil tilby produktet som følge av EUs taksonomi, men inntrengere vil i første omgang medføre økt verdiskaping i markedet ettersom det kan bidra til at flere kunder blir gjort oppmerksomme på produktet. På lang sikt vil det kunne øke intensiteten i konkurransen blant bankene. For å kunne etablere seg i markedet trekkes det frem at det avgjørende å innhente riktig kompetanse.

EUs taksonomi trekkes frem som en faktor av stor betydning for fremtidsutsiktene til grønne boliglån, både i analysen av makroomgivelsene og i analysen av bransjen. Blant politiske og juridiske forhold vil taksonomien komme med føringer for hva som kan anses som en grønn bolig. Det vil dermed kunne påvirke hvilke krav bankene setter på sine grønne boliglån, og vil ha betydning for utforming av produktet. Definerte krav kan bidra med standardisering av



produktet, noe som kan gi økt kundemakt. I tillegg forventes det at EUs taksonomi vil bli gjeldende for flere banker i fremtiden, noe som vil medføre flere aktører i markedet.

## 7. Bankens strategiske valg

I dette kapitlet er formålet å analysere de strategiske valgene SB1HV har tatt og eventuelt planlegger og ta som omhandler deres tilbud av grønne boliglån. Videre vil det diskuteres hva som ligger til grunn for disse valgene, og hvordan valgene kan påvirke lønnsomheten knyttet til grønne boliglån.

### 7.1 Hvilke faktorer er avgjørende for fremtidig lønnsomhet?

Analysen vil ta utgangspunkt i det teoretiske rammeverket av Banker & Johnston (2007), samt være basert på Porter (1985) og Riley (1987) sitt teoretiske rammeverk for verdi- og kostnadsdrivere. Gjennom intervjuene med bankens representanter, kombinert med ovennevnt teori, har vi identifisert flere verdi- og kostnadsdrivere som viser seg å være av størst betydning for tilbudet av grønne boliglån. Driverne er knyttet til bankens strategiske valg, og vil diskuteres i det følgende av både primær- og sekundærdata.

#### 7.1.1 Produktkarakteristika og kunde verdi

Bankenes valg av produktkarakteristika vil basere seg på hvilken type grønt boliglån de ønsker å levere, og dette kan påvirke både inntekter og kostnader. Produktkarakteristika kan inkludere kombinasjonen av ulike produkter, eller egenskaper ved det spesifikke produktet, som utforming og design. Videre er produktkarakteristika driveren for kunde verdi (Banker & Johnston, 2007).

Bankbransjen er tungt regulert, og aktørene må følge en rekke vilkår som stilles fra myndighetene. Dette vil sette begrensninger på i hvilken grad de kan gjøre valg knyttet til utlånsforskriften, men de ulike bankene kan likevel ta konkrete valg av produktkarakteristika knyttet til andre områder. Det er verdifullt med innsikt i hva bakgrunnen er for de spesifikke valgene av de ulike egenskapene. Gjennom intervjuene med bankens representanter har vi kommet frem til at de har tatt valg knyttet til flere sentrale produktkarakteristika, som de argumenterer for at vil kunne være viktig for kunde verdi. Vi velger å vurdere

produktkarakteristikaene ut fra kundenes perspektiv. Markedet for grønne boliglån er i en vekstfase, noe som kan skape utfordringer for å kunne avdekke dagens kunde verdi ettersom det ikke finnes mye datamateriale på dette per i dag. Likevel ønsker vi å kartlegge hva som potensielt kan ha innvirkning på kunde verdi ved hjelp av data fra SB1HV sine erfaringer med kunder og annen sekundærdata.

Gjennom intervjuer med representantene fra banken har vi kommet frem til fire sentrale valg av produktkarakteristika herunder; krav, pris, rådgivning og bærekraft. Hva som ligger til grunn for disse valgene vil bli ytterligere diskutert i det kommende.

### Krav

Ettersom et grønt boliglån ikke er et fysisk produkt, vil utformingen av produktet bestå av hvilke krav banken har satt for å få innvilget lånet. For å innvilge boliglån må bankene følge de kravene som følger av utlånsforskriften, og for grønne boliglån gjelder det i tillegg at boligen må klassifiseres som grønn. Ettersom det ikke finnes en klar definisjon på hva som klassifiseres som «grønn bolig», vil det variere mellom de ulike bankene med hvilke krav de setter for boliger som kvalifiseres for grønne boliglån. Det vanligste er å se på energikarakteren til boligen og følge Enova sine retningslinjer for energimerking, og utestede grønne boliglån til de kundene som kjøper eller bygger en bolig med energikarakter A eller B. Det finnes imidlertid en rekke andre vilkår satt av ulike banker, og dette kan omfatte eksempelvis krav til oppvarmingskarakter og byggeår.

SB1HV valgte å sette krav til oppvarmingskarakter i tillegg til energikarakter:

*«For å motivere folk til å ha fornybare eller øke fornybare energikilder til sin bolig, stiller vi også krav til oppvarmingskarakteren, altså fargen på energimerket» (BA)*

Oppvarmingskarakteren viser altså til hvilken energikilde som benyttes i boligen, og banken har et krav om at fargen på energimerket skal være minst gul for å kunne klassifisere boligen som grønn. Å sette et slikt krav kan oppfattes som et hinder for kunden, ettersom det kan bli vanskeligere å finne en slik bolig eller oppgradere boligen med tilsvarende oppvarmingskarakter, sammenlignet med å kun forholde seg til krav om energikarakter. Dette kan bidra til å øke den totale kundekostnaden, og derav redusere kunde verdi. Det skal likevel nevnes at høye strømpriser blir nevnt som en faktor for hvorfor kundene vil velge å oppgradere boligen, eller eventuelt velge å kjøpe en grønn bolig. Fornybare energikilder vil

ofte benyttes for å redusere strømutfgiftene, noe som tyder på at kunden uansett vil velge en bolig som oppfyller kravet om gul oppvarmingskarakter. Som følge av et økt fokus på å redusere strømprisene, kan kravet om oppvarmingskarakter i mindre grad oppfattes som et hinder for kunden, ettersom de uansett vil ha økt tilbøyelighet til å velge en bolig som oppfyller minimum gul oppvarmingskarakter for dermed å spare strømutfgifter.

Ettersom det er et økt fokus på å redusere det norske energiforbruket som følge av Norges forpliktelse til Parisavtalen, er det muligheter for at det kan komme krav til fornybare kilder til oppvarming av norske boliger. Dersom dette skulle blitt gjeldende for å kunne definere en bolig som grønn, er det fordelaktig for SB1HV at de allerede har innlemmet minimumsnivå på oppvarmingskarakter som et krav for å få innvilget grønt boliglån. For kunder som tenker langsiktig, spesielt med tanke på å selge boligen videre, kan dette være av betydning. Dersom de er klar over at slike krav kan komme i fremtiden, kan de muligens oppsøke banker som klassifiserer boliger etter oppvarmingskarakter, da de kan få en bekreftelse på om boligen deres samsvarer med kravene om fornybare energikilder. De kan tenke at det vil bli lettere for dem å selge boligen når de fremtidige kravene inntreffer, ettersom kunder som oppsøker grønne boliglån vil velge SB1HV sitt boliglån da det kan bidra til å klassifiseres boligen som grønn.

Ved å gjøre kundene bevisste på at en slik endring kan komme, kan det medføre at kundene velger deres bank da de kan føle at de vil være bedre rustet til å møte fremtidige krav, spesielt om de planlegger å selge boligen. Det kan dermed argumenteres for at valget om å ha oppvarmingskarakter som et krav for å klassifisere boligen som grønn allerede nå, er strategisk smart ettersom det kan få inn flere kunder.

SB1HV stiller også krav til boliger med ulike byggeår:

*«Vi har jo veldig mange eksisterende eneboliger i Norge i dag, og det er ikke spesielt bærekraftig å bare rive alle gamle boliger heller, også bygge nytt. Det gjelder jo også å ta vare på og oppgradere boligene vi har i dag. Derfor har vi også sagt at boliger som er bygget før 2010 kan få grønt boliglån hos oss hvis man har oppgradert boligen tilsvarende TEK10-standard» (BA)*

Banken har dermed et ønske om å motivere til oppgradering av boliger, ettersom det vil være bærekraftig å vedlikeholde eksisterende bygg. Videre er det allerede mange boligeiere i Norge med en bolig som ikke klassifiseres som grønn. For slike boligeiere vil det dermed

også være mulig å få innvilget et grønt boliglån, dersom de oppgraderer boligen til det som tilsvarer TEK10-standard. Med kravet om byggeår vil banken kunne inkludere en stor andel av dagens boligeiere i kundegruppen for grønne boliglån, og dermed nå ut til flere kunder.

Videre vil EUs taksonomi spille en stor rolle i fremtiden for bankenes tilbud av grønne produkter.

*«EU strammer inn med grep ved å legge sterkere rammebetingelser. Altså er vi egentlig tvunget til å gjøre mye av det vi gjør i dag, og det er klart at det er en fordel å være såpass langt fremme som vi er» (CEO)*

Banker som tilbyr grønne boliglån bør derfor utforme kravene sine i henhold til EUs taksonomi allerede nå, slik at de slipper å gjøre store tilpasninger ved mulige fremtidige reguleringer fra norske myndigheter og EU. SB1HV er en mindre bank som ikke er omfattet av gjeldende krav, ettersom taksonomien foreløpig vil gjelde børsnoterte selskap med mer enn 500 ansatte. Fra markedsanalysen og CEO sin uttalelse fremgår det at det er stor sannsynlighet for at taksonomien vil kunne gjelde alle banker i fremtiden. Selv om det regulatorisk ikke vil gjelde for alle banker, vil ofte markedet likevel foreta sammenligninger på at de samme kravene følges. Ettersom bankens krav til grønne produkt er samstemt med EU sine krav, er det fordelaktig for SB1HV å ha tilpasset sine grønne boliglån etter EUs taksonomi i dag, da de kan unngå store tilpasninger i fremtiden.

### Pris

Prisen på et grønt boliglån tilsvarer hvilken rente man får lånet.

*«Jeg vil jo si at de fleste velger grønt boliglån fordi de kan gjøre det og fordi det er lavere rente» (BA)*

Et grønt boliglån gir en lavere rente på kundens boliglån, og som presentert i bransjeanalysen vil prisen alene være grunn til at boligeiere ønsker et grønt boliglån. Kundens oppfattede verdi av produktet vil øke ettersom et slikt lån er rimeligere enn tilsvarende vanlig boliglån. Ettersom pris er en viktig egenskap ved produktet, er det viktig at banken tar riktig valg når det gjelder fastsettelse av pris. SB1HV valgte først å gi en gunstigere pris etter hvor høy energikarakteren på boligen var, men endret i år praksis:

*«Her var tanken at er det en «grønn» bolig så er den grønn, det vil si at det ikke skal skilles rentemessig mellom hvilken karakter boligen har. Vi har allerede kriterier knyttet til byggeår, energikarakter og oppvarmingskarakter, og så lenge disse er oppfylt så er boligen «grønn»» (BA)*

Banken valgte dermed å fastsette lik pris på det grønne boliglånet dersom boligen oppfyller bankens kriterier for å kvalifisere som en grønn bolig, som knyttes til byggeår, oppvarmingskarakter og energikarakter.

*«Fastsettelse av rentenivå, det skal ligge litt under og være litt rabattert enn ordinære boliglån, det er klart målsetningen» (CFO)*

Det som ligger til grunn for bankens prising av boliglånet er at det skal belønne kunder som tar bærekraftige valg, og det er fokus på at boliglånsrenten ligger på et nivå som er billigere enn renten på et ordinært boliglån. Banken ser dermed ingen grunn til å gi ulik pris basert på hvilken energikarakter boligen har, ettersom målet er å gi alle med en grønn bolig en rimeligere pris. På denne måten kan det også bli lettere å kommunisere en slik prising til kunden.

### Rådgivning

I markedsanalysen ble det funnet at SB1HV opplever at en stor andel av befolkningen ikke har nok kompetanse rundt produktet, eller har kunnskap om hvorvidt det er et alternativ for dem. Dette knytter seg mest opp mot eksisterende boligeiere som ikke vet hvilke tiltak de kan gjøre for å kunne kalle boligen for grønn:

*«Det er klart at for en boligeier så mangler man fort kompetanse på hva som er god og riktig investeringer. Så der tror vi at den grønne rådgivningen blir viktig, og at vi i større grad må veilede kundene våre med å ta de tiltakene med størst effekt, først» (CEO)*

Banken velger derfor å ha fokus på å tilby god rådgivning til kundene, og mener dette er viktig for å kunne synliggjøre produktet både med tanke på kjøp av bolig og ved oppgradering av boligen. Et annet moment banken nevner er:

---

*«Vi må være flinkere til å synliggjøre hele regnestykket, både lavere finanskostnader, lavere strømgifter, og etter hvert en bedre pris på boligen. Det er ikke gitt at kundene tenker hele det regnestykket» (CEO)*

SB1HV ønsker å synliggjøre for kundene at de sparer mer på å velge en grønn bolig på lang sikt, og få kundene til å forstå at dette gjør opp for en eventuelt dyrere boligpris eller kostnader og tidsbruk knyttet til oppgradering i det korte bildet. På denne måten kan banken få kundene til å vurdere total kundefordel mot total kundekostnad, og dersom kundene vurderer grønt boliglån som mer lønnsomt på lang sikt, vil det gi økt kunde verdi. Det er heller ikke gitt at kunden må foreta et valg om enten full oppgradering til grønn bolig eller ikke:

*«Grønt boliglån er fullt mulig å søke om i kombinasjon med miljølån. Og miljølån er jo mest for tiltak som man gjør. Det er fullt mulig å for eksempel ha et eldre bygg man velger å oppgradere, og søke om miljølån for oppgraderingen, også deretter kan grønt boliglån være hele boliglånet» (BA)*

*«Vi ønsker egentlig å kunne gi muligheten for at kundene kan ta det litt gradvis, og derfor kunne ta mindre investeringer etter hvert, og kanskje ha et mål om å få en lavere energiklasse til slutt. Så ser vi jo at der er det nok behov for god rådgivning» (CEO)*

For å insentivere til å oppgradere boligen tilbyr SB1HV miljølån, og dette kan kombineres med et grønt boliglån. I tillegg tilbyr de også elbillån og sollån (SB1HV, u.å.c). En bred portefølje av grønne produkter kan gi kunden mulighet til å investere i grønne produkter gradvis, og banken håper det endelige målet blir å få en lavere energikarakter på boligen slik at kunden kan ta opp et grønt boliglån til slutt. Det understrekes her også at rådgivning vil være viktig for å informere kunden om de ulike måtene vedkommende kan kvalifiseres til å ta opp et grønt boliglån. Rådgivning anses dermed som en viktig faktor for å tiltrekke seg kunder av grønne boliglån, ettersom dette kan være et godt virkemiddel for å gjøre kundene oppmerksomme på fordelene ved grønne boliglån, samt bidra med løsninger til hvordan en kan oppnå et grønt boliglån.

## Bærekraft

Det er også et spørsmål om hvordan det økende fokuset på bærekraft vil slå ut:

*«Så ser vi jo en økende interesse i kundemassen for grønne produkt, enten om det er litt gjennom klimakrisen eller om det er reklame for grønne produkt, så er det flere og flere som spør om det» (CEO)*

SB1HV ser dermed at etterspørselen etter grønne produkter øker, og at dette kommer av kundens bevissthet rundt klimaendringene, og at de har blitt oppmerksomme på at det er mulig å få bedre rentebetingelser ved å velge grønt. Bankens representanter har som nevnt erfart at de fleste velger grønt boliglån hovedsakelig grunnet de bedre rentebetingelsene. Fra PESTEL-analysen fremgår det dog at den norske befolkningen har et ønske om å være mer miljøbevisste og ta bærekraftige valg. Dette er spesielt viktig for de yngre, som føler mer på å ta et ansvar for å redusere klimagassutslipp. Unge kunder anses videre som viktige kunder for banken å kapre, ettersom dette kan være potensielle kunder i 25-30 år. For å tydeliggjøre bærekraft i sine grønne boliglån, velger banken å gjøre en rekke tiltak:

*«Vi ønsker å levere et produkt som kundene skal oppleve som nyttig, og gjør at både mindre og større tiltak skal være mulig for å få et grønt fokus» (CEO)*

*«Når vi satt med produktutviklingen, så sa vi at man må gjøre et eller annet tiltak for å kunne få det grønne boliglånet. Det skal ikke bare være at man skal bygge nytt hus i henhold til TEK 17, for da har vi ikke gjort noe ekstra tiltak. Da følger man jo bare de retningslinjer som finnes. Man må gjøre det litt bedre enn det teknisk standard sier i dag. For hvis vi skal ha en grønn omstilling og flytte den litt fremover, så er det ikke bare å si at vi står her i dag fordi det er godt nok i dag» (BA)*

Det første sitatet fra CEO viser til at de har flere grønne produkter som en kunde kan velge mellom, blant annet elbillån, sollån og miljølån. For en kunde som ønsker en bærekraftig livsstil kan dette vurderes som fordelaktig, ettersom de kan begynne den grønne investeringen med mindre tiltak først. Dersom kunden ikke har betalingsevne til å foreta seg de store tiltakene for å klassifisere boligen som grønn, kan de begynne i det små og gradvis ende opp med en grønn bolig som kvalifiserer til et grønt boliglån. Ved å tilby flere grønne



produkter som kan hjelpe kunder med ulike miljøvennlige tiltak, kan kundens oppfattede verdi av grønne boliglån øke, ettersom dette vil bli det endelige målet etter å ha investert i et av de mindre tiltakene først.

Det andre sitatet fra BA referer til at SB1HV stiller strengere krav til hva som klassifiseres som en grønn bolig sammenlignet med eksempelvis Enova. Banken har blant annet krav om oppvarmingskarakter for å kunne motivere kundene til å redusere sitt elektriske energibehov for boligen. Videre har de egne krav for eldre bygg, slik at kunder med eldre boliger også kan gjøre energieffektiviserende tiltak for å kunne ta opp grønne boliglån fremfor å måtte kjøpe nytt. Kravene begrunnes med at det må gjøres mer enn det som kreves i dag for å kunne bidra i den grønne omstillingen. Ved å sette slike krav kan kundens oppfattede verdi av grønne boliglån øke, ettersom faktiske tiltak som bidrar til bærekraftig utvikling vektlegges i utformingen av produktet. Selv om bærekraft alene ikke er en egenskap som dominerer som avgjørende faktor for hvorfor kunden velger et grønt boliglån, vil bærekraft likevel anses som en fordel av kundene. Dermed vil et økt fokus på bærekraft ved det grønne boliglånet øke kundens opplevde verdi av produktet.

### **7.1.2 Kostnadsdrivere**

Bankens valgte produktkarakteristika vil videre kunne påvirke de strukturelle og operasjonelle kostnadsdriverne. Finansieringskostnader, kostnader knyttet til tap på mislighold av lån, kompetanse og tapte kundeforhold trekkes frem som de mest vesentlige kostnadene. I det følgende skal vi gå nærmere inn på hva som driver kostnadene innenfor nevnte kategorier, og hvordan bankens valg knyttet til kostnadene kan gi de noen fordeler og kan påvirke lønnsomheten.

#### Finansieringskostnader

Kostnader knyttet direkte til grønne boliglån vil i hovedsak bestå av kostnader ved finansieringen av lånene, som i størst grad består av innskudd fra andre kunder og lån i kapitalmarkedet. Kostnadene består av de innlånsrentene SB1HV må betale på lånebeløpet. Renter på lån i kapitalmarkedet vil variere med markedet og styringsrenten. Vi har funnet at det er liten forhandlingsmakt på rentene de betaler på innskuddene til kunder, grunnet den intense konkurransen mellom bankene. Tilsvarende er det liten forhandlingsmakt for lån i

kapitalmarkedet. Renten her vil bestemmes av bankens størrelse, risikoprofil og løpetiden på finansieringen. Kostnadene preges derfor av institusjonelle forhold, og er dermed faktorer som bankene i liten grad kan påvirke. Det er likevel viktig for bankene å følge med på endringer i finansmarkedet som kan påvirke kostnadene, samt gjenkjenne de mulighetene som åpner opp for billigere finansiering. I bransjeanalysen nevnes det at det har vokst en større andel finansleverandører som er forbeholdt grønn finansiering. Dette er et eksempel på nye finansieringsmuligheter som bankene må gjøre seg bevisste på, ettersom det kan gi litt lavere innlånskostnader for banken:

*«For at vi skal utnytte den fordelene at vi låner ut grønt så begynte det å vokse et marked som sa det at «vi kan faktisk gi litt billigere lån til banker som har en grønn utlånsportefølje». Men det er ganske krevende fordi da må du bygge et eget rammeverk og du må få det kvalitetssikret også kan du gå ut i markedet og legge ut et obligasjonslån. Så det har vi også gjort parallelt. Det gjør altså at vi kan utnytte den fordelene med billigere finansiering» (CEO)*

SB1HV har utstedet et grønt obligasjonslån, og viser til at de var en av de første bankene av sin størrelse i Norge til å utstede et slikt lån. Et grønt obligasjonslån kan gi billigere finansiering av grønne boliglån. Det skal nevnes at det er marginale forskjeller, banken nevner selv et eksempel der forskjellen ble beregnet til 0,03-0,04 prosent i rente, men det vil likevel være rimeligere for banken.

### Kostnader knyttet til tap

Det bankene taper som følge av at en kunde misligholder sine betalingsforpliktelser knyttet til boliglånet vil også utgjøre en kostnad. Et lån beregnes som misligholdt når betalingsfristen for renter og avdrag er oversteget med 90 dager. Før bankene utsteder et boliglån, ser de på den samlede risikoen de tar i forbindelse med låneopptaket. Det følger av Finansavtaleloven § 46b at banken må vurdere kundens kredittverdighet. Dette gjøres ved å beregne en kredittscore på hver kunde som søker lån i banken. Denne scoren blir beregnet ut fra komplekse, statiske modeller som avhenger av mange ulike variabler.inntekt, andre lån, livssituasjon, betalingshistorikk, utdanning, alder og formue er eksempler på slike variabler. Det er dermed en del objektive kriterier samt matematiske beregninger som utgjør sannsynligheten for at lånet misligholdes. Banken vil normalt søke å unngå de mest risikable

kundene. Ved å ta sikkerhet for boliglånet i en bolig, vil banken kunne dekke et potensielt tap ved at boligen selges dersom kunden ikke betjener lånet. Kunder vil normalt heller misligholde andre lån og betalingsforpliktelser enn boliglånet, ettersom boligen anses som et viktigere gode enn eksempelvis fritidsbolig, bil eller lignende.

Kunder som får innvilget boliglån vil derfor bli vurdert til å ha en lav sannsynlighet for mislighold av lån. Dersom kundene skulle ha vanskeligheter med å betale ned på lånet vil det ofte komme av uforutsette hendelser, typisk tap av inntekt grunnet sykdom, arbeidsledighet eller samlivsbrudd. Slike eventuelle uforutsette hendelser vil komme etter at bankene har utstedt lånene, og inngår derfor ikke i beregningen av kredittscoren til kunden. Ettersom bankene ikke kan råde over uforutsette hendelser som vil påvirke kundens betalingsevne, er det dermed lite bankene kan gjøre for å redusere tap på mislighold av lån, foruten om å utføre en god kredittsjekk av kunden. Utlånsforskriften bestemmer imidlertid en del ytterligere tiltak som skal redusere tapssannsynligheten, knyttet til krav om 15 prosent egenkapital, at kunden skal tåle 5 prosent renteoppgang, og at det kun kan lånes opp til fem ganger egen brutto inntekt.

Både finansieringskostnader og kostnader knyttet til tap ligger til grunn for prisingen av det grønne boliglånet, noe som anses som en av de viktigste produkttegenskapene. Ved å undersøke finansieringskostnader og kostnader knytte til tap kan banken dermed gjøre noen beregninger på kostnadsfordelene ved å ha grønne utlån sammenlignet med ordinære lån, og dette kan ha betydning for kostnadssiden ved grønne boliglån. Det vil utgjøre viktige kostnader dersom det skal gjøres beregninger på lønnsomheten:

*«Du kan regne inn effekt i forhold til bespart finansiering» (CEO)*

Det er mange faktorer som spiller inn på kostnadsbildet knyttet til grønne boliglån, og det anses dermed som svært komplekst. Det er få valg banken kan gjøre for å påvirke de direkte kostnadene, og vi skal videre se på andre former for kostnader som trekkes frem som viktige når det gjelder utformingen av grønne boliglån. Bankens representanter trekker frem etableringskostnader, kompetanse, og kostnader knyttet til lavere rentemargin og kundeforholdet.

### Etableringskostnader

SB1HV var en av de første bankene til å tilby grønne boliglån til privatpersoner i det norske markedet i 2019, om konsekvensen av dette uttaler banken:

*«Jeg tror nok at vi oppnådde i hvert fall en viss posisjon, rundt det at hvis en tenker på grønne produkter, så er i hvert fall vi en av de som er litt lengre fram enn mange andre» (CFO)*

Ved at banken var blant de første bankene i Norge til å tilby grønne boliglån har SB1HV dermed oppnådd en posisjon i markedet, og dette kan gi kostnadsfordeler. Som nevnt i bransjeanalysen erfarer banken at etableringsprosessen er lenger nå enn da SB1HV lanserte sine grønne boliglån. Dette kommer blant annet av at nye aktører gjerne bør ha etablert et grønt rammeverk før de går ut i markedet med sine grønne produkt, noe som vil ta lenger tid nå grunnet **kravene taksonomien fra EU medfører**. Å utforme et grønt rammeverk utgjør ikke store kostnader i pengebeløp, men det vil utgjøre kostnader i form av intern ressursbruk. EUs taksonomi anses som noe som vil bli gjeldende for alle banker i fremtiden, og det kan dermed argumenteres for at SB1HV har en kostnadsfordel i form av at de allerede **har tatt** kostnaden for å etablere et grønt rammeverk som samsvarer med taksonomien. Det er mulig at SB1HV må gjøre noen tilpasninger når alle krav er endelig definert, men det vil fremdeles ikke anses som en like stor kostnad som det vil være for banker som ikke har startet utformingen av et grønt rammeverk. Bankenes valg knyttet til timing kan dermed påvirke kostnadene, men hvilken effekt timing har på kostnader vil avhenge av markedsutviklingen (Porter, 1985).

### Kompetanse

Kompetanse blir trukket frem som en av de viktigste kostnadene knyttet til grønne boliglån:

*«Vi følte at vi måtte ha kompetanse på mer det tekniske området, altså dette her med at det ikke er nok å være økonom. Du må ha kunnskap om bygg, byggstandarder og utviklingen på det. Du må ha kunnskap om miljø, altså det som går på biologi og mer den delen. Og vi startet i den enden der for å få bygget opp kompetanse, også kan*

---

*man ut fra den kunnskapen få bygget opp et grønt boliglån, altså et produkt, fordi du har kunnskap om det» (CFO)*

For å kunne utforme et grønt boliglån måtte banken dermed innhente kompetanse om det tekniske området rundt bolig- og byggsektoren, samt kunnskap om miljø. SB1HV valgte å ansette BA for å dekke kompetansebehovet, og CEO forklarer at vedkommende *«har vært spydspissen for å dra utviklingen videre som gjør at vi er der vi er i dag»*. Det trekkes videre frem at da SB1HV først lanserte grønne boliglån var dette i sterk tilknytning til Enova sine retningslinjer, og det at de nå har kunnet sette egne kriterier til hvilke krav som må oppfylles hadde de ikke kunne gjort uten at BA ble ansatt i banken. Kompetanse anses dermed som en nødvendighet for å kunne tilby grønne boliglån, ettersom det er essensielt å inneha den tekniske kompetansen rundt bygg og miljø. Valget om å innhente slik kompetanse viser seg dermed å være av stor betydning for å kunne tilby grønne boliglån, og det trekkes i tillegg frem at det er viktig å bygge på kompetansen for å fortsette utviklingen med produktet. Videre kan kompetansebygging drives av ansattes engasjement:

*«Det her med å ha engasjerte ansatte er utrolig viktig, for skal du utvikle gode produkter så må du ha kunnskap og engasjement internt» (CEO)*

Det understrekes at økt engasjement blant bankens ansatte er viktig for å kunne utvikle produktet. Det ble gjennomført en rekke interne tiltak for at de ansatte skulle bli mer bevisste på bærekraftige valg. Blant annet ble det rettet mer fokus på reise, å holde videomøter, og å investere i elbiler. I tillegg ble SB1HV knyttet til signalorganisasjoner som Hold Norge Rent, FN sine retningslinjer for ansvarlig bankdrift, og banken ble miljøfyrtårnsertifisert. Ved å øke bevisstheten rundt bærekraftige valg, samt knytte banken til signalorganisasjoner ønsket banken å øke de ansattes engasjement til sine grønne produkter:

*«Det bidrar med å skape en stolthet i organisasjonen og god og stor entusiasme for det vi holder på med» (CEO)*

Å gjennomføre nevnte interne tiltak bidrar til å integrere bærekraft som en del av bankens virksomhet. Dette kan medføre at de ansattes engasjement øker i bærekraftarbeidet til banken, og derav i arbeidsoppgaver knyttet til grønne boliglån. Økt engasjement blant ansatte vil alltid være fordelaktig for bedriften, og vil ofte føre til at arbeidsoppgavene

gjennomføres mer effektivt, noe som vil medføre reduserte kostnader (Porter, 1985). I tillegg kan entusiastiske ansatte være bedre selgere av bankens produkter, og dermed bidra til eksempelvis mersalg sammenlignet med selgere som ikke har lik entusiasme for produktet. Dette vil kunne påvirke bankens inntekter. .

Kompetanse trekkes frem som en kostnad av stor betydning for å kunne tilby grønne boliglån, både når det gjelder å etablere seg i markedet og for å kunne videreutvikle produktet. Det ble funnet at grønn rådgivning er et produktkarakteristikum ved grønne boliglån som gir økt kunde verdi. For å kunne gi den rådgivningen kundene etterspør, er det viktig at banken har riktig kompetanse. I tillegg vil det være nødvendig å inneha teknisk kompetanse om byggsektoren for å kunne utforme kravene til grønne boliglån, og eventuelt tilpasse disse i fremtiden om det skulle komme nye krav. Videre trekkes det frem at bærekraft anses å være en viktig egenskap ved produktet, og det vil være nødvendig for banken å inneha kompetanse om miljø for å utfylle denne karakteristikaen også.

#### Lave rentemarginer og kundeforhold

For et grønt boliglån vil rentemarginen være lavere sammenlignet med et ordinært boliglån, grunnet den rabatterte prisen som gis til kunden. Av markedsanalysen fremgår det at denne differansen ikke vil utgjøre en relevant kostnad for banken, ettersom en kunde som kan velge et grønt boliglån uansett ikke vil velge et ordinært boliglån i samme bank, og det er derfor ingen grunn til å gjøre denne sammenligningen. Dette kommer av at dersom en kunde kunne valgt et grønt boliglån ville ikke vedkommende gått for et ordinært boliglån hos samme bank. Da ville kunden gått til en annen bank som tilbyr grønne boliglån, og alternativt overføre hele kundeforholdet til denne banken. Kostnaden knyttes dermed til å alternativt miste hele kundeforholdet dersom man ikke tilbyr grønne boliglån. Det å tilby grønne produkt vil gi banken et bedre omdømme ettersom det oppfattes som en grønnere virksomhet med ønske om å bidra til bærekraftig utvikling:

*«Det er kanskje den effekten vi kan håpe på å oppnå, uten at det måler seg direkte i kroner og øre» (CFO)*

*«Så er det jo ingen gevinstmaskin, men det har jo litt med hva vi ønsker å se framover og at vi faktisk har tatt det standpunktet om at vi skal være en pådriver i omstillingen,*

*og da koster det litt for oss på lik linje som det koster for andre bedrifter. Og vi håper at på lang sikt, så vil vi tjene på det gjennom at vi kanskje får flere kunder til oss fordi vi har tatt en grønn profil» (BA)*

Det fremkommer at banken ikke ser for seg å måle lønnsomheten knyttet til grønne boliglån direkte i pengeverdi og omsetning, men heller hvordan det kan påvirkes av økte inntekter fra flere kunder som velger deres bank. Det understrekes at grønne boliglån i seg selv vil ikke bidra med enorm inntekt på kort sikt, men at det på lenger sikt kan hente inn nye og fler kunder.

*«Det er en del kostnader ved å etablere grønne produkt, som avhenger av at du etter hvert får et volum på det for å kunne forsvare det» (CEO)*

Den lavere rentemarginen og etableringskostnader kan dermed forsvares ved økt volum av produktet. Nevnte kostnader ved grønne boliglån vil kunne drives av skala, og kostnadene vil reduseres på enhetsnivå for hvert grønt boliglån banken selger. I tillegg vil salg av andre produkter til de grønne kundene gi økte provisjonsinntekter. Banken selger blant annet forsikringsprodukter til hus, innbo, reise, bil m.m., tilbyr sparing i fond, kredittkort, og eiendomsmeglertjenester. Salg av slike produkt og tjenester vil gi økte merinntekter som banken ellers ville gått glipp av dersom kunden hadde valgt en annen bank. Det legges frem at den banken kunden velger å legge boliglånet sitt vil ofte være den banken kunder legger mesteparten av kundeforholdet sitt til. Dersom en kunde av et grønt boliglån velger SB1HV kan ulempen ved lavere inntekt på det grønne boliglånet reduseres i form av økt mersalg. Videre presiseres det at effekten på lønnsomheten av flere solgte grønne boliglån vil først bli synlig lenger frem i tid.

### **7.1.3 Oppsummering av bankens valg**

SB1HV trekker frem at pris er den viktigste produktkarakteristikaen som avgjør om kunden velger deres grønne boliglån. Prisen vil være sterk preget av konkurransen i markedet, men ettersom denne er lavere enn et vanlig boliglån vil prisen gi økt kunde verdi. Videre kan krav, rådgivning og bærekraft være andre produktkarakteristika som kan påvirke opplevd kunde verdi. Analysen viser at utforming av krav kan påvirke hvilken bank en kunde velger,

og det kan for SB1HV være fordelaktig å ha krav som er i samsvar med EUs taksonomi. Det kan også trekkes paralleller mellom krav og bærekraft, ettersom kravene er utformet i den hensikt å bidra i den grønne omstillingen. Banken tydeliggjør et økt fokus på bærekraft i utformingen av sine grønne boliglån, og egenskapen bærekraft vil anses som en fordel for kunden og bidra til økt kunde verdi. Rådgivning viser seg å være av betydning for kunden, spesielt for de som ikke har kunnskap om grønt boliglån og hvilke tiltak som kan gjøres for å oppnå en grønn bolig. Det er også et viktig virkemiddel banken kan benytte for å få kunden til å vurdere fordeler ved en grønn bolig, opp mot ulempene ved kostnader knyttet til oppgradering eller høyere boligpris. Blir kunden overbevist om at et grønt boliglån vil lønne seg på lang sikt, vil den totale kunde verdien ved grønne boliglån øke.

Blant kostnader vil finansieringskostnader og kostnader knyttet til tap være relevante ved fastsettelse av pris, og i tillegg viktig for lønnsomhetsberegninger av grønne boliglån. Det er imidlertid få valg banken kan gjøre på dette området, men det vises til at det er muligheter for billigere finansiering til grønne boliglån. Et valg banken gjorde var å utstede et grønt obligasjonslån som ga rimeligere finansiering, men det utgjorde kun marginale forskjeller.

Det trekkes også frem at timing kan være av betydning, i den form at SB1HV var en av de første til å etablere seg i markedet og har oppnådd en viss posisjon. Nå er det en lenger etableringsprosess, og kan indikere at de har gjort kostnadsbesparelser i form av ressursbruk på etablering. Videre har banken allerede gjort tiltak for å samsvare med EUs taksonomi, og dersom dette vil bli et gjeldende for flere banker i fremtiden vil det kreve mindre ressurser for dem å tilpasse seg. Om det utgjør noen kostnadsfordeler vil avhenge av markedsutviklingen.

Kompetanse trekkes frem som den viktigste kostnaden knyttet til grønne boliglån. SB1HV valgte å ansette BA med teknisk kompetanse om bolig- og byggsektoren og miljø. Slik kompetanse er nødvendig for å kunne utforme og utvikle produktet, og vil være av stor betydning for rådgivning knyttet til grønne boliglån. I tillegg vektlegges kompetansebygging, noe som i stor grad drives av bankens valg knyttet til å øke ansattes engasjement. Økt engasjement vil kunne medføre at ansatte gjennomfører arbeidsoppgaver mer effektivt, og vil derav kunne redusere bankens kostnader.



Analysen tilsier videre at kostnader i form av lavere rentemarginer ved det grønne boliglånet vil forsvares ved økt volum av produktet. Dette vil også gjøre opp for kostnadene ved etablering. SB1HV håper på flere kunder som følge av økt fokus på bærekraft. I tillegg kan det bli mulig at kunder som velger deres grønne boliglån vil legge hele kundeforholdet hos dem, og derav øke merinntekter til banken som følge av mersalg av andre produkter og tjenester de tilbyr. Effekten av økt volum på grønne boliglån vil imidlertid synliggjøres lenger frem i tid.

## 8. Konklusjon

Dette kapitlet har som formål å vise de viktigste funnene fra analysen som benyttes for å besvare utredningens problemstilling. Begrensninger ved studien og forslag til videre forskning vil også redegjøres.

### 8.1 Overordnet konklusjon

Hensikten med denne utredningen har vært å kartlegge hvilke faktorer som kan ha betydning for lønnsomheten knyttet til grønne boliglån, og hvordan det vil påvirke bankens strategiske valg. For å gjennomføre studien har vi tatt utgangspunkt i SpareBank 1 Hallingdal Valdres, ettersom de var en av de første til å lansere grønne boliglån i Norge og har dermed bygget seg en erfaring med produktet. Det har blitt gjennomført kvalitative analyser av markedet og av verdi- og kostnadsdrivere som kan påvirke lønnsomheten. Basert på gjennomførte analyser har formålet vært å besvare følgende problemstilling:

***Hvilke faktorer kan ha betydning for lønnsomheten knyttet til grønne boliglån, og derav påvirke bankens valg for fremtiden?***

Ifølge analysen av makroomgivelsene viser det seg at forventede endringer i de økonomiske forholdene i størst grad kan tenkes å påvirke den fremtidige etterspørselen. Oppjusteringer av styringsrenten og høye strømpriser kan medføre mer oppmerksomhet rundt strømsparende tiltak og fordelene ved grønne boliger, og derav føre til økt etterspørsel av grønne boliglån. Det trekkes imidlertid frem at forbrukerne kan mangle betalingsvilje for å oppgradere boligen, eventuelt kjøpe en grønn bolig. Ved å synliggjøre fordelene av grønne boliglån, vil forbrukernes betalingsvilje kunne øke.

I analysen av bransjen fremkommer det at markedet for grønne boliglån fortsatt er prematurt, og at forbrukere ikke nødvendigvis har kjennskap til produktet. Trusselnivået fra inntrengere anses som lavt på kort sikt, men det er lave etableringsbarrierer og dermed enkelt for nye aktører å entre markedet. EUs taksonomi og økt fokus på bærekraftig utvikling trekkes frem som faktorer av betydning for at flere banker vil ønske å etablere seg i markedet for grønne boliglån. I et marked som er i en vekstfase anses det som positivt dersom det kommer flere

tilbydere av grønne boliglån, ettersom det må rettes fokus på produktet for å fange forbrukernes interesse. Dersom flere banker entrer markedet vil det i første omgang bidra til å øke verdiskapingen ved å skaffe flere kunder til markedet.

I analysen av bankens valg finner vi at de viktigste verdi- og kostnadsdriverne for grønne boliglån vil være knyttet til valg av produktkarakteristika. Pris viser seg å være av størst betydning for kundens opplevde verdi. Videre trekkes rådgivning frem som et virkemiddel som vil kunne øke kundens opplevde verdi av produktet, da det kan gjøre kunden kjent med fordeler ved grønne boliglån. For å kunne utforme grønne boliglån, fremkommer det at kompetanse er den viktigste kostnaden. Banken må besitte riktig kompetanse for å kunne oppfylle valgte produktkarakteristika.

Et grønt boliglån anses ikke som et produkt som alene vil bidra med store inntekter. Lave renteinntekter vil kunne forsvares dersom volumet økes, og det vil være viktig å gjøre forbrukere bevisst på grønne boliglån. Faktorer som høye strømpriser og rentekostnader kan rette fokus mot produktet, og bankens oppgave vil være å synliggjøre fordelene ved å velge et grønt boliglån i den form at det gir reduserte kostnader knyttet til renter og strømutfgifter. Videre kan EUs taksonomi spille en stor rolle ved at denne kan medføre at flere banker velger å tilby grønne boliglån, noe som igjen kan bidra til økt fokus på produktet. Lønnsomheten knyttet til grønne boliglån vil i stor grad avhenge av at banken etter hvert får et betydelig volum, og de strategiske valgene knyttet til å tiltrekke seg kunder ved å øke kundens opplevde verdi av grønne boliglån vil være betydningsfullt.

## 8.2 Begrensninger ved studien og videre forskning

Studien gir innsikt i hvilke faktorer som kan ha betydning for lønnsomheten knyttet til bankens grønne boliglån, og har sine begrensninger. Utvalget i denne studien består kun av SpareBank 1 Hallingdal Valdres, og én bank utgjør ikke et representativt utvalg for alle norske banker. Dette gjør at studiens funn ikke er generaliserbare. Konklusjonene er basert på bankens erfaringer og refleksjoner rundt fremtidsutsiktene til egne grønne boliglån, og vil nødvendigvis ikke gjenspeile det som vil gjelde for resten av det norske bankmarkedet. Likevel er bankbransjen relativ homogen, og funnene kan til noe grad ha en overføringsverdi til andre norske banker. Videre var banken en av de første til å tilby grønne boliglån i Norge,

og deres refleksjoner kan bidra med verdifull innsikt for banker som ønsker å etablere seg i markedet.

Ettersom grønne boliglån er et relativt nytt produkt, har det også blitt lite forsket på i norsk sammenheng. Det har ført til at det er lite datagrunnlag vi kan sammenlikne våre konklusjoner med, og vi har for det meste kun basert oss på eget datamateriale innhentet gjennom intervjuer med bankens representanter. Vi har også benyttet oss av kvalitativ metode, og derfor ikke foretatt kvantitative beregninger på om de faktorene vi kommer frem til faktisk vil ha en effekt lønnsomheten.

Underveis i arbeidet med utredningen har vi oppdaget flere interessante problemstillinger som kan være spennende å utforske. Vi har forsøkt å gi en oversikt over markedet, og funnet faktorer som *kan* påvirke lønnsomheten. Det hadde vært interessant å undersøke den faktiske effekten på bankens lønnsomhet, i form av kvantitative analyser. I tillegg blir det funnet at grønne boliglån kan øke mersalget til banken, og det kan også være nyttig å gjøre beregninger knyttet til hvilken effekt salget i grønne boliglån vil ha for bankens totale lønnsomhet.

Etter hvert som markedet for grønne boliglån vil vokse, vil det med stor sannsynlighet fremkomme et større utvalg av numeriske data, og det kan dermed være spennende å utføre en fullverdig lønnsomhetsanalyse. Vi håper vårt bidrag gjennom denne studien vil inspirere andre til å undersøke slike problemstillinger videre, noe vi mener vil kunne gi økt forståelse for dette nye produktet.

## Litteraturliste

- Aasen, M., Klemetsen, M. E., Reed, E. U. & Vatn, A. (2019). Folk og klima: Nordmenns holdninger til klimaendringer, klimapolitikk og eget ansvar (CICERO Report; 2019:20). Hentet fra <https://pub.cicero.oslo.no/cicero-xmlui/handle/11250/2634149>
- Averlid, C. (2020, 30. juni). 6 måter Renteradar.no hjelper deg med boliglån som Finansportalen ikke kan. Hentet fra <https://blogg.renteradar.no/6-mater-renteradar-no-hjelper-deg-med-boliglan-som-finansportalen-ikke-kan-2/>
- Baines, P., Fill, C., Rosengren, S. & Antonetti, P. (2019). *Marketing* (5. utg). Oxford University Press
- Banker, R.D., & Johnston, H.H. (2007). Cost and Profit Driver Research. *Handbook of Management Accounting Research*, 2, 531-556. [https://doi.org/10.1016/S1751-3243\(06\)02003-7](https://doi.org/10.1016/S1751-3243(06)02003-7)
- Bassen, A. & Kovács, A.M. (2008). Environmental, Social and Governance Key Performance Indicators from a Capital Market Perspective. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, 9(2), 182-192. Hentet fra <https://www.proquest.com/docview/225265508/fulltextPDF/ADE098267F9E43B2PQ/1?accountid=37265>
- Bjørnenak, T. (2019). *Strategiske lønnsomhetsanalyser*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Bloomberg. (2020, 9. mars). The EU Taxonomy for Sustainable Finance: FAQs for Financial Market Participants. Hentet fra <https://www.bloomberg.com/professional/blog/the-eu-taxonomy-for-sustainable-finance-faqs-for-financial-market-participants/>
- Bluestep Bank. (2021, 5. november). Nordmenn har rekordhøy gjeld - hvorfor øker den? Hentet fra <https://www.bluestep.no/okonomitips/artikler/nordmenn-har-rekordhoy-gjeld--hvorfor-oket-den/>
- Bouma, J.J., Jeucken, M., & Klinkers, L. (Eds.). (2017). *Sustainable Banking: The Greening of Finance*. Routledge.
- Brynestad, E.I., Got, S. C. W., Oppedal, M.E., Pålsson, V. & Vegsund, H. C. (2021). Endret spareatferd under pandemien. *Statistisk sentralbyrå*. Hentet fra <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/finansregnskap/artikler/endret-spareatferd-under-pandemien>
- Byggteknisk forskrift. (2017). Forskrift om tekniske krav til byggverk (FOR-2017-06-19-840). Hentet fra [https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2017-06-19-840/KAPITTEL\\_9#KAPITTEL\\_9](https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2017-06-19-840/KAPITTEL_9#KAPITTEL_9)

- CICERO. (2020). SpareBank 1 Hallingdal Valdres Green Bond Second Opington. Hentet fra [https://www.sparebank1.no/content/dam/SB1/bank/hallingdal-valdres/dokumenter/SB1VH\\_final\\_SPO\\_19Aug2020.pdf](https://www.sparebank1.no/content/dam/SB1/bank/hallingdal-valdres/dokumenter/SB1VH_final_SPO_19Aug2020.pdf)
- Ditlev-Simonsen, C. D. (2017, 22. desember). Kjøper du miljøvennlige produkter? *BI Business Review*. Hentet fra <https://www.bi.no/forskning/business-review/articles/2017/12/kjoper-du-miljovennlige-produkter/>
- Dølgaard, K. G. (2021, 24. november). Grønt boliglån: Lønnsomt for meg? Hentet fra <https://www.huseierne.no/nyheter/gront-boliglan-lonnsomt-for-meg/>
- Eccles, R.G., Ioanniu, I. & Serafeim, G. (2014). The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance. *Management Science*, 60(11), 2835-2857. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.1984>
- Eiendom Norge. (2021, 10. mai). Boligbygging og nybyggskjøpere. Hentet fra <https://eiendomnorge.no/aktuelt/blogg/boligbygging-og-nybyggskjopere>
- Elnan, K., Hovden, A., Leszczynski, E., Horgmo, E. & Bjørneng, H. (2018, 6. november). *Målgruppe- og interessentanalyse - Kompetansesenter for byggkvalitet* (Rapport 18/262). Hentet fra [https://dibk.no/globalassets/02.-om-oss/rapporter-og-publikasjoner/malgruppe--og-interessentanalyse\\_prognosesenteret\\_2018.pdf](https://dibk.no/globalassets/02.-om-oss/rapporter-og-publikasjoner/malgruppe--og-interessentanalyse_prognosesenteret_2018.pdf)
- Energiloven. (1990). Lov om produksjon, omforming, overføring, omsetning, fordeling og bruk av energi m.m. (LOV-1990-06-29-50). Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1990-06-29-50>
- Energimerking.no. (2009a, 8. oktober). Om energimerkeordningen. Hentet fra <https://www.energimerking.no/no/energimerking-bygg/om-energimerkesystemet-og-regelverket/>
- Energimerking.no. (2009b, 13. oktober). Karakterskalaen. Hentet fra <https://www.energimerking.no/no/energimerking-bygg/om-energimerkesystemet-og-regelverket/karakterskalaen/>
- Energiverket. (u.å.a). Hva har en god energimerking å si for boligverdien? Hentet fra <https://www.energiverket.no/hva-har-en-god-energimerking-a-si-for-boligverdien/>
- Energiverket. (u.å.b). Miljølån for de som ønsker å investere i miljøvennlige boligtiltak. Hentet fra <https://www.energiverket.no/miljolan-for-de-som-onsker-a-investere-i-miljovennlige-boligtilltak/>
- Enova. (u.å.a). Enova støtter mennesker som går foran og prøver ut ny teknologi. Hentet fra <https://www.enova.no/privat/>
- Enova. (u.å.b). Forbrukersatsingen i tall. Hentet fra <https://www.enova.no/om-enova/om-organisasjonen/forbrukersatsingen-i-tall/>

- Enova. (u.å.c). Oppgradering av bygningskroppen. Hentet fra <https://www.enova.no/privat/alle-energitiltak/oppgradere-huset/oppgradering-av-bygningskroppen/>
- European Commission. (2020). *Taxonomy Report: Final report of the Technical Expert Group on Sustainable Finance*. Hentet fra [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/business\\_economy\\_euro/banking\\_and\\_finance/documents/200309-sustainable-finance-teg-final-report-taxonomy\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/business_economy_euro/banking_and_finance/documents/200309-sustainable-finance-teg-final-report-taxonomy_en.pdf)
- European Commission. (2021). *Proposal for a directive on the energy performance of building*. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/b8f2da5cdcc24f648b827da71a6f5a16/proposal-for-a-directive-on-the-energy-performance-of-buliding.pdf>
- Farstad, H. (2022, 1. mars). Uten finansbransjen glipper klimamålene. *Finansfokus*. Hentet fra <https://www.finansfokus.no/2022/03/01/uten-finansbransjen-glipper-klimamalene/>
- Finans Norge. (u.å.). Slik setter bankene boliglånsrenten. Hentet 2022, 30. mars fra <https://www.finansnorge.no/tema/bank/slik-setter-bankene-boliglansrenten/>
- Finans Norge. (2020, 18. desember). *Taxonomy – Finance Norway’s response to the consultation on the draft delegated regulation*. Norge: Finans Norge.
- Finansavtaleloven. (1999). Lov om finansavtaler og finansoppdrag (LOV-1999-06-25-46). Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1999-06-25-46>
- Finansdepartementet. (2019). *Finansmarkedsmeldingen 2019* (Meld. St. 24 (2018-2019)). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-24-20182019/id2642702/>
- Finansdepartementet. (2022). *Finansmarkedsmeldingen 2022* (Meld. St. 12 (2021-2022)). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-12-20212022/id2909342/>
- Finanstilsynet. (2020). Bank og finans. Hentet fra <https://www.finanstilsynet.no/forbrukerinformasjon/bank-og-finans/>
- Finanstilsynet. (2022). *Resultatrapport for finansforetak for 2021*. Hentet fra <https://www.finanstilsynet.no/contentassets/ff29bb10fb4d4fcdbd85fd3c61117a63/resultatrapport-for-finansforetak-for-2021.pdf>
- FN. (2020, 22. desember). Parisavtalen. Hentet fra <https://www.fn.no/om-fn/avtaler/miljoe-og-klima/parisavtalen>
- FN. (2021a, 30. september). FNs klimakonvensjon. Hentet fra <https://www.fn.no/om-fn/avtaler/miljoe-og-klima/fns-klimakonvensjon>
- FN. (2021b, 8. november). Klimaendringer. Hentet fra <https://www.fn.no/tema/klima-og-miljoe/klimaendringer>

- Finansdepartementet. (2022, 29. april). Forordninger om bærekraftig finans innlemmet i EØS-avtalen. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/forordninger-om-barekraftig-finans-innlemmet-i-eos-avtalen/id2910828/>
- Hovland, K.M. (2020, 24. mars). Denne banksjefen kutter renten mest: - I disse tider må vi tørre litt mer. *E24*. Hentet fra <https://e24.no/norsk-oekonomi/i/qLBL20/denne-banksjefen-kutter-renten-mest-i-disse-tider-maa-vi-toerre-litt-mer>
- Husbanken. (u.å.a). Smart å finansiere boligen med Husbanklån. Hentet fra <https://hus.no/husbankl%C3%A5n>
- Husbanken. (2019). Veileder for oppgradering av bolig med lån fra Husbanken. Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1999-06-25-46>
- Husbanken. (2021). Veileder for lån fra Husbanken. Hentet fra <https://nedlasting.husbanken.no/Filer/7b18.pdf>
- Huseierne. (2020). *Huseiernes bankundersøkelse 2020* (Nr 2-2020). Hentet fra [https://www.huseierne.no/globalassets/boligfakta/boligfakta-2020/huseierne-lokalbankundersokelsen\\_2020.pdf](https://www.huseierne.no/globalassets/boligfakta/boligfakta-2020/huseierne-lokalbankundersokelsen_2020.pdf)
- Jacobsen, H. & Wickholm, E. R. (2021, 8. juli). Norske banker langt fra taksonomitilpasset. *E24*. Hentet fra <https://e24.no/det-groenne-skiftet/i/KpyGJ7/norske-banker-langt-fra-taksonomitilpasset>
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D. & Regnér, P. (2018). *Fundamentals of strategy* (4.utg.). Harlow: Pearson Education
- Jortveit, A. (2021, 6. desember). Ti ting du bør vite om EUs taksonomi og handlingsplan for bærekraftig finans. *Energi og klima*. Hentet fra <https://energiogklima.no/nyhet/ti-ting-du-bor-vite-om-eus-taksonomi-og-handlingsplan-for-baerekraftig-finans/>
- Keller, K. L. (1998). *Strategic Brand Management – Building, measuring, and managing brand equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Klimaloven. (2017). Lov om klimamål (LOV-2017-06-16-60). Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2017-06-16-60>
- Kommunal- og distriktsdepartementet. (2022, 1. januar). Miljøvennlige boliger og bygg. Hentet fra [https://www.regjeringen.no/no/tema/plan-bygg-og-eiendom/plan\\_bygningsloven/bygg/innsikt/byggkvalitet/miljovennlige-boliger-og-bygg/id2345447/](https://www.regjeringen.no/no/tema/plan-bygg-og-eiendom/plan_bygningsloven/bygg/innsikt/byggkvalitet/miljovennlige-boliger-og-bygg/id2345447/)
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Markedsføringsledelse* (4.utg.). Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Leiv Eiriksson Nyskaping. (2009). Lavenergiboliger og passivhus. Hentet fra [https://biblioteket.husbanken.no/arkiv/dok/3456/lavenergiboliger\\_passivhus.pdf](https://biblioteket.husbanken.no/arkiv/dok/3456/lavenergiboliger_passivhus.pdf)
- Lien, L., Sjøholm, E. K. & Baardsen, T. (2016) *Strategiboken*. Bergen: Fagbokforlaget.



- Lov om offentliggjøring av bærerkaftsinformasjon i finanssektoren mv. (2021). Lov om offentliggjøring av bærerkaftsinformasjon i finanssektoren og et rammeverk for bærekraftige investeringer (LOV-2021-12-22-161). Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2021-12-22-161>
- NHO. (2022). Økonomisk overblikk 1/2022. Hentet fra <https://www.nho.no/contentassets/c5ffaf55cc0a418fa25aa01d04758154/okonomisk-overblikk-1-22.pdf>
- Norges Bank. (2021). *Det norske finansielle systemet*. Hentet fra [https://www.norges-bank.no/contentassets/97a4fd6249bb48c0a80cfef7ff64ddb1/dnfs\\_2021\\_web\\_0607.pdf?v=07/07/2021110844&ft=.pdf](https://www.norges-bank.no/contentassets/97a4fd6249bb48c0a80cfef7ff64ddb1/dnfs_2021_web_0607.pdf?v=07/07/2021110844&ft=.pdf)
- Norges Bank. (2022a, 23. mars). Rentebeslutning mars 2022. Hentet fra <https://www.norges-bank.no/tema/pengepolitikk/Rentemoter/2022/mars-2022/>
- Norges Bank. (2022b, 5. mai). Endringer i styringsrenten. Hentet fra <https://www.norges-bank.no/tema/pengepolitikk/Styringsrenten/Styringsrenten-Oversikt-over-rentemoter-og-endringer-i-styringsrenten-/>
- Norsk Kreditt. (2021, 25. januar). Banker i Norge - en oversikt. Hentet fra <https://www.norskkreditt.no/banker-i-norge>
- Noss, S. (2022a, 15. mars). Nibor - Få innsikt om den viktigste renten i Norge. Hentet fra <https://blogg.renteradar.no/nibor-fa-innsikt-om-den-viktigste-renten-i-norge/>
- Noss, S. (2022b, 3. mai). Bytte bank er enklere enn det mange tror. Hentet fra <https://blogg.renteradar.no/bytte-bank-er-enklere-enn-det-mange-tror/>
- NSD. (u.å.). Personverntjenester. Hentet fra <https://www.nsd.no/personverntjenester/>
- Olje- og energidepartementet. (2016). *Kraft til endring - Energipolitikken mot 2030* (Meld. St. 25 (2015-2016)). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-25-20152016/id2482952/>
- Olson, J. C., & Jacoby, J. (1972). Cue Utilization in the Quality Perception Process. *ACR Special Volumes*. Hentet fra <https://www.acrwebsite.org/volumes/11997/vol>
- Pedersen, R. (2022, 1.februar.). Guide til grønne boliglån, med renteoversikt. Hentet fra <https://www.smartepenger.no/lan/3408-gronne-boliglan>
- Pengeverkstedet. (2021, 29. november). Kraftprisen til vær's. Slik får du lavere strømregning. Hentet fra <https://pengeverkstedet.no/blogg/slik-far-du-lavere-stromforbruk/>
- Pettersen, B. M. (2021, 26. mai). Nora (21) får ikke startlånet som har hjulpet unge inn på markedet før. *NRK*. Hentet fra [https://www.nrk.no/nordland/startlan\\_-deler-ut-rekordmange-milliarder-i-startlan\\_-men-andelen-unge-som-far-boliglanet-er-halvert-1.15492615](https://www.nrk.no/nordland/startlan_-deler-ut-rekordmange-milliarder-i-startlan_-men-andelen-unge-som-far-boliglanet-er-halvert-1.15492615)

- Pihl, C.H. (2022, 24. mars). Renten settes opp igjen: Dette betyr det for deg! Hentet fra <https://www.huseierne.no/nyheter/renten-settes-opp-igjen-dette-betyr-det-for-deg/>
- Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 24-50. Hentet fra [https://www.researchgate.net/publication/5581445\\_The\\_Five\\_Competitive\\_Forces\\_That\\_Shape\\_Strategy](https://www.researchgate.net/publication/5581445_The_Five_Competitive_Forces_That_Shape_Strategy)
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press
- Roos, G., Krogh, G., Roos, J. & Boldt-Christmas, L. (2014). *Strategi - en innføring* (6.utg). Bergen: Fagbokforlaget
- Sandberg, E. & Bjelle, E.L. (2021). *Insentiver og kriterier for klimatilpasning – reduksjon av klimagassutslipp og energieffektivisering med overføringsverdi og pekere framover* (SINTEF Notat;41). Hentet fra <https://hdl.handle.net/11250/2828145>
- Sandberg, N.H., Lien, S.K., Lindberg, K.B. & Sartori, I. (2022). Mål om 10 TWh energisparing i bygningsmassen: Hvordan ligger vi an og hva er potensialet? *Praktisk økonomi og finans*, 38(1), 4-22. <https://doi.org/10.18261/pof.38.1.2>
- Sant, A. (2022, 21. april). Grønt boliglån - ofte bankens laveste rente. Hentet fra <https://blogg.renteradar.no/gront-boliglan-ofte-bankens-laveste-rente/>
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (8.utg). Harlow: Pearson Education
- SB1HV. (2022a). *Bærekraftsrapport 2021*. Hentet fra [https://www.sparebank1.no/content/dam/SB1/bank/hallingdal-valdres/dokumenter/2021\\_barekraftsrapport.pdf](https://www.sparebank1.no/content/dam/SB1/bank/hallingdal-valdres/dokumenter/2021_barekraftsrapport.pdf)
- SB1HV. (2022b). *Årsrapport 2021*. Hentet fra <https://www.sparebank1.no/nb/hallingdal/om-oss/investor/resultater.html>
- SB1HV. (2020). *SpareBank 1 Hallingdal Valdres Green Finance Framework*. Hentet fra <https://www.sparebank1.no/content/dam/SB1/bank/hallingdal-valdres/dokumenter/SB1HV-Green-Finance-Framework-19062020.pdf>
- SB1HV. (u.å.a). Grønt lån. Hentet fra <https://www.sparebank1.no/nb/hallingdal/privat/miljoprodukter/gront-boliglan.html#byggear-fra-og-med-2017>
- SB1HV. (u.å.b). Hvordan tolker jeg energimerkingen? Hentet fra <https://www.sparebank1.no/nb/hallingdal/privat/kundeservice/lan/hva-betyr-energimerkingen.html>
- SB1HV. (u.å.c). Miljøprodukter. Hentet fra <https://www.sparebank1.no/nb/hallingdal/privat/miljoprodukter.html>

- SB1HV. (u.å.d). Om banken. Hentet 2022, 21. april fra:  
<https://www.sparebank1.no/nb/hallingdal/om-oss/om-banken.html>
- SB1HV. (u.å.e). Visjon og verdier. Hentet 2022, 21. april fra:  
<https://www.sparebank1.no/nb/hallingdal/om-oss/om-banken/visjon-og-verdier.html>
- Shank, J. K. (1989). Strategic Cost Management: New Wine, or Just New Bottles? *Journal of Management Accounting Research*, 1, 47-65.  
<https://doi.org/10.1177/0002716289505001029>
- Silseth, P. R. (2019, 21. juni). Velger du bærekraftige varer? *BI Business Review*. Hentet fra  
<https://www.bi.no/forskning/business-review/articles/2019/06/velger-du-barekraftige-varer/>
- Skjerdal, C. (2019, 23. oktober). Antall svanemerkede boliger firedoblet på tre år: - Mange synes det er vanskelig å vite hva som er miljøvennlig. *Aftenposten*. Hentet fra  
<https://www.aftenposten.no/bolig/i/zGeqv4/antall-svanemerkede-boliger-firedoblet-paa-tre-aar-mange-synes-det-er-vanskelig-aa-vite-hva-som-er-miljoevennlig>
- SPK. (2022). Årsrapport 2021. Hentet fra  
<https://www.spk.no/globalassets/om-oss/arsrapporter/aarsrapportspk2021.pdf>
- SPK. (u.å.a). Boliglån til deg som er medlem i SPK. Hentet fra <https://www.spk.no/Boliglan/>
- SPK. (u.å.b). Om Statens pensjonskasse. Hentet fra <https://www.spk.no/om-oss/fakta-om-spk/>
- SSB. (2022, 22. mars). Boforhold, registrerbarhet. Hentet fra  
<https://www.ssb.no/bygg-bolig-og-eiendom/bolig-og-boforhold/statistikk/boforhold-registerbasert>
- Sættem, J. B. (2021, 27. juli). Marius sparte mye med grønt boliglån. *NRK*. Hentet fra  
<https://www.nrk.no/norge/mange-kan-trolig-spare-mye-med-nytt-gront-boliglan-1.15581229>
- The Governance Group (2021). *Tall som Teller 2020*. The Governance Group.\_  
<https://www.thegovgroup.org/wp-content/uploads/2021/01/TheGovGroup-Baerekraft-pa%CC%8A-bors-2020-ORIG1.pdf>
- UN Global Compact. (2005). *Who Cares Wins 2005 Conference Report: Investing for Long-Term Value*. International Finance Corporation. Hentet fra  
[https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/topics\\_ext\\_content/ifc\\_external\\_corporate\\_site/sustainability-at-ifc/publications/publications\\_report\\_whocareswins2005\\_wci\\_1319576590784](https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/topics_ext_content/ifc_external_corporate_site/sustainability-at-ifc/publications/publications_report_whocareswins2005_wci_1319576590784)
- UngEnergi. (2021, 15. juli). Energiklasser og energimerking av hus. Hentet fra  
<https://ungenergi.no/miljoteknologi/bygg/energiklasser-og-energimerking-av-hus/>
- Utlånsforskriften. (2020). Forskrift om finansforetakenes utlånspraksis (FOR-2020-12-09-2648). Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2020-12-09-2648?q=utl%C3%A5nsforskriften>

WCED. (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. Hentet fra <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>

Winther, P. (2020, 25. januar). Ny analyse: Lojale lånekunder over 50 på boligrente-toppen. *Dagens Næringsliv*. Hentet fra <https://www.dn.no/privatokonomi/rente/privatokonomi/makrookonomi/ny-analyse-lojale-lanekunder-over-50-pa-boligrente-toppen/2-1-743720>