



# GÖTEBORGS UNIVERSITET

## HANDELSHÖGSKOLAN

### **Hur ser utvecklingen av robotrådgivning ut på den svenska finansmarknaden?**

En studie baserad på robotrådgivaren Funder

Kandidatuppsats i Industriell och Finansiell Ekonomi  
Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet  
Vårterminen 2022

Handledare: Anders Axvärm  
William Forsberg 19960325  
Filip Källvik 19981212

## **Förord**

Kandidatuppsatsen inom Industriell och Finansiell Ekonomi utfördes under vårterminen 2022 på Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet. Författarna vill tacka finansbolaget Funder för deras bidragande och samarbete. Detta samarbete har värdefullt för rapportens framgång. Vi vill även tacka vår handledare Anders Axvärn som har bistått med god vägledning genom studien. Axvärns kunskap, erfarenhet, och konstruktiv kritik har varit nödvändigt för studien.



---

WILLIAM FORSBERG



---

FILIP KÄLLVIK

## **Sammanfattning**

Digitalisering är ett fenomen som de flesta olika branscher har upplevt och tagit del av. Processer som förr har hanterats av enbart människan är i vissa fall ersatt av en automatiserad process som inte längre är hanterad av människan. En av de branscher där processer har automatiserats på många nivåer är finansbranschen och investeringsrådgivning är en av de processer som relativt nyligen har upplevt en ordentlig automatisering. Vad gäller investeringsrådgivning så har detta automatiserats internationellt men även i Sverige under de senaste åren och idag finns det en del bolag på svenska marknaden som erbjuder finansiell rådgivning med hjälp av en robot, så kallad robotrådgivning. Fundler är ett av de främsta bolag i Sverige när det kommer till robotrådgivning av fondsparande och denna studie syftar till att förstå robotrådgivningens utveckling samt om det är framtidens investeringsrådgivning av fonder.

Rapporten är baserat på datainsamling genom en litteraturstudie, ramverket SWOT, och intervjuer med nyckelpersoner från Fundler i Sverige. Litteraturstudien försåg rapporten med förståelse för den hittills gångna utvecklingen av robotrådgivning. Vidare har kvalitativ data samlats in genom intervjuer med nyckelpersoner från Fundler vilket har varit nödvändigt för att förstå marknaden i Sverige samt hur robotrådgivning fungerar. Genom en kombination av genomförd litteraturstudie, SWOT-analys, och intervjuer kunde rapporten dra slutsatser samt skapa goda möjligheter för fortsatt forskning inom ämnet.

Rapporten visar på att robotrådgivning kommer vara högt aktuellt i framtiden. Intresset för investeringar har en positiv trend och studien har visat sig att robotrådgivning har en möjlighet att kunna ta stora marknadsandelar, både i Sverige och internationellt. Trenderna som åskådliggjorts i studien har visat att exponering av robotrådgivning har gett tjänsten mer tillit på marknaden vilket också har bidragit till att allt fler väljer att använda tjänsten. Slutligen har studien kommit fram till att robotrådgivning kommer bli alltmer vanligt i kombination med personlig rådgivning via en mänsklig investeringsrådgivare.

**Nyckelord:** Robotrådgivning, robo-advisory, investeringsrådgivning, digital investeringsrådgivning, digitaliserad finansiell rådgivning

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b>	<b>1</b>
1.1 Bakgrund	1
1.2 Finansbolaget Fundler	3
1.3 Problemformulering	4
1.4 Syfte & och frågeställningar	5
<b>2. Tidigare forskning</b>	<b>6</b>
<b>3. Teoretisk referensram</b>	<b>8</b>
3.1 SWOT-analys	8
3.2 Kritik mot SWOT-analys	10
<b>4. Metod</b>	<b>11</b>
4.1 Val av metod	11
4.2 Urval	12
4.2.1 Studiens fallföretag	13
4.2.2 Studiens deltagare	13
4.3 Intervjuguide	13
4.4 Metodkritik	14
4.5 Kvalitetskriterier	14
<b>5. Empiri</b>	<b>16</b>
5.1 Intervju med Anna-Lena Wretman (VD Fundler) 2022-05-04	16
5.2 Intervju med Annika Javestad (Marknadschef Fundler) 2022-04-25	23
5.3 Fundlers fondavkastning	27
<b>6. Analys</b>	<b>29</b>
<b>7. Slutsats</b>	<b>34</b>
<b>8. Framtida forskning</b>	<b>36</b>
<b>Referenslista</b>	<b>37</b>
<b>Bilagor</b>	<b>40</b>
Bilaga 1: Innehåll av index Försiktig	40
Bilaga 2: Innehåll av index Stabil	40
Bilaga 3: Innehåll av index Tillväxt	40
Bilaga 4: Innehåll av index Potential	40

# 1. Inledning

Under följande avsnitt kommer digitalisering initialt presenteras för att förklara grunden till nästkommande delkapitel som är kapitalförvaltning. Vidare kommer finansbolaget Fundler presenteras där historik och bolagsbeskrivning är inkluderat. Tanken är att upplysa läsarna om ämnet, ämnets aktualitet, samt om hur marknaden har förändrats historiskt.

## 1.1 Bakgrund

Digitalisering är enligt Breman och Felländer (2020) en strukturomvandling vars effekter påverkar den svenska ekonomin. Det blir allt vanligare att fysiska varor blir digitala tjänster och produktivitetstvinsterna anses vara stora i takt med den utvecklande teknologin (Breman & Felländer, 2020). Enligt Manyika m.fl. (2014) så har bland annat internationell handel med tjänster som bygger på digitala plattformar sett en ökning och vidare presenteras att ekonomin har blivit påverkad av tre huvudsakliga faktorer: *fysiska varor blir digitala tjänster; digitala plattformar effektiviserar och internationaliserar tjänster som tidigare var lokala; digitalisering effektiviserar traditionell produktion*. Det finns en tydlig trend av att digitaliseringen har bidragit till att många tjänster och produkter idag säljs via digitala plattformar i stället för att enbart säljas på en lokal plats. I samband med digitaliseringen har man även kunnat dra slutsatser om att yrken riskerar att ersättas av digital teknik, främst jobb som är rutinartade så som handel och administration, men även vissa högkvalificerade jobb riskerar även att ersättas av denna teknik (Frey & Osborne, 2013). Med andra ord, det finns olika områden i samhället som påverkas av digitaliseringen och ett av de områden som påverkats är finansmarknaden där bland annat användandet av robotar har blivit alltmer vanligt som support vid investeringsalternativ (Fisch m.fl., 2017).

Den finansiella marknaden har som nämnt ovan påverkats av digitaliseringen och vad gäller investeringsalternativ så har robotrådgivning blivit allt vanligare (Fisch m.fl., 2017). Robotrådgivning är en automatiserad rådgivning som enligt Day m.fl. (2018) fungerar genom att kunden ger svar på frågor kring sin ekonomi och sparande. Denna information används sedan av roboten för åstadkommandet av investeringsrådgivning (Day m.fl., 2018). Robotrådgivning innebär vidare att roboten placerar spararnas pengar beroende på risk, pris, och avkastning (Brenner & Meyll, 2020). Med hänsyn till spararen/investeraren konstruerar robotarna vanligen portföljer bestående av lågkostnads ETF-fonder (Exchange Traded Funds)

eller andelsfonder och de hanterar kundernas portföljer konstant där de bland annat återinvesterar avkastningar (Berger, 2015). I takt med att robotrådgivning har blivit alltmer vanligt i USA enligt Brenner och Meyll (2020) så har likaså Sverige upplevt att det blir alltmer vanligt med automatiserad digital rådgivning (Pensionsmyndigheten, 2021). Enligt Pensionsmyndigheten (2021) så har en undersökning visat att drygt en halv miljon personer i Sverige använder eller har använt robotrådgivning och ytterligare 800 000 personer kan tänka sig börja använda det. Det har även visat sig att hälften av dessa personer har använt sig av denna typ av sparform med syfte att spara till pensionen (Pensionsmyndigheten, 2021). Idag finns det olika aktörer på marknaden som erbjuder robotrådgivning där Fundler, Avanza, Nordnet, Opti, Lysa, och Waizer är några av dem (Pensionsmyndigheten, 2018).

I takt med att all teknologi utvecklas finns det även några aspekter värda att poängtera. Enligt Schuck (2016) har digitaliseringen påverkat den enskilde anställda arbetaren på bankerna då digitaliseringen har bidragit till att behovet av fysisk personal har minskat. Resultatet av detta är att transaktions- och personalkostnader har minskat vilket har gjort att banker och dess kunder har tagit ekonomiska fördelar (Schuck, 2016). Nämnvärt dock är att robotrådgivning inte enbart har varit något som hyllats och varit värdeskapande utan denna rådgivningsmetod har även kritiserats, framför allt gällande förvaltning av kunders pengar. Som nämnt ovan fungerar de traditionella robotarna genom att samla in data från kunder för att förstå vilken typ av risknivå och vilken typ av sparande kunderna önskar. Därefter får kund en sammansatt fondportfölj. Enligt Lam (2016) finns det en risk i att robotarna inte lyckas placera pengarna till rätt risknivå utifrån kundens riskpreferenser. Det finns en viss problematik gällande robotens förmåga att inta och behandla information för marknadstrender på samma sätt som människan. Lui och Lamb (2018) förklarar att bankerna måste arbeta ännu mer proaktivt med att säkerställa en god relation mellan kund och bank i takt med att den personliga kontakten till viss del blir bristande när robotrådgivning blir allt vanligare.

## 1.2 Finansbolaget Fundler

Som nämnt ovan har den finansiella marknaden upplevt nya aktörer på marknaden i takt med digitaliseringen och finansbolaget Fundler är en av dessa aktörer som erbjuder möjligheten att kunna investera sina pengar automatiskt med hjälp av en så kallad fondrobot (Fundler, u.å.). Affärsidén bygger på att få kunders pengar att växa, smart och rättvist, genom investering i en diversifierad portfölj av fonder (Fundler, u.å.a). Fundler grundades år 2015 med syfte att

erbjuda ett stabilt fondsparande till god avkastning (Fundler, u.å.a). Tanken var att förena mänsklig kompetens och teknik för att åstadkomma en minskning av kostnader som den traditionella rådgivningen vanligen innebär, t.ex. dyra provisioner, administrationskostnader, och investeringsråd med varierad kvalitet (Fundler, u.å.a). Utöver erbjudandet av fondportföljer så erbjuder Fundler även pensionssparande samt investeringar för företag. De fondportföljer som Fundler erbjuder är sammansatta av mänskliga förvaltare som är hanterade av roboten när det gäller själva kursutvecklingen - kombination av mänsklig kompetens med teknik (Fundler, u.å.b). Detta innebär alltså att roboten tar över portföljen när den är sammansatt av människan där roboten sedan parerar kursrörelser inom portföljen för att få bästa möjliga utveckling till den risknivå som kunden själv har bestämt (Fundler, u.å.b). I detta fall balanserar roboten riskerna mot potentiell avkastning inom portföljerna som består av olika fonder, och flyttar sedan runt kundernas pengar för att öka chans till god avkastning (Fundler, u.å.b). Vidare skapar roboten dagliga rapporter som sedan förvaltarna hanterar för att sedan justera portföljens sammansättning, därefter fortsätter roboten sitt arbete (Fundler, u.å.b). Vad gäller fondportföljerna som Fundler erbjuder så är dessa - till skillnad mot bankerna - inte drivna och sammansatta av dem själva. De fondportföljer som erbjuds av Fundler är en sammansättning av fonder som andra finansiella institut i sin tur har sammanställt (Fundler, u.å.b). Detta resulterar i att Fundler ytterligare sprider sina risker (Fundler, u.å.b).

För den enskilde privatkunden innebär tjänsten initialt att personen bestämmer en riskprofil samt hur kunden vill spara sina pengar. Därefter sätts en fondportfölj samman av förvaltare som sedan kommer hanteras av en robot. Under själva förvaltningen kommer roboten ta fram rapporter som tillsammans med annan övrig information kommer hanteras av förvaltarna för att vidare kunna ta beslut om eventuell ombalansering. Marknaden är föränderlig och det finns vissa aspekter som gör att den sparande eventuellt önskar minska eller öka sin risknivå. Tanken är att resultatet av denna process skall bidra till en växande investering med en positiv avkastning. Fonderna som väljs ut görs med hjälp av Morningstars databasverktyg som identifierar lämpligaste fonderna i respektive marknad. Fonderna kan vara allt ifrån placeringar i Sverige/Norden men även från utländska marknader. Värt att nämna är att Fundler inte är påverkade på fondbolagen i och med att de inte behåller några provisioner, och de kan således välja fonder oberoende av övriga fondbolag. Vad gäller fondportföljer som Fundler erbjuder så erbjuds *indexportföljer* samt *avancerade portföljer*. De olika portföljerna

är sedan kategoriserade beroende på vilken risknivå de innehar, varav risknivåerna är följande: *försiktig, stabil, tillväxt, och potential*. (Fundler, u.å.b)

### 1.3 Problemformulering

Den alltmer digitaliserade finansiella sektorn har under senare år sett en ökad efterfrågan när det kommer till kapitalförvaltning för gemene man. Med en låg ränta har människor sökt sig till andra lösningar än att behålla pengar på traditionella bankkonton för att få långsiktig tillväxt på sina pengar utan att själva aktivt förvalta en fondportfölj. Denna historiska utveckling har påvisat nya trender där robotförvaltning passar in som en sparmetod. Framtiden för investeringsrådgivning är dock inte ett välutforskat område. Robotförvaltning är ett område som kan liknas vid både traditionell fondförvaltning och traditionell investeringsrådgivning och informationen kring dess likheter och skillnader till nämnda investeringsformer behöver mer forskning för att ge en adekvat bild av framtidens investeringsrådgivning.

Det finns idag flertalet problem idag med robotrådgivning som behöver analyseras. Detta gäller såväl information om finansiella instrument från kundens perspektiv samt robotens kunskap om kundernas riskpreferenser och tillhörande avkastning. Genom att inte använda sig av kontakt direkt med en rådgivare ökar risken för att fel risk sätts av roboten för den individuella kunden. Detta skapar även problem gällande kunders förtroende för roboten då allt genomförs digitalt med minimal personlig kontakt. Då en traditionell rådgivning görs personligt med en rådgivare kan rådgivaren utföra en bättre undersökning av kundens mål och preferenser och bygga tillit för rådgivaren. Detta kan skapa en bättre förutsättning för att risknivån och förväntningar på produkten tydligt kan kommuniceras och skapa en bättre förståelse om kundens behov. Utvecklingsmöjligheterna för robotrådgivning att bli en mer använd investeringsmetod kan således klargöras genom att se till vilka brister men även vilka styrkor som metoden besitter.

### 1.4 Syfte och frågeställningar

Syftet med studien är att förstå robotrådgivningens utveckling på den svenska marknaden samt om det är en metod som kommer att användas i framtiden när det gäller investeringsrådgivning av fonder. För att kunna möta syftet med rapporten så är det



nödvändigt att definiera de faktiska problem som skall undersökas. För att uppnå syftet med denna uppsats ska följande frågeställningar besvaras:

- Vilka för- och nackdelar finns med robotrådgivning?
- Vilken utveckling kan robotrådgivning påverka den svenska finansmarknaden?

## 2. Tidigare forskning

Robotrådgivning är relativt nytt på marknaden och det är ett område som saknar omfattande forskning som har utrett fenomenet från olika perspektiv. Park, Ryu och Shine (2016) poängterade i sin studie att kapitalförvaltning, som robotrådgivning bygger på, är i uppstartsfasen och de ansåg att det fanns stort behov av vidareutveckling samt att det finns många utvecklingsmöjligheter. Park m.fl. (2016) nämner likaså att personer idag har ett indirekt eller ett direkt intresse av investeringar men att anledningen till deras investeringar är baserade på relativt låg kunskap om ämnet i stället för att ta hjälp av professionell rådgivning. Detta är något som Park m.fl. (2016) ansåg vara en betydande anledning till att robotrådgivning har fått en ökad uppmärksamhet då robotrådgivning anses vara lättillgängligt. Fein (2015) poängterade likaså en ökad uppmärksamhet gällande robotrådgivning där man menade att det robotrådgivning är något som kan bli ett effektivt alternativ för personer som inte investerar så mycket och som har tillit till investeringar på digitala plattformar.

Fisch m.fl. (2017) har jämfört kvalitén och kostnaden av rådgivning gällande investeringsportföljer för robotrådgivning kontra mänskliga rådgivare. I detta fall hävdar Fisch m.fl. (2017) att robotrådgivning är fördelaktigt då den erbjuder en betydligt mer diversifierad portfölj än vad mänskliga rådgivare kan göra. Likaså poängterar Fisch m.fl. (2017) att robotrådgivning inte innehar lika stor risk som mänsklig rådgivning gällande intressekonflikt. Sannolikheten att en robotrådgivare skulle påverkas av fördomar som demografisk eller personlig integration är mindre (Fisch m.fl., 2017). Vidare resulterade studien som Fisch m.fl. (2017) genomförde att det bästa alternativet gällande investeringsrådgivning skulle vara en hybridmodell. Denna hybridmodell innebär att robotrådgivaren samarbetar med den mänskliga rådgivaren för att kunna minska kostnaderna men även för att öppna upp för chansen till en generellt bättre rådgivning då mänsklig dialog finns tillgängligt (Fisch m.fl., 2017).

En annan aspekt som har forskats kring är själva tilliten som finns mellan människan och robotrådgivaren i samband med att detta är en relativt ny teknologi. Robotrådgivning kan ses som en typ av en banktjänst erbjuden online enligt Suh och Han (2002) och deras forskning har utrett kundernas inställning till onlinebaserad bank. Resultatet av studien var att förtroende var en av de viktigaste faktorerna vad gäller investerares användande av denna typ

av tjänst (Suh & Han, 2002). Vidare poängterade Suh och Han (2002) att kunder är obekväma gällande säkerheten vid tillhandahållande av känsliga personuppgifter på internet. Att lita på både internetbanktjänster och utvecklingen av internetbanktjänster var något som ansågs vara ett hinder för konsumenter. På samma sätt är även risk en omdiskuterad aspekt gällande internetbanktjänster. Suh och Han (2002) menar att kunder upplever osäkerhet i att parterna som genomför transaktioner inte alltid är parter som kunderna har dialog med. Kunderna interagerar alltså inte med någon mänsklig investerare och kan således inte dra slutsatser utifrån exempelvis investerarens kroppsspråk och fysisk närhet (Suh & Han, 2002). Vidare förklarade studien att kunder förlitar sig på förtroende när det kommer till användandet av onlinetjänster som hanterar personlig och/eller känslig information. Det visade sig att detta var något som har stor inverkan på huruvida utvecklingen och användandet av internetbanktjänster kommer utvecklas framöver (Suh & Han, 2002).

### 3. Teoretisk referensram

Följande avsnitt kommer presentera de teoretiska referensram som denna rapport baserats på. Syftet är att förklara den grund som använts vid analys av marknaden och fallföretaget för att ge en större förståelse för den forskning som presenteras.

#### 3.1 SWOT-analys

SWOT-analysen används som verktyg för att göra en intern och en extern analys av robotrådgivning. Verktuget används för att framföra aspekter som *styrkor*, *svagheter*, *möjligheter*, *hot* (Humphreys, 2007), och är användbart för att identifiera och ta fram de huvudsakliga faktorerna som kan påverka marknads utveckling (Unicef, 2015; Namugenyi m.fl., 2017). Vad gäller *styrkor* så åsyftar detta vad den egna verksamheten gör bra och detta brukar oftast jämföras med de konkurrenter som finns på marknaden (Kenton m.fl., 2021). Vidare förklarar de att *svagheter* förklaras genom aspekter som hindrar en organisation från att kunna prestera på den optimala nivån och identifierar områden i verksamheten som bör förbättras för att förbli konkurrenskraftig. Kenton m.fl. (2021) beskriver sedan *möjligheter* som åsyftar de områden som organisationen kan förbättra. Ett exempel på detta kan vara möjligheten att kunna ta större marknadsandelar genom ökad försäljning. Slutligen syftar *hot* på de faktorer som potentiellt skulle kunna skada organisationen och dess verksamhet (Kenton m.fl., 2021). Några exempel på hot är ökad konkurrens, stigande kostnader för material, och nya lagar (Kenton m.fl., 2021). Från början kallades SWOT-analys för SOFT som var en akronym för securing satisfactory, enabling opportunities, handling faults, och threats (Puyt m.fl., 2020). Enligt Puyt m.fl. (2020) grundades detta koncept år 1965 vid Stanford Research Institute. Robert Franklin Stewart var grundare av konceptet baserat på inspiration från tidigare idéer om strategi och verksamhetsplanering (Puyt m.fl., 2020). Gürel och Tat (2017) förklarade att konceptet initialt var skapat för att identifiera problem med verksamhetsplanering men ramverket SWOT blev en vidareutveckling av det Stewart hade skapat (Puyt m.fl., 2020). Idag är SWOT ett internationellt analysverktyg som är väletablerat och välansvänt runt om i världen (Puyt m.fl., 2020). Vidare förklarar Kenton m.fl. (2021) att SWOT är fördelaktigt att använda för att kunna identifiera vilka faktorer som bolaget bör beakta och potentiellt anpassa sig efter, både externt och internt, för att förbli konkurrenskraftiga. I Figur 1 nedan presenteras de ingående delarna för respektive aspekter.

**Figur 1**

SWOT-ramverk

	Positiva	Negativa
Interna	<b>S</b> Styrkor	<b>W</b> Svagheter
Externa	<b>O</b> Möjligheter	<b>T</b> Hot

*Kommentar.* Figur 1 har listat de olika aspekterna av en SWOT-analys som enligt CFI (2021) bör analyseras.

### 3.2 Kritik mot SWOT-analys

Trots att SWOT-analys är väldigt förekommande vid analys av företag och marknader så finns det viss kritik mot verktyget. Gürel och Tat (2017) förklarade bland annat att SWOT inte bara skall fokusera och studera historiken utan den bör även se till framtiden för att dra rimliga slutsatser. Pereira m.fl. (2021) betonar vikten av hållbarhet i dagens samhälle med hänsyn till den utveckling som sker i världen. Generellt är inte hållbarhet det huvudsakliga fokuset vid utförandet av en SWOT-analys, något som har förklarats som en nackdel med modellen. Slutligen har även Pickton och Wright (1998) förklarat att det finns risk för subjektivitet i generering av faktorer som ingår i modellen vilket innebär att de faktorer som genererats inte alltid representerar fakta utan i stället åsikter. Likaså förklarar Pickton och Wright (1998) att prioritering av de olika faktorerna kan vara svårt och att visa aspekter viktas fel då SWOT-analys vanligen inte ser till någon specifik prioritering eller viktning.

## 4. Metod

Följande avsnitt kommer presentera studiens metod. Inledningsvis kommer val av metod presenteras där bland annat val av intervju kommer presenteras. Vidare kommer rapporten presentera vilket urval som studien har baserats på, både vad gäller fallföretag och deltagare i studien. Därefter kommer en intervjuguide presenteras följt av att metodkritik och kvalitetskriterier.

### 4.1 Val av metod

Metoden baserades på olika delar där den första delen av studien innebar analys av Fundlers strategi och mål gällande rådgivning, och då främst roboträdgivning av kapitalförvaltning. I detta fall samlades kvalitativa data in genom förstahandskällor. Enligt Blomqvist och Hallin (2015) är detta en deduktiv ansats vilket innebär att frågan som ska bli analyserad är specifik och frågan eller teorin är identifierad av insamlade data. För att åstadkomma den insamlade data genomfördes relevanta intervjuer med nyckelpersoner från Fundler. Målet med intervjuerna var att skapa en bättre förståelse för roboträdgivning på den svenska marknaden men även hur Fundler ser på roboträdgivning inom kapitalförvaltning. Vidare hade intervjuerna som mål att skapa en god förståelse kring hur roboträdgivning kommer utvecklas framgent. Detta inkluderade intervjuer kring Fundlers strategier, finans, och vissa teknologiska funktioner för att skapa en förståelse för Fundlers verksamhet men även hur de ser på marknaden idag och framgent. Vad gäller intervjumetod så tillämpade studien en kombination av strukturerad och semi-strukturerad intervju beroende på vilken data som krävdes (Patel & Davidsson, 2019). Den semi-strukturerade intervjumetoden öppnar för att ge intervjuobjektet möjlighet att besvara följdfrågor och andra frågor som kommer upp under intervjuens gång (Lantz, 2013). Då både öppna och stängda frågor ställdes under intervjun så ansågs det att den semi-strukturerade metoden lämpade sig bra (Lantz, 2013). Den data som samlats in analyserades i kombination med litteratursammanställning från publika andrahandskällor för att skapa en förståelse om utomstående parterers perspektiv på fenomenet och generellt få en bredd av ämnet. SWOT-analys kommer genomföras för att analysera den insamlade datan från tidigare forskning tillsammans med de resultatet från de kvalitativa intervjuerna. Detta för att ta fram för- och nackdelar med robotförvaltning.

Vidare studerades roborådgivning gällande kapitalförvaltning och för att förstå denna typ av rådgivning ansågs det vara viktigt att både förstå hur rådgivningen fungerar i praktiken samt hur tidigare forskning ser på fenomenet. I detta fall samlades data in från tidigare forskning vilket enligt Wallén (1996) anses vara en induktiv ansats som innebär att data och information först samlas in följt av vidare analys och diskussioner. Som nämnt ovan samlades data in från andrahandskällor, främst från Google Scholar och Ekonomiska Biblioteket vid Göteborgs Universitet. De sökord som användes för att ta fram relevant forskning var: roborådgivning, robo-advisory, automatiserad investering, fondportfölj, finansiell digitalisering, men även inslag av andra relevanta sökord användes. Dessa sökord resulterade i ett brett underlag för studien för att få en grund baserad på tidigare utförd forskning. Detta för att kunna stödja och bygga diskussionen och slutsatsen av studien. Utöver detta samlades även primära källor in (t.ex. akademiska tidskrifter) för att åstadkomma ännu större bredd. Detta samlades in på samma sätt som för de sekundära källorna men även Emerald Insight användes i detta fall. Med hänsyn till att Funder är relativt nya på marknaden fanns det en risk i att den data som samlats in via litteraturinsamling inte var kopplad till Funder, utan i detta fall var det generell data gällande de aktuella fenomenen för rapporten. Som nämnt tidigare användes olika sökord för att åstadkomma relevant forskning. Dessa sökord användes både på svenska och engelska för att utöka chanserna till bättre sökträffar. Generellt användes ett kritiskt och objektivt perspektiv i samband med den datainsamling som genomfördes för att säkerställa att den litteratur som samlades in var relevant och trovärdig. Kombinationen av de ovannämnda metoderna användes för att skapa goda förutsättningar för nyanserad analys för att slutligen kunna skapa en god grund för att svara på forskningsfrågorna.

## 4.2 Urval

Denna studie baserades på två olika typer av urval där den första är studiens fallföretag som är verksamma inom roborådgivning och erbjuder denna tjänst på den svenska marknaden. Den andra delen av urvalet är utvalda deltagare som är anställda ledare från fallföretaget. Vidare ämnade denna studie sig till att enbart fokusera på affärsverksamheten mot privatkunder (B2C) och således inte studera de företagstjänster (B2B) som Funder erbjuder. Rapporten har även avgränsats till att enbart hantera detta fallföretag vilket innebär att data från andra roborådgivare inte har beaktats under studien.

### 4.2.1 Studiens fallföretag

Denna studie har baserats på ett svenskt finansbolag som erbjuder fondsparande på den svenska marknaden. Valet av denna bransch och fallföretag gjordes dels för att branschen har utvecklats snabbt och kraftigt under de senaste åren med intressanta forskningsområden. Fallföretaget har valts då de är verksamma inom ett av områdena som är relativt nyutvecklat på finansmarknaden. De ansågs vara ett lämpligt fallföretag då de var några av de första på svenska marknaden och har således en relativt god förståelse av marknaden jämfört med bolag som är nya och inte har samma erfarenhet. Urvalet gjordes i enlighet med “ändamålsenligt urval”, vilket enligt Palinkas m.fl. (2015) innebär att det fallföretag som valdes ut skulle passa bäst för studiens syfte. Fallföretaget ansågs vara lämpliga för studien då bolaget är verksam på finansmarknaden samt erbjuder roborådgivningstjänster i Sverige.

### 4.2.2 Studiens deltagare

De deltagare som ingick i denna studie var från studiens fallföretag Fundler och deltagarna var två nyckelpersoner som både skulle kunna ge insikter utifrån ett marknadsmässigt och generellt perspektiv. I detta fall har respondenterna varit VD:n Anna-Lena Wretman och marknadschefen Annika Javestad. Dessa personer ansågs vara nödvändiga för att kunna besvara studiens forskningsfrågor. Med tanke på att studien såg till roborådgivning och marknadsutvecklingen så har ledare valts som studiens deltagare då man ansåg att dessa individer skulle ge studien en väldigt generell och omfattande förståelse. Valet av respondenter valdes ut i samråd med en ledare från fallföretaget på samma sätt som vid valet av fallföretaget - ändamålsenligt urval (Palinkas m.fl., 2015). I detta fall innebar det att respondenterna valdes utifrån hur relevanta och lämpliga de var med hänsyn till forskningsfrågorna.

## 4.3 Intervjuguide

För att lyckas möta syftet med studien och således åstadkomma svar på forskningsfrågorna skapades en intervjuguide. I detta fall har man säkerställt att frågorna skulle vara ställda på ett öppet sätt för att få respondenten att svara väldigt omfattande. Ord som “varför”, “hur”, och “vilka” användes i frågorna för att skapa en chans till omfattande och nyanserade svar. Vidare var frågorna ställda på sättet att inledande frågor berörde fler frågor kring respondenten (bakgrund och lite om deras position på fallföretaget) medan de övriga frågorna berörde det aktuella ämnet för studien. Uppdelningen av frågorna var att man hade en del frågor som var



av typen "bakgrundsfrågor" och resterande frågor var av typen "investeringsrådgivningsfrågor". Intervjufrågorna var inte samma till de två deltagande respondenterna då man ville få ena respondenten att berätta mer om hur fallföretaget såg på fenomenet medan den andra respondenten önskningsvärt skulle svara på frågor kring hur marknadssituationen och dess trender såg ut. Konstruerandet av frågorna har gjorts med SWOT-modellen i åtanke för att kunna ställa nyanserade frågor som skulle leda till svar som skulle vara till stor användning för studien.

#### 4.4 Metodkritik

Intervjustudien var av kvalitativ karaktär vilket enligt Bryman (2018) kan påverka reliabiliteten och validiteten då företaget kan välja att inte dela med sig av all information som efterfrågas på grund bland annat sekretess eller andra faktorer.

Rapporten ämnar att enbart studera den svenska marknaden vilket innebär att resultatet enbart beaktar Sverige och den svenska marknaden. Studien hade således kunnat åstadkomma andra resultat om den hade utgått från andra länders marknader.

Vid jämförandet av avkastningen med ett jämförelseindex har ett konstruerat index använts för att skapa ett index som går att jämföra med Fundlers avkastning. Det har inte gått att genomföra en jämförelse med vanliga marknadsindex då dessa kan stå för andra risker. Detta innebär att indexet kunde ses som vinklat för att redovisa bättre resultat. Det var dock komplicerat att jämföra med andra index än det valda då detta jämförelseindex innehåller de marknadsledande bankernas jämförelsebara fonder vilket var ämnat att representera en likvärdig risknivå.

Det är likaså värt att nämna att det finns en viss problematik med att studien inte har baserats på fler än två deltagande vid intervjuer. Dock har studien hanterat detta genom att kombinera och jämföra intervjusvar med vad tidigare forskning poängterat.

#### 4.5 Kvalitetskriterier

Enligt Kvale och Brinkmann (2015) finns det vissa kriterier som bör beaktas vad gäller studiens forskningskvalitet och för denna studie är *pålitlighet*, *överförbarhet*, och *etik* tre viktiga aspekter att beakta. Vad gäller pålitligheten så menar Kvale och Brinkmann (2015) att

det är viktigt att visa vilka steg och antaganden som metoden har gjort. Detta skapar en möjlighet för läsaren att göra egen tolkning av tillvägagångssättet för att sedan göra bedömning huruvida studien och dess resultat är pålitligt eller inte. Detta är något som studien har beaktat för att åstadkomma ett pålitligt resultat.

Vad gäller överförbarheten så är detta något som kan ifrågasättas eftersom studien enbart baserades på två intervjuer. Något som hjälper överförbarheten för denna studie är att respondenterna kommer från skilda avdelningar från bolaget vilket ger två skilda synsätt på forskningsämnet. Detta gör att responsen som intervjuerna resulterar i - där det finns korrelation mellan svaren - kan överföras till marknaden gällande robotrådgivning som helhet. Vidare förklarar Kvale och Brinkmann (2015) att det är viktigt att ge läsaren en noggrann beskrivning av deltagarna och studiekontexten, något som denna studie har säkerställt.

Vad gäller etik så menar Kvale och Brinkmann (2015) att det är nödvändigt att uppnå något de förklarar som informerat samtycke. Detta innebär att man säkerställer att respondenterna skall vara väl informerade om studiens syfte och användningsområde. Detta är något som har säkerställts från första dialogen med fallföretaget. Vidare har man även presenterat för deltagande respondenter att de har eget val gällande anonymisering för att lyfta fram principen om konfidentialitet (Kvale & Brinkmann, 2015). Respondenterna har likaså blivit frågade om de önskat ta del av resultatet av studien.

## 5. Empiri

I detta kapitel presenteras empiriska data för studien som har struktureras genom områden som representerar de två genomförda intervjuerna. Under respektive underrubrik/presentation av intervjuerna så finns både bakgrundsfrågor och investeringsrådgivning uppdelade med följdfrågor från forskarna. Sista underrubriken presenterar data för Fundlers avkastning med jämförelseindex.

### 5.1 Intervju med Anna-Lena Wretman (VD Fundler) 2022-05-04

#### **Bakgrundsfrågor**

##### *1. Kan du berätta lite om dig själv och din bakgrund?*

- Jag har långt förflutet inom bank- och finansvärlden. Jag började 1988 inom sparbanken och jag tycker det är det här som typiskt beskriver mig. Utbildad ekonom på gymnasienivå, jobbat inom bank och finans i hela mitt liv men med digitala och teknikutveckling. Jobbade på IT-sidan på swedbank i nästan 12 år. Jag har också varit ute på kontorsrörelsen i Swedbank länge och framför allt har jag varit ansvarig för olika produkt- och verksamhetsområden, och avdelningar där jag varit med och byggt upp dessa. Så jag har jobbat med förändringsledning och utveckling av produkter och tjänster och också då team och människor naturligtvis. De senaste 10 åren har jag varit i dels ett stort IT-bolag CGI och gjort ungefär samma saker där jag också har varit ansvarig för tjänster mot banksektorn. Jag har jobbat på Riksbanken under ett och ett halvt år där jag var rådgivare. Jag var ansvarig för kontant- och betalningsenheten. Jag har också jobbat på Swish och var den som fick äran att, bolaget hade registrerats men man hade inga anställda utan man hade bankgirot som byggde upp denna tjänst men det fanns ju naturligtvis människor i bankerna och ett projekt som jobbade med Swish men jag fick uppdraget att bygga upp bolaget Swish. Så under fem år gjorde jag det. Jag gick från mig som anställd och ett antal konsulter (duktiga som har varit med länge) till ungefär 25-30 anställda om man räknar med några konsulter också. Och sedan 1 år tillbaka är jag då VD för fundler. Jag kom hit i en period när vi växte mycket som en organisation. Vi har tre tjänster som vi erbjuder marknaden: Vi har sparande inom investeringskonto. Vi har företagserbjudande där man i en kapitalförsäkring kan spara sin överlikviditet som företagare och man kan som privatperson flytta tidigare intjänad tjänstepension i den är fria flytträtten som öppnades upp för några år sedan. Vi har alltså tre produktområden och alla är prövade och fungerar bra så uppdraget nu är att skala upp och professionalisera organisationen, i en organisation som vuxit starkt under pandemin. Vi har satt upp en avledning för att hantera flytträtten för

pension. Denna går inte att göra helt digital. Finns inte incitament och det är så många delar som måste kontrolleras och att bygga detta helt digitalt är vårt och näst intill omöjligt just nu. Men det som är grunden i Funder är ju vår digitala investeringstjänst helt enkelt. Vi brukar kalla att detta är grunden/kärnan i bolaget men vi har även fantastiska kollegor som kan hjälpa till, vi har vår hybridmodell. En del studier har gjorts i världen på liknande företag som oss och de företag som har liknande hybridmodell, som har automatiserat och digitaliserat sin tjänst men där det fortfarande finns människor att prata med, har visat sig lyckats bäst när det kommer till tillväxt och liknande.

## *2. Varför grundades Funder?*

- Jag gör min vinkel på det och det är också en utav anledningarna till varför jag kom till Funder. Vår vision är att demokratisera investeringsmöjligheterna i Sverige. Vi vill ge fler möjlighet till personligt råd och stöd och hjälp gällande sparande. När Ulf grundade detta, (jobbade inom trading osv inom investeringsrådgivning och har även haft en privat rådgivningsfirma), men han insåg med sin gedigna bakgrund när han satt face to face med kund att det kommer över tid att vara svårt att skapa tillräckligt bra avkastning i framtiden så att kund, rådgivare och bolaget ska ha nytta och att det blir lönsamt. Utrymmet från avkastning och alla kostnader som staplas på varandra nu med alla nya regelverk som kommer nu, det blir för lite pengar kvar. Det kommer inte bli en lönsam affär och man måste kunna göra detta på ett annat sätt för att få det att bli lönsamt. Man måste alltså ta bort några parter men man kan inte ta bort bolaget eller kunden och då måste man ta bort rådgivaren. Alltså underförstått, digitalisera så mycket som möjligt av det jobb som rådgivaren gör så det blir effektivare och att varje rådgivare - digital eller fysisk - kan serva fler. År 2014 hade det kommit några bolag som var snarlika oss i USA som hade fondrobotar och Ulf insåg att det nästan inte fanns några i Sverige eller i övriga Europa. Han klurade fram ett knep där han ville åstadkomma ett erbjudande och ett sätt hjälpa kunden att investera i fonder då det är en naturlig riskspridning på ett sätt där du har en helt konkurrenskraftig avkastning. Det andra är att digitalisera alla moment som går och det är möjlig tack vare BankID för genom att identifiera kunden vilket är en av de viktigaste sakerna som rådgivaren gör när det gäller att uppfylla alla regelverk som finns inom investeringsrådgivning. Man måste veta allt som är relevant om kunden för att som rådgivare kunna ge denna kund råd som blir helt rätt. Många av dessa frågor går att digitalisera, vem kunden är går att identifiera men sedan fyller kund i frågor om sig själv och sitt sparande med mera. Så detta var en datainsamling av kund som var enkelt att digitalisera. Sen finns det en andra delar som är lite svårare och det handlar om

att man måste ta reda på kundens riskprofil och riskvilja och det handlar om att, vad sparar man till, och hur hög risk är jag beredd att ta. Detta var också något som var relativt enkelt att digitalisera. Allt detta gick att paketera och detta gjorde Ulf så tidigt satte man ihop en tjänst som mot ut mot kund gick igenom flödet plus att Ulf med team satte ihop portföljer med fonder. Man väljer ut fonder som gör att de presterar riktigt bra och man kan läsa om de olika avkastningarna på vår hemsida där man kan se hur vi förhåller oss till en benchmark som har samma typ av sammansättning och samma risk och det ser bra ut där vi är bäst i klassen i nästan alla våra portföljer och har varit detta under en lång tid. Vi byggde en web-app och en mobil-app, dels för att on-boarda kunder, men även för att få kunder att börja spara. Den effektivisering som uppnås genom att digitalisering och automatisering kommer kunden tillgodo. Det finns systemstöd för rådgivare tidigare men nu har vi digitaliserat och automatiserat och flyttat den upplevelsen närmast kunden, det är kund som upplever digitaliseringen, man har alltså kapat de arbetsintensiva moment som rådgivaren gör. När det gäller investeringssparkonto så kan man göra detta fullt ut. När det gäller kapitalförsäkring så kan man göra det nästan fullt ut och när det gäller pensionsflytt så har vi några moment där rådgivaren måste involveras men har ändå digitaliserat allt som går. Detta gör då att vi kan hålla ett lågt pris.

### **Investeringsrådgivningsfrågor**

*3. Hur ser investeringsrådgivningsprocessen ut när det kommer till robotrådgivning? Berätta även om hur ni sätter ihop era fondportföljer.*

- Vi har ju pratat lite om detta tidigare men om man tänker sig investeringsprocessen så kan man säga att denna består av fyra moment. Det ena är hur vi väljer ut fortföljer, där vi har ett antal kriterier för hur vi väljer ut portföljerna. Detta är reglerat hur man gör eftersom vi inte har egna fonder utan vi säljer andra fonder och har då alla världens fonder att välja mellan. Vi använder oss av Morningstar. Sen har vi satt upp kriterier som ska passa våra kunder och våra segment. Det är det att vi kollar på risknivå som de här olika fonder har (1-7 där vi ligger mellan 2-5 på denna risk-skala), vi vill även ha låga avgifter mot kund och kund betalar en förvaltningsavgift till oss men betalar alltid för de fonder som vi köper andelar i åt kunden. Då väljer vi ut fonder som ger låg totalkostnad som ska understiga 1% men gärna 0,5% om det är våra indexfonder. Vi tittar även på hur fonderna har utvecklats historiskt. Vi väljer också ut fonder som har likviditet som handlas ofta så vi inte hamnar i ett läge där en fond inte går att sälja för att undvika att kunderna ska bli inlåsta.

Den andra delen är då att vi onboardar våra kunder. Ladda ner app där man registrerar sig och bekräftar sig som användare. Sen väljer kund sparmål och placeringshorisont baserat på risknivå. Antingen gör man detta själv (execution only), dvs att vi hjälper enbart kunden med att exekvera kundens order. Det andra är att man hjälper investeraren där de fyller i information om kund (Kundkännedom - KYC). Där får kund möjlighet att svara på frågor om hemvist, medborgarskap, vart kommer kundens pengar ifrån och sådana saker. Här säkerställer man rätt risknivå på kund och att alla penningtvättskontroller är genomförda.

Därefter ges förslag av fonder till kunderna där man då erbjuder de åtta fondportföljer som vi har baserat på risknivå. När detta är klart sen så signerar kunden och kopplar sitt bankkonto till detta (vi vet att detta är bra för penningtvätsregler). Man kan både swisha men även sätta över pengar via banköverföring. Här skrivs alla avtal så att säga. Kostar inga pengar utan man skapar bara konto, det är först när kund har satt in pengar som avgifterna kommer.

Sen kommer det tredje steget som är att kunder som sätter in pengar och väljer att placera dessa i några av våra portföljer så kommer vi att titta på era portföljer unikt på individnivå utifrån vad som händer på marknaden. Om det händer saker på marknaden och de underliggande fonderna som göra att ni glider er risknivå så föreslår man ett nytt investeringsrådgivning för att eventuellt ombalansera sitt sparande. Detta moment är själva "roboten", där vi konstant rådgiver kunderna och att vi hela tiden informerar och säkerställer att kunden är rätt balanserad i sin portföljer.

Det sista steget är att de köp- och säljorder som kommer till och måste exekveras på börsen. En del saker handlar vi direkt mot börsen, alltså de här ETF:erna (Exchange-traded funds) och ibland så handlar vi direkt av fondbolagen. Även detta är något vi har automatiserat och digitaliserat så det är få manuella inslag idag i denna process.

När det gäller hur vi beräknar själva risknivåerna så har vi några algoritmer som vi satt upp. Detta är algoritmer som styr hur mycket en specifik portfölj får "glida" innan vi gör någonting. Framöver kan man tänka sig att kunderna kommer göra detta själv. Grunden för roborådgivning är lagd men det finns oändligt mycket mer att göra inom det här området.

#### *4. Hur såg investeringsrådgivning ut innan robotrådgivning?*

- Investeringsrådgivning och kapitalförvaltning skulle jag säga är typiskt något där man alltid träffat någon person. Dels var det avancerat förr för folk att förstå investeringar och man behövde någon som kunde förklara. Då dök dess rådgivningsfirmor upp och i takt med att man såg att kunden fick avkastning så gick det således också bättre för rådgivaren. Förr gav rådgivare råd för att få extra tick och rådgivarna valde att spara i fonder som var gynnsamma för sig själva och inte kunden på samma sätt. I takt med detta dök det upp regleringar och då staplade man lagar och regler på varandra för att säkerställa att rådgivaren gav råd till kunden som var rätt för den enskilde kunden. Det finns fortfarande tveksamheter i branschen och framför allt så skulle jag vilja säga att det här bekymret om att rådgivaren också får provision från dem finansiella instrument och företag som man ger råd om och inte bara från kunden är ett bekymmer. Jag tror att alla större investeringsrådgivningsbolag inser att - för trovärdighetens skull - komma bort från provision, kick-backs som är väldigt omdiskuterat och vi måste säkerställa att rådgivaren alltid gör det som är bäst för kunden. Jag tror att den utveckling som har funnit i branschen har skapat de problem vi sitter i och jag tror att alla måste inse att vi måste vara helt oberoende, vi måste säkerställa att man gör det rätta för kunden, och vi måste digitalisera då det är för dyrt för rådgivarna att genomföra sitt arbete då det är för dyrt då det är för mycket kontroller. Sen, vad är det som säger att en människa emellan är bättre att göra kontrollen än en robot? I vissa fall är det så att en maskin är bättre. Så, det har varit helt fysiskt tidigare som vi nu försöker transformera. Jag tror vi har sett den första setupen just nu men nu har vi i stort sett automatiserat det som fungerar manuellt. Nu tror jag vi behöver använda tekniken framåt för att göra det på ett annat sätt.

#### *5. Hur tror du investeringsrådgivning kommer se ut i framtiden om ungefär 10-15 år? Tror du det kommer finnas andra sparformer?*

- Jag tror att det finns två starka trender. Det ena är att människan blir mer intresserad av investeringar. Jag tycker detta är bra då jag anser att alla förtjänar en chans till ett sparande som växer med tiden som inte bara är ett sparkonto. Ta situationen som råder just nu, när inflationen är hög minskar bara pengarna. Jag tycker också att vi måste erbjuda det på ett sätt så att folk förstår. Det finns ett större behov i både vägledning och verktyg i takt med att det blir alltmer intressant att investera. Man måste kunna ge vägledning och erbjuda verktyg till alla kunder oavsett vilken erfarenhet denne besitter. Vi har typiskt Avanza och Nordnet där man som kund får handla mycket själv där kunden är mer aktiv själv, sen har dem såklart andra saker också att erbjuda men de har en plattform där man kan handla och hantera sina

portföljer helt själv. Ser man i den andra änden av kunderna som inte är lika aktiva men som förstår att man måste våga ta lite risk för att få något tillbaka är de som söker sig till oss och motsvarande konkurrenter. Nu pratar vi just fonder för det är ganska enkelt och det innebär mindre risk genom att sätta ihop egna aktieportföljer men dem finns också. Vi har andra typer av plattformar där man både kan skapa egna fondportföljer som vi gör men även lägga till aktier, så det börjar ju dyka upp digitala stöd för kunder som sagt, allt från de som kan allt själv till de som behöver stöd, och jag tror detta kommer fortsätta. Jag kan väl säga som så här, rent tekniskt så spelar det ju ingen roll vilka instrument man stoppar in i en sådan här portfölj. Nu råkar det vara fonder, det skulle kunna vara precis vad som helst. Alltså jag menar tekniken och grunden och bygga det här, se till sen att du har ett värde för en kund och sedan kunna bevara det värdet utifrån vissa algoritmer från börserna och hur marknaden rör sig. Detta är ju ingen rocket science i sig när man har byggt det. Sen finns det komplexitet som man behöver hantera beroende på vilka instrument man stoppar in. Rent tekniskt så fungerar det ombalanseringsmässigt men hur fungerar det för en kund som inte är så insatt i det?

Följdfråga från forskare: *Vad tror du själv om detta?*

Jag tror att vi har sett början på det och att vi kommer få se mycket mer. Jag tror att det kommer komma många olika typer av verktyg, till exempel ”gör-det-själv” och få lite hjälp. Det är klart att alla banker och rådgivningsbolag har jättebra system kring det här men vi har ju aldrig låtit dessa synas ut till kund. Så att fortsätta digitalisera och nå ut ända till kund är det enklaste, det svåraste är att få kunderna att förstå och kanske att nå ut till de som är passiva idag.

Den andra aspekten är just digitaliseringen. Systemen har funnits på bankerna men vad vi ser nu när man tittar på till exempel fintech-bolag så har det ju varit digitalisering på creditsidan, legal, försäkringar osv. Kapitalförvaltning är nog senast ut då det innefattar så otroligt omfattande regelverk men även för att de finns en så starkt cementerad affärsmodell och tradition att rådgivning sker av en person. Jag tror det vi ser nu är att kapitalförvaltning och investeringsrådgivning är senast ut på bollen att digitalisera och det är ganska nytt ändå, det är bara 5–6 år skulle jag säga. Så därför tror jag det kommer komma ännu mer framåt, vi har bara sett början.



## 6. Hur ser genomsnittskunden ut?

- Jag brukar säga att vi ska bygga ett Swish för investeringar. Vi vill att detta ska vara ett verktyg som alla kan använda oavsett mängd pengar, hur mycket tid man har, osv. Vi riktar oss såklart mot hela Sveriges befolkning men om man ser till de kunder vi har idag så tror jag att typiskt är att vi har några som gärna vill göra mycket själva som ofta även kommer med mycket tips och idéer, lite som early adopters kan man säga. Dessa personer sitter typiskt in engångssummor skulle jag säga och ser detta lite ett sätt som att utvärdera annat också benchmarkar dem detta mot andra eller sig själva. Sen finns det andra kunder om man fortsätter prata ISK så har vi många yngre som vill komma igång med sparande och då gör man typiskt månadsinsättningar. Där har vi en stor andel av våra kunder som faktiskt månadssparar. Jag skulle säga att det är typiskt dem två typerna. Vi har försökt rikta oss mot olika segment på olika sätt i olika annonseringar. Ett typiskt exempel var kvinnor i 40–45 års åldern då vi vet att från undersökning att kvinnor investerar mindre än män, kvinnor har en tendens att ha sina pengar på sparkonton och inte på börsen, kvinnor upplever att de har sämre kontroll på sin ekonomi. Så naturligtvis ser vi till marknadsundersökningar för att lyckas få in fler nya kunder.

Sen vad gäller pensionsflytt och pensionspengarna så är runt 45–50 årsåldern och ibland lite äldre som är vanligast i detta fall. Det vi gör är att erbjuda en gratis pensionsanalys. Vi hjälper dem att titta på den pension de har tjänat in. Vi får fullmakt och tittar på kundens totala intjänade pension och vi ser då vad de har placerat i, vad de har för avkastning, och vad de har betalat för det. Jag kan säga som såhär att det inte är svårt att få dem att flytta på pengarna då det är många som inte har en aning om hur mycket de har sparat och vad de har sparat i. Vissa betalar höga avgifter för detta utan att de har en aning.

## 7. Vilka är era största utmaningar?

- Det är att nå ut till kunderna och att få de som har ett sparande idag förstår att du inte behöver göra ett aktivt val. Antingen att du löpande förvaltar och ser över dina investeringar eller om du behöver hjälp. Man behöver även försöka förklara för människor att investeringsrådgivning inte bara är för förmögna då det finns verktyg för andra trots att man inte har 5 miljoner på kontot. Även att nå ut till de som inte är frälsta är också en utmaning.

Sen finns det två saker till som jag tänker på om man kollar lite mer på Funder och konkurrenter. Det ena är att konsumtionstrenden är ett hot. Idag konsumerar vi hellre och det

är nästan så att man konsumerar framtidens lön med dagens tillgång till krediter. Alltså, det är ett hot mot oss att man hellre konsumerar än att spara pengar till framtiden eller till något annat. Det andra är spelandet, man väljer att spela bort pengar i stället för att investera. Kalla det konkurrenter eller hot.

**8. Är det något övrigt ni önskar tillägga?**

- Nej.

## 5.2 Intervju med Annika Javestad (Marknadschef Funder)

2022-04-25

### **Bakgrundsfrågor**

**1. Kan du berätta lite om dig själv?**

- Absolut. Jag är marknadschef på Funder sedan hösten 2019. Jag har drygt 15 års erfarenhet av olika marknadspositioner inom finans, bland annat Swedbank, Entercard, och Nordnet men under de senaste 5 åren har jag jobbat inom olika startup-bolag där då Funder är det senaste. Det har varit fokus på framför allt investeringar, både genom peer-to-peer lending och robotrådgivning.

**2. Vad har du för ansvarsområden?**

- Mina ansvarsområden på Funder är allting som är varumärkesrelaterat, allt som syns utåt, både varumärkesprofilering, PR till taktisk marknadsföring till performance marketing.

### **Investeringsrådgivningsfrågor**

**3. Hur ser marknaden ut gällande konkurrenter?**

- Det finns antal konkurrenter på den svenska marknaden. Den här typen av investeringstjänst är väletablerad utomlands, både i Tyskland och övriga Europa, men även i Storbritannien och USA. Där är det på ett helt annat sätt där det finns ett annat förtroende för investeringstjänster och digitalisering än vad det finns i Sverige. Vi är ju väldigt trygghetssökande i våra investeringstjänster och det är därför som storbankerna fortfarande har en sådan stark position och roll på svenska marknaden. Vi är benägna att gå på trygghet eller förväntad trygghet snarare än att kolla på vad ger den här tryggheten i form av avkastning? Även vad den kostar. Så konkurrens finns absolut, både i Sverige och internationellt. Konkurrens är bra för oss, dels för att vi tillsammans bygger en medvetenhet om digital rådgivning. Jag, mina kollegor,

och troligtvis alla våra konkurrenter är nog överens om att detta är sättet att investera på så småningom framåt. Sen skulle jag säga att den svenska och den internationella marknaden så finns det utrymme för Funder, konkurrenter och troligtvis ännu fler aktörer. Investeringsmarknaden är så pass stor och den lilla andel som digitala rådgivningstjänster har idag är liksom försvinnande liten. Det finns en jättemarknad och det finns utrymme för konkurrensen både för oss och för våra medaktörer. Jag skulle dock säga att den viktigaste konkurrensen för oss här i Sverige är just konsumenternas osäkerhet kring alternativa investeringsformer än just storbanker och bankkonton, så både en viss okunskap men även brist av insikt i vad det innebär, både vad man betalar för men även vilken kvalité man får.

Följdfråga från forskare: *Vilka är era största konkurrenter idag?*

De största konkurrenterna inom digital rådgivning är Lysa och Opti. Sen har vi etablerade plattformar för fondhandel som Sigmastocks. Sedan har vi såklart storbankerna eftersom de sitter på kundernas pengar idag så de blir ju också en form utav en konkurrent.

#### *4. Hur är inställningen till robotrådgivning sett till den svenska marknaden?*

- Kännedomen ökar för varje år och de gör löpande undersökningar om kundernas kännedom kring fondrobotar. Betydande andel svarar att de vet vad det är sen vet man inte vad de anser vara en fondrobot men vi måste sätta oss i det facket. Samlingsnamnet är fondrobot och det är det vi behöver jobba med. Andelen som säger att de vet vad fondrobotar är har ökat med 15% på två år men sen är andelen som använder fondrobot relativt låg trots att det blir alltmer vanligt. Jag tror att i takt med att hela samhället digitaliseras, vi ser fler digitala tjänster just inom de flesta marknaderna, vi har väletablerade verktyg för att legitimera sig genom BankID osv, och i takt med detta kommer man se en ännu större ökning av denna typ av tjänster. Jag tror att det kommer bli en exponentiell ökning de 10-15 åren.

Vi ser att flödet av nya kunder och intresset för våra tjänster har ökat. Det är en helt annan volym på både trafik till Funder men även nya aktiva kunder som använder tjänsten om man ser tillbaka 2-3 år sedan. Vad gäller kunder så har vi inget genomsnitt här, men vi har en diversifierad målgrupp, vi har både i yngre men också 65+ som är intresserade av våra tjänster. Sedan vill vi nå ut till breda massan, vi vill nå de som sparar idag, som investerar, men som vill få bättre insikt i hur man sparar till bättre säkerhet, lägre kostnad, osv. Vi rör sig mot kunder med etablerat sparande, sparande till barn, bostadssparande, osv, men vi tar inte

på oss ansvaret att utbilda om vikten av att spara men vi vill nå alla som på något sätt investerar idag.

*5. Ser ni några marknadstrender? Hur tror du framtida investeringsrådgivning kommer se ut om cirka 5 år?*

- Ser man till beteendet internationellt så tror jag det finns en otrolig tröghet i Sverige, vi är väldigt trygghetströstande trots att vi är väldigt digitala. När det gäller att prata om våra pengar och investeringar så är man väldigt återhållsam i Sverige. Detta ligger oss lite i fatet, alltså att det är en längre transportsträcka i Sverige än internationellt. Men med det sagt så kommer det inte finnas några alternativ som kan ge lika låg avgift och förhållandevis bra riskspridning och därmed god möjlighet till god avkastning över tid. Den form av traditionell investeringsrådgivning som finns idag genom de stora bankerna har en helt annan kvalitet och inte all den precision som en fondrobot som Funder kan generera. Det är svårt att säga om detta kommer ta 5 eller 10 år men utvecklingskurvan kommer vara exponentiell och det är mycket tack vare den yngre generationen som kommer ta denna typ av investeringstjänster. Det kommer bli ett generationsskifte även hr.

*6. Vilka är era största utmaningar?*

- Rent i min roll, utifrån det kommunikativa, så är det tillit, alltså avsaknad av tillit. Det är ingen etablerad form av sparande idag vilket gör att det finns avsaknad av det förtroende till skillnad mot de traditionella aktörerna där rådgivning till exempel sker via face to face sparformerna. Det är en ny form av marknad nu, en ny form av tillit till den här typen av tjänst så att det är utmaning vi ser helt klart. Det rör sig både om att etablera ny typ av tjänst och varumärke, vi har inget stort och starkt bakom oss som på något sätt ger oss någon kredibilitet. Vi växer i princip organiskt baserat på det förtroende vi får från marknaden men denna tillväxt går snabbare och snabbare så man ser behov från de som är yngre, som går i bräschen och som förstår denna typ av sparningsform.

*7. Hur lockar ni nya kunder till Funder som är en relativt ny tjänst?*

- Givet de utmaningar vi har snackat om kring förtroende osv så handlar det om att försöka bryta det och möta kunden där vi vet att det finns en brist på förtroendekapital. Våra viktigaste kanaler där vi möter nya kunder är PR, vi försöker att synas mycket utåt genom att andra skriver om oss. Vi jobbar mycket med väletablerade samarbetspartners, till exempel börskollen. Vi samarbetar också med bra investeringsprofiler. Alltså, att få andra med högt

förtroende att prata om denna typ av sparande är viktigt och att samarbeta med folk som är väl insatta i hur investeringar fungerar och att dessa blir som en förlängd arm för att prata om digital rådgivning och i synnerhet då Funder som fondrobot. Sen är de som redan är väldigt intresserade användande av Funder men även alla andra möjliga konkurrenter. I detta fall använder vi oss av traditionella annonser men även mycket Googles ADS, det vill säga plocka upp den trafiken som är intresserad av den här formen av förbättrad alternativ för investeringar med just låg avgifter och bra riskspridning.

**8. Ser ni en stor skillnad på era kundsegment? Har ni strukturerat upp kunderna på något sätt utifrån några kriterier eller liknande?**

- Det går inte att värdera våra målgrupper utifrån demografiska aspekter. Det är ofta ett intresse och kunskapsnivå, samt önskan av någon form utav vägledning i sin investeringsvilja som gör att man blir kund hos Funder. Sen kan man ha olika syften, vissa buffertsparar, sparar till pension, barnsparande, osv., och detta är ju såklart drivet utav vilken fas i livet som man är i men här är det liksom väldigt jämnt fördelat. Beteende varierar också, om man är ung kanske man inte sparar lika mycket som en person över 40 års ålder som har både har kapitalet men även förståelse och insikten i sparande. Sen ser vi – trots att jag inte vill gå in på demografiska fakta – att våra kunder befinner sig i väldigt stora utsträckningar i de större städerna som Stockholm, Göteborg, och Malmö med omnejd, och sedan lite mindre i andra delar av landet och detta kan man ha olika teorier om vad detta beror på man jag tror att det handlar om att man inte har riktigt samma relation till en bankkontakt som i de mindre städerna. Man är mer benägen att testa och det finns ett större urval i de större städerna så man kan välja själv. Man är inte lika lojal men detta är inget som är bekräftat men det är en hypotes.

**9. Är det något övrigt ni önskar tillägga?**

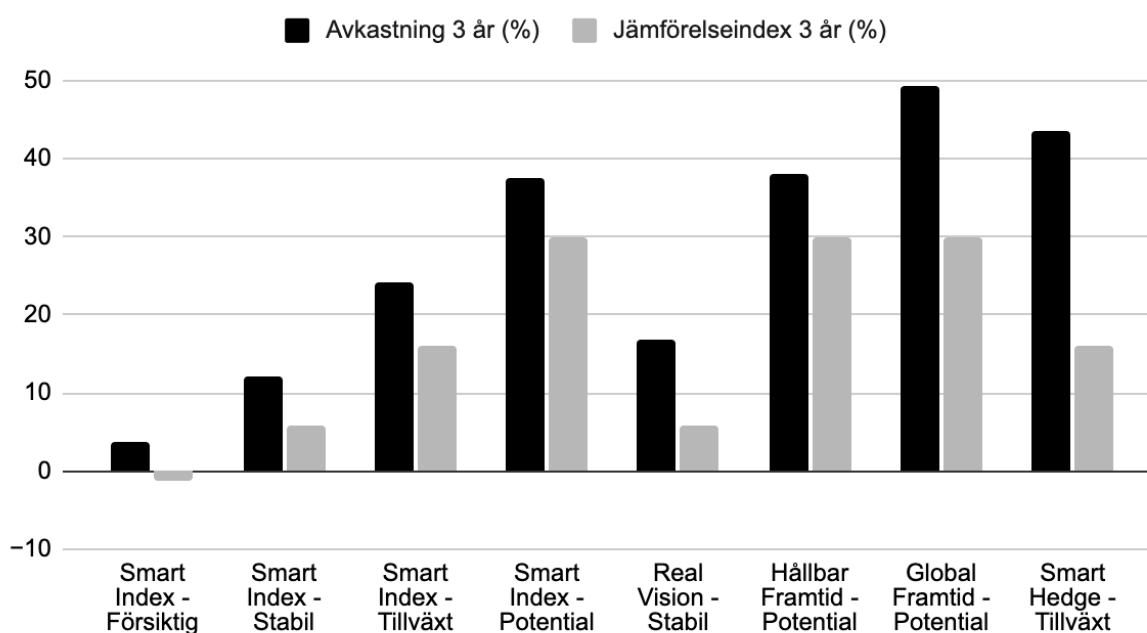
- Nej.

### 5.3 Fundlers fondavkastning

Funder använder både indexfonder och aktiva fonder i sina portföljer och eftersom det ofta visar sig att indexfonder presterar bättre än aktiva fonder med samma risknivå så har Funder gjort en annan jämförelse (Funder, 2021). I grunden är Funder en allokeringsförvaltning vilket innebär att de köper fonder som gemene man inte hittar lika enkelt som kapitalförvaltare (Funder, 2021). De med största andelen förvaltade allokeringspengar representeras av de fem svensknordiska storbankernas mixfonder (t.ex Nordea Investment Funds, Swedbank Robur Fonder, och Handelsbanken Fonder) och dessa har Funder jämfört sig mot med motsvarande risknivå (Funder, 2021). I figur 2 nedan presenteras Fundlers avkastning med jämförelseindex sett till de senaste tre åren. Innehållen av respektive jämförelseindex finns under Bilaga 1, 2, 3 och 4.

**Figur 2**

Funders avkastning de senaste 3 åren i kontrast med jämförbara index under samma period (Funder, 2021).



*Kommentar.* Jämförelsen är gjord mellan 2019-04-30 och 2022-04-30.

## 6. Analys

I följande kapitel kommer empirin analyseras där svar från intervjuer kommer analyseras och kopplas till bland annat vad tidigare forskning säger. Analysen kommer dessutom baseras på en SWOT-analys för att skapa större förståelse för vilka aspekter som påverkar bolaget och marknaden gällande robotrådgivning. Genom utförandet av denna analys skapar studien en god grund till att kunna dra slutsatser för att besvara forskningsfrågorna.

### **Styrkor (Strengths)**

Som tidigare nämnt i rapporten, både från tidigare forskning och från intervjuer, innebär robotrådgivning flertalet fördelar för kunder. Det finns en tydlig korrelation mellan tidigare forskning och intervjustudie gällande riskspridningen med en diversifierad portfölj. En modell erbjuds med en diversifierad portfölj med en bra riskspridning, både genom en valbar risk samtidigt som fondportföljerna i sig innehåller en mängd fonder för ökad riskspridning. Med hänsyn till att kunder har möjlighet att begränsa risk utifrån egen vilja så uppnår man trygghet och/eller ökad möjlighet till bättre avkastning vid val av en högre risknivå. Riskspridning är mycket viktigt för privatpersoner för att inte överexponeras mot eventuella brister i en investeringsstrategi. Det innebär också att avkastningen blir jämnare då specifikt underliggande värdepapper blir av mindre vikt för den totala avkastningen.

Både tidigare forskning och resultat från intervjuer poängterar att robotrådgivning erbjuder privata investerare en lösning för att hantera investeringar utan att mycket förkunskap om investeringarna måste erhållas för att göra informerade beslut. All denna kunskap kommer istället från roboten och rådgivaren som behandlar besluten. Vid jämförelse med den traditionella rådgivningen, som diskuterades under intervjuerna, så är traditionell rådgivning inte lika effektiv som robotrådgivning. Robotrådgivning identifierar trender betydligt enklare och snabbare än den traditionella rådgivningen och kan därför ge snabbare investeringsråd. Roboten står också för mycket av informationsbehandlingen som kommer från makroekonomiska trender och annan information om de fonder som fondportföljen består av. För den traditionella rådgivningen är all information väldigt tidskrävande att hantera samt det krävs en djupare förståelse inom området för att slutligen göra bra beslut. Detta innebär därför att roboten oftast kan göra snabbare och mer informerade beslut än vad en privatperson oftast kan göra. För kunder som vill ha en aktivt förvaltd portfölj blir detta en viktig punkt

då de inte själva behöver stå för dessa beslut. Fondrobotar kan därför erbjuda en attraktiv produkt för denna typ av kund.

Vidare erbjuder metoden en mer effektivt prissatt rådgivning än traditionell privatrådgivning - där personlig interaktion råder med rådgivare utan stöd från robot - då dessa oftast tar större arvoden för den aktiva behandlingen av investeringsrådgivning. Då roboten enbart investerar i fonder med avgifter under 1% får kunden också garanterat en fondportfölj bestående av fonder med en relativt låg avgift vilket är viktigt för att inte minska sin avkastning genom dyra fondavgifter. För privatkunder kan detta vara av stor vikt för att inte engageras i fonder med höga avgifter vilket sänker den totala avkastningen.

Som visat i Figur 2 kan man även se att Fundlers fondrobot presterar bättre än jämförelseindex för alla av bolagets fonder vilket representerar en god avkastning för kunder, oavsett val av fondportfölj. Detta resultat visar tydligt att fondroboten fungerar på ett effektivt sätt och kan göra rätt beslut när det kommer till att vikta om portföljen för att uppnå en god avkastning sett till portföljens risknivå. Då avkastningen kan ses som det primära målet med ett fondsparande visar Fundlers fondrobot på att roboträdgivning kan erbjuda en bättre avkastning än vad ett jämförelseindex bestående av de marknadsledande storbankernas fonder kan erbjuda.

### **Svagheter (Weaknesses)**

När det kommer till svagheter med roboträdgivning blir de centrala frågorna kring den helt automatiserade delen av rådgivningen. Det finns en tydlig korrelation mellan tidigare forskning och resultat från intervjuer gällande tillit och förtroende. Om det inte finns en direktkontakt med rådgivare att tillgå så finns det risk för bristande förtroende från kunder. Detta kan vara kopplat till att kunder både vill ha fysisk kontakt med sin rådgivare då man hanterar kunders pengar, men även att roboten kan göra felplaceringar då algoritmerna inte är perfekta. Enligt tidigare forskning har det visat sig att algoritmerna kan vikta portföljerna fel och exponera kunder för en risknivå som inte är överenskommen. Dessa svagheter kommer från en okunskap om roboträdgivare då de inte funnits tillräckligt länge på marknaden för att nå ut till den breda massan och att de ekonomiska kunskaperna om dessa verktyg inte besitts av alla potentiella kunder. Funder erbjuder idag kontakt med rådgivare vilket kan mitigera risken för att kunder avråds från att använda tjänsten, men en viss brist i förtroende kan fortfarande uppkomma.



En annan negativ aspekt som robotrådgivning straffas av är den insyn som metoden erbjuder. Att investera i fonder minskar insynen i vad som faktiskt investeras i. Att sedan investera i en fondportfölj som hanteras av en fondrobot minskar insynen ytterligare. Kunder får svårare att se vad som faktiskt investeras i vilket kan orsaka orosmoment för kunder då de vill ha koll på vilka bolag som faktiskt investeras i. Nämnvärt är att det kan krävas en viss kunskap om olika typer av fonder för att kunder ska förstå hur deras pengar hanteras. Givet resultatet från intervjuerna så kan robotrådgivaren ge andra investeringsråd utöver enbart fonder. I sådant fall hade ställts ännu högre krav på den sparande gällande förståelse och tillit. Exempelvis kan räntefonder och ETF:er vara svåra finansiella begrepp att förstå för privatkunder vilket inte gör insynen i dessa bättre. Med andra ord, problemet som uppstår är att det rent tekniskt fungerar för roboten att ge råd baserat på andra instrument än fonder men frågan är hur kunder reagerar på detta som potentiellt inte är lika insatta ämnet och saknar kunskapen.

### **Möjligheter (Opportunities)**

Eftersom fondrobotar är relativt nya på den svenska marknaden erbjuder de flertalet möjligheter för framtiden. Den största möjligheten är storleken på marknaden. Kunderna beskrivs som alla mellan 18-65+ vilket utgör en mycket stor del av befolkningen. Det är också en målgrupp som har börjat investera mer de senaste åren vilket ytterligare stärker sparmetodens ställning på marknaden då marknaden konstant ökar och kunder söker sig till nya sätt att investera sina pengar. Att ta marknadsandelar snabbt kan vara ett bra sätt för bolaget att växa. För att åstadkomma detta ställs det högre krav på marknadsföringen för att nå ut till kunderna och för att skapa mer kunskap om tjänsten, men även vad den kan erbjuda kunderna.

I takt med denna utveckling är metoden också lätt att skala upp då allt görs digitalt och nya kunder inte kommer att kräva stora investeringar för att behandla en ökad efterfrågan. Denna teknik har kapacitet att generera stordriftsfördelar vid en ökad kundbas vilket ytterligare skapar incitament för aktörerna att driva denna teknik till kunder. Detta utgör en stor möjlighet för Funder då ett utökande av kunder bidrar direkt till en högre lönsamhet vilket också kan gynna kunder i längden då en eventuell minskning av avgiften kan vara möjlig. I och med den skalbara affärsmodellen finns även utrymme för att kunna erbjuda tjänsten till kunder i andra länder. En expansion till en internationell marknad ställer dock krav på att nya regelverk måste följas.

### Hot (Threats)

Fondrobotarna agerar på en konkurrenskraftig marknad där olika typer av investeringsmetoder erbjuds till kunder. Många kunder investerar idag aktivt genom olika nätmäklare och banker som erbjuder olika lösningar för investeringar så som aktier, fonder och andra värdepapper. Dessa kunder kan anses som mer aktivt investerande kunder men då dessa metoder erbjuder en bättre insyn och fler valmöjligheter konkurrerar de med fondrobotarna om marknadsandelar genom att erbjuda en annan typ av investeringsmöjligheter.

Regelverk och lagar är något som styr finansmarknaden i Sverige och dessa uppdateras konstant och utgör ett hot mot dessa typer av investeringsalternativ. Även skatteregleringar utgör ett hot i form av olika typer av kapitalskatt och ytterligare skatter på ISK sparande. Dessa hot kan minska attraktiviteten av ett investerade då det blir mindre lönsamt.

I figur 3 nedan presenteras de främsta och kritiska aspekterna för de styrkor, svagheter, möjligheter, och hot som har identifierats.

### Figur 3

Summerad SWOT-analys

<p style="text-align: center;"><b>Strengths</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mindre förkunskap krävs</li><li>• Informationsbehandling minskar</li><li>• Diversifierad portfölj</li><li>• Bättre avkastning än jämförelseindex</li><li>• Låga fondkostnader</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Weaknesses</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Låg/ingen personlig kontakt</li><li>• Informationshantering av robot</li><li>• Felplaceringar av robot</li><li>• Sämre insyn i investeringarna</li></ul>
<p style="text-align: center;"><b>Opportunities</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Stor marknad</li><li>• Alternativ för privatrådgivning</li><li>• Enkelt att skala upp</li><li>• Internationell verksamhet möjlig</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Threats</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Konkurrens från alternativa investeringsmetoder</li><li>• Regelverk och lagar kan förändras</li><li>• Förtroende för robot</li></ul>

*Kommentar.* Summerad SWOT-analys av robotrådgivning på den svenska marknaden.

## 7. Slutsats

Från studien kan man konstatera att det finns en möjlighet för robotrådgivning att ta stora marknadsandelar men att det kommer krävas ökat förtroende för robotrådgivning på marknaden. Då sparformen är relativt ny och kunder på den finansiella marknaden inte exponerats tillräckligt för robotrådgivning finns det fortfarande en aversion även om det går att bevisa att plattformen erbjuder en god avkastning sett till jämförbara index. Kunskapen om hur ett enkelt och effektivt fondsparande kan fungera för privatpersoner behöver kommuniceras till potentiella kunder, både de som redan idag investerar aktivt och nya kunder som söker lösningar för sitt sparande. För kunder som inte planerar att agera aktivt i ett investeringssparande erbjuder därför robotrådgivning en mycket attraktiv lösning då både kunskap och ett aktivt förvaltande i stället kan utföras av roboten för att skapa ett långsiktigt och hållbart sparande. Då denna målgrupp är mycket stor, och att fler och fler vänder sig åt finansmarknaden för att nå avkastning på sparade pengar, bidrar utvecklingen av robotrådgivning till ett ökat intresse och kunskap för investeringar. Med sin investeringsmetod erbjuder bolaget en låg avgift för rådgivning till en hållbar svensk finansmarknad där mer pengar kan tillföras den svenska finansmarknaden och investeringar kan göras i bolag, både i Sverige och internationellt. Kunder som inte väljer att aktivt förvalta investeringar och kunder som inte vill engagera sig aktivt i fondsparande kan anses som den primära målgruppen för robotrådgivning och det är mot dess kunder produkten för marknadsföras till.

Trenderna som har beskrivits i rapporten menar på att en utveckling av robotrådgivning i framtiden kommer att växa. I kombination med ökad kunskap om robotrådgivning och dess fördelar kommer också tilliten att öka för tekniken vilket i sig kommer att kunna generera fler kunder. Trenderna de senaste åren pekar på att fler är villiga att investera. Då många sökt sig till den svenska finansmarknaden på sistone visar detta på att intresset finns och även att eftersläpare kan övervinnas vid exponering mot dessa tekniker då de fortfarande utgör ett stort kundsegment.

Efter genomförd diskussion går det att dra slutsatser om att robotrådgivning kommer bli alltmer vanligt och i takt med att denna typ av rådgivning blir alltmer förekommande så kommer även fler kunder att välja denna metod för sitt fondsparande. Studien har däremot visat att den personliga/fysiska interaktionen emellanåt är nödvändig för tillit och förtroende,

och därför kommer framtida robotrådgivning eventuellt bestå av en kombination av ren automatiserad rådgivning med tillgång till personlig rådgivning.

## 8. Framtida forskning

För framtida forskning är en rekommendation att göra en analys av marknaden sett till konkurrenter, potentiella användare, och andra möjliga sparformer för att analysera hur kunder ser på investeringsformen. Detta skulle bidra till att få en bättre överblick över kunder och deras insikter och ställningstagande till robotrådgivning. Undersökningen kan då göras på kunder som idag använder sig av investeringsrådgivning, kunder som fondsparar individuellt samt kunder som inte fondsparar idag. En viktig aspekt av en sådan undersökning är att fråga potentiella kunder hur de värdesätter dialogen med en rådgivare för att fastställa om en hybridmodell av robotrådgivning och investeringsrådgivning är av värde för dem.

Ytterligare forskning skulle även kunna göras på övriga företag inom robotrådgivning för att inkludera fler företag och få en bredare insikt i marknaden vad det gäller konkurrens och appliceringar av robotrådgivning. Att genomföra en studie med fler intervjuer med personer från andra bolag hade varit ett bra komplement till denna studie för att kunna bekräfta att slutsatsen är korrekt men även om det finns några andra undermedvetna aspekter som bör beaktas.

# Referenslista

- Berger, R. (2015). *7 Robo Advisors That Make Investing Effortless*. Forbes. Hämtad 2022-04-01 från: <https://www.forbes.com/sites/robertberger/2015/02/05/7-robo-advisors-that-make-investing-effortless/>
- Blomqvist, P., & Hallin, A. (2015). *Metod för teknologer*. Studentlitteratur.
- Breman, A., & Felländer, A. (2014) *Diginomics - nya ekonomiska drivkrafter*. ekonomiskdebatt.
- Brenner, L., & Meyll, T. (2020). Robo-advisors: A substitute for human financial advice?. *Journal of Behavioral and Experimental Finance. Science Direct. Vol 25*.
- Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Upplaga 3. Stockholm: Liber
- CFI. (2021). *Industry Analysis*. Corporate finance institute. Hämtad 2022-04-25: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/industry-analysis-methods/>
- Day, M., Cheng, T., & Li, J. (2018). AI Robo-Advisor with Big Data Analytics for Financial Services. *International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining*. Spain.
- Fein, M, L. (2015). Robo-Advisors: A Closer Look. Hämtad 2022-04-06 från: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2658701>
- Fisch, J., Laboure, M., & Turner., J.A. (2017). The Economics of Complex Decision Making: The Emergence of the Robo Adviser. *University of Pennsylvania Law School*.
- Frey, C, B., & Osborne, M, A. (2013). The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerisation?. *Oxford University*.
- Funder (u.å.a). *Om oss*. Hämtad 2022-04-01 från: <https://funder.se/om-oss/>.
- Funder (u.å.b). *Fondrobot*. Hämtad 2022-04-01 från: <https://funder.se/fondrobot/>.
- Funder (2021). *Funder lanserar innovativa jämförelser för våra portföljer*. Hämtad 2022-05-19 från: <https://funder.se/blogg/funder-lanserar-innovativa-jamforelser-for-vara-portfoljer/>.

- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT Analysis: A theoretical review. *The Journal of International Social Research*, 10. Hämtad 2022-05-02 från: <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>.
- Humphreys, J. (2007). *Weakness or opportunity*. MIT Sloan Management Review. Hämtad 2022-05-02 från: <https://sloanreview.mit.edu/article/weakness-or-opportunity/>.
- Kenton, W., Scott, G., & Courage, A. (2021). *Strength, Weakness, Opportunity, and Threat (SWOT) Analysis*. Investopedia. Hämtad 2022-05-17 från: <https://www.investopedia.com/terms/s/swot.asp>.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund. Studentlitteratur AB. ISBN 978-91-44-10167-5
- Lantz, A. (2013). *Intervjumetodik*. 3:e upplagan. Studentlitteratur AB.
- Lui, A., & Lamb, G.W. (2018). Artificial intelligence and augmented intelligence collaboration: regaining trust and confidence in the financial sector. *Information & Communications Technology Law*, 27(3), pp.267–283.
- Manyika, J., Bughin, J., Lund, S., Nottebohm, O., Poulter, D., Jauch, S., & Ramaswamy, S. (2014). *Global flows in a digital age: How trade, finance, people, and data connect the world economy*. McKinsey Global Institute, New York. Hämtad 2022-04-04 från: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/global-flows-in-a-digital-age>.
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research. *Administration and policy in mental health*, 42(5), 533–544.
- Park, J., Ryu, J., & Shin, H. (2016). “Robo-Advisors for Portfolio Management”. *Advanced Science and Technology Letters* 141, 104– 108.
- Patel, R., & Davidson, B. (2019). *Forskningsmetodikens grunder - Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Studentlitteratur.
- Pensionsmyndigheten. (2018). *Robotrådgivare - en marknadsöversikt*.
- Pensionsmyndigheten. (2021). *Begränsad nytta med robotrådgivare*. Hämtad 2022-04-02 från: <https://www.pensionsmyndigheten.se/nyheter-och-press/pressrum/begransad-nytta-med-robotradgivare>

Pickton, D. W., & Wright, S. (1998). What's swot in strategic analysis?. *Strategic Change* 7, 101–109.

Pereira, L., Pinto, M., Lopes da Costa, R., Dias, Á., & Gonçalves, R. (2021). The New SWOT of a Sustainable World. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7 (1), 18. Hämtad 2022-05-05 från: <https://doi.org/10.3390/joitmc7010018>

Puyt, R. W., Lie, F. B., De graaf, F. J., & Wilderom, C. P. M. (2020). Origins of SWOT Analysis. *Academy of Management, University of Macedonia*. Hämtad 2022-05-03 från: <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2020.132>

Schuck, J. (2016). *Digitaliseringen kräver att företag vågar nysatsa*. Dagens nyheter. Hämtad 2022-04-02 från: <https://www.dn.se/ekonomi/digitaliseringen-kraver-att-foretag-vagar-nysatsa/>

Suh, B., & Han, I. (2002). “Effect of trust on customer acceptance of Internet banking”. In: *Electronic Commerce research and applications 1.3-4*, 247–263.

Unicef. (2015). *SWOT and PESTEL - Understanding your external and internal context for better planning and decision-making*. Hämtad 2022-05-03 från: [https://sites.unicef.org/knowledge-exchange/files/SWOT\\_and\\_PESTEL\\_production.pdf](https://sites.unicef.org/knowledge-exchange/files/SWOT_and_PESTEL_production.pdf)

Wallén, G. (1996). *Vetenskapsteori och forskningsmetodik (2 uppl)*. Studentlitteratur.



# Bilagor

## Bilaga 1: Innehåll av index Försiktig

Jämförelse Försiktig (mycket låg risk)	Viktning
Danske Invest Horisont Ränta	0,2
Handelsbanken Multi Asset 15	0,2
Nordea Stratega 10	0,2
SEB Strategy Defensive	0,2
Swedbank Robur Bas Ränta	0,2

## Bilaga 2: Innehåll av index Stabil

Jämförelse Stabil (låg risk)	Viktning
Danske Invest Horisont Balanserad	0,2
Handelsbanken Multi Asset 25	0,2
Nordea Stratega 30	0,2
SEB Strategy Balanced	0,2
Swedbank Robur Bas 25	0,2

## Bilaga 3: Innehåll av index Tillväxt

Jämförelse Tillväxt (medelhög risk)	Viktning
Danske Invest Horisont Offensiv	0,2
Handelsbanken Multi Asset 60	0,2
Nordea Stratega 50	0,2
SEB Strategy Defensive	0,2
Swedbank Robur Bas 75	0,2

## Bilaga 4: Innehåll av index Potential

Jämförelse Potential (hög risk)	Viktning
Danske Invest Horisont Aktie	0,2
Handelsbanken Multi Asset 100	0,2
Nordea Aktieallokering	0,2
SEB Strategy Growth	0,2
Swedbank Robur Bas 100	0,2