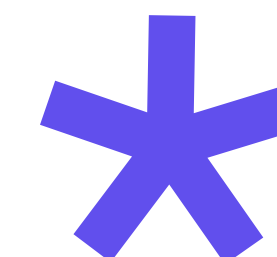


IDURA

B2B-undersøgelse i Danmark og Norge

Undersøgelsen er foretaget af Voxmeter for Idura
Juni 2026



Indhold:

Formål s. 3

Metode s. 4

Hovedkonklusioner s. 9

Resultater s. 11

Formål:

Undersøgelsen tager afsæt i et behov for at skabe et datadrevet grundlag for forståelsen af virksomheders håndtering af identitetsverifikation i kundekontakt. Undersøgelsen fokuserer på virksomheder med inbound kunde- og brugerdialog og beslutningstagere med ansvar for systemer og processer relateret til kunde- og brugerhåndtering og identitetsverifikation.

Formålet med analysen er at belyse, hvordan virksomheder håndterer identitetsverifikation i kunde- og brugerkontakt, samt hvordan dette varierer på tværs af markeder og brancher.

Metode

Dataindsamlingen er gennemført som en målrettet virksomhedsundersøgelse i Danmark og Norge blandt virksomheder og organisationer, der håndterer følsom data i forbindelse med kunde- og bruger-henvendelser, fx tele-, energi-, finans/forsikring-, hospitality-selskaber og offentlige organisationer.

Respondenterne er udvalgt blandt personer med helt eller delvist beslutningsansvar i relation til indkøb og implementering af løsninger til kundehåndtering og identitetsverifikation/sikkerhed, eksempelvis ledere inden for kundeservice eller IT.

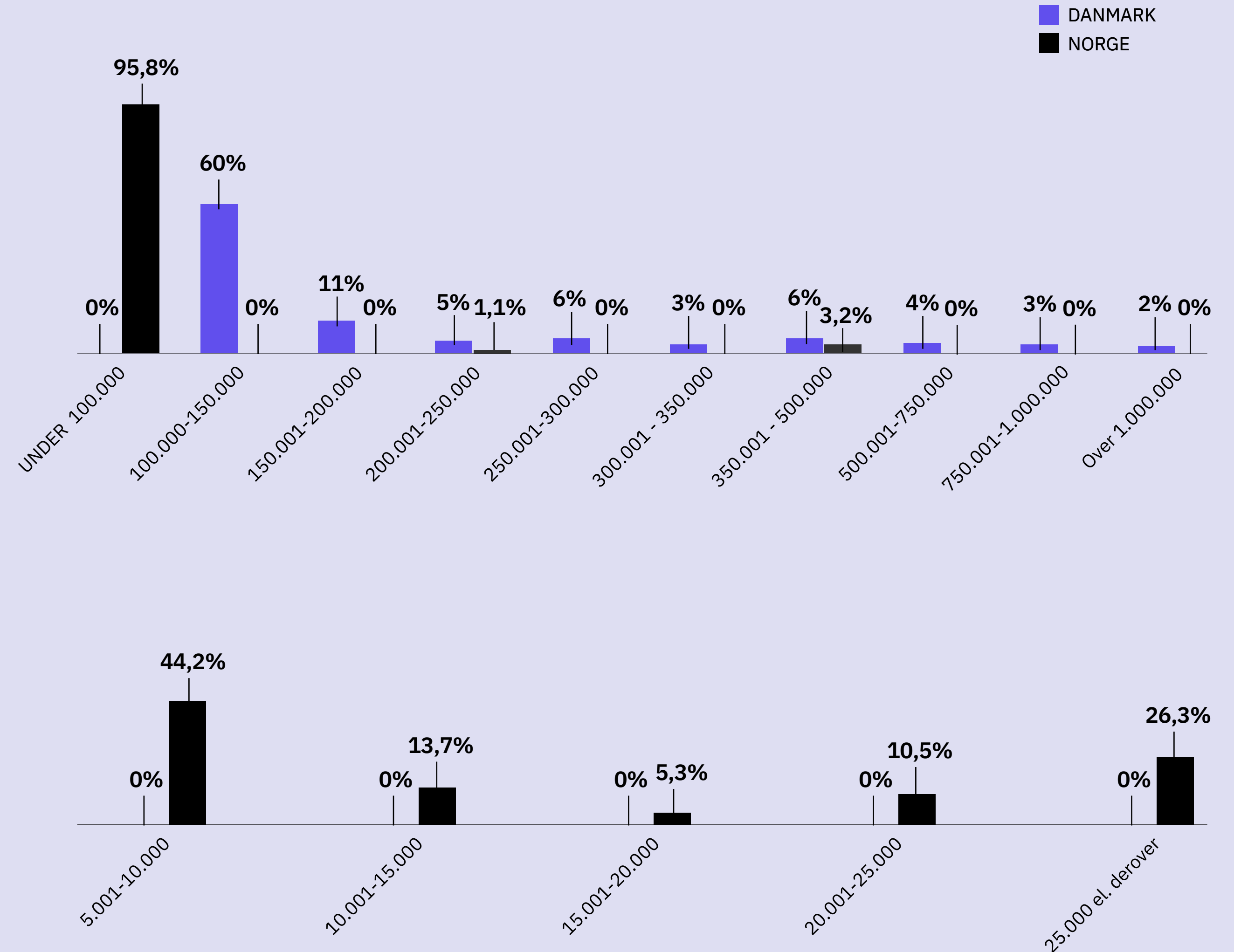
Den danske del af undersøgelsen er gennemført blandt virksomheder med mere end 100.000 årlige kundehenvendelser. Det viste sig imidlertid umuligt at gennemføre den norske del af undersøgelsen med et krav om minimum 100.000 årlige kundehenvendelser inden for undersøgelsens tidsramme. Derfor blev kravet til antal årlige kundehenvendelser sænket til minimum 5.000.

Respondentgrundlag i Danmark og Norge

I Danmark består respondentgrundlaget af virksomheder med mindst 100.000 årlige kundehenvendelser, og flest ligger i intervallet 100.000-150.000 henvendelser. En mindre andel har højere kontaktvolumener, og de danske respondenter fordeler sig herefter bredt på intervaller op til over 1 mio. henvendelser årligt. I Norge ligger respondenterne i højere grad under 100.000 årlige henvendelser, og blandt disse samler flest sig i intervallet 5.001-10.000 henvendelser.

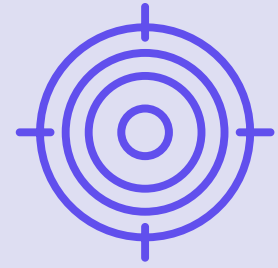
Forskellen mellem de danske og norske respondenter er vigtig at have in mente i læsning af undersøgelsens resultater, da den kan have betydning for eksempelvis variationen landene imellem i den gennemsnitlige håndteringstid og antal årsværk til håndtering af kundehenvendelser. Der blev ved undersøgelsens start ringet til danske og norske virksomheder ud fra tilsvarende samples, og her viste det sig langt sværere at finde norske respondenter, der havde minimum 100.000 årlige henvendelser. Det er dermed en erfaring fra undersøgelsen, at det er vanskeligere at finde virksomheder med et stort antal henvendelser i Norge end i Danmark. Det indikerer, at konklusioner om forskelle i omfanget af organisatoriske setups alligevel i nogen grad kan afspejle en forskel imellem landene.

Antal årlige kundehenvendelser på telefon og i chat inklusiv de kontakter, AI eventuelt håndterer.



Base: 100 respondenter i Danmark og 95 respondenter i Norge. Det øverste diagram viser den totale fordeling af respondenterne i Danmark og Norge, og det nederste udfolder fordelingen af de norske respondenter med under 100.000 årlige henvendelser.

Datagrundlag for undersøgelsen



Formålet er at skabe et datadrevet grundlag for forståelsen af virksomheders håndtering af identifikation og sikkerhed i kundekontakt.



Spørgeskemaundersøgelsen er gennemført med udgangspunkt i et spørgeskema udarbejdet i dialog mellem Idura og Voxmeter.



Data er indsamlet via telefoniske interviews (CATI).



I Danmark er undersøgelsen gennemført blandt virksomheder og organisationer med mere end 100.000 årlige henvendelser og i Norge blandt virksomheder og organisationer med mere end 5.000 årlige henvendelser.



Dataindsamlingen er gennemført i perioden fra den 10. marts 2026 til den 29. maj 2026.



Der er gennemført i alt 195 interview fordelt over 100 interview i Danmark og 95 interview i Norge.

Læsevejledning

Denne rapport præsenterer resultaterne af undersøgelsen med henblik på at belyse virksomheders håndtering af identifikation og sikkerhed i kundekontakt.

Resultaterne angives i frekvensdiagrammer opgjort i procent, som viser resultaterne fra Danmark og Norge adskilt. Procenter kan i enkelte tilfælde summere til mere end 100 % som følge af afrunding eller mulighed for flere svar.

I undersøgelsen er der indsamlet oplysninger om en række baggrundsvARIABLE blandt respondenterne: branche, virksomhedsstørrelse og region.

For at give branchekategorierne en størrelse, der kan bruges analytisk til nedbrud, er brancherne kategoriseret således: **Offentlig sektor** (Offentlig administration, Undervisning og Sundhed og socialvæsen), **handel, service og oplevelseserhverv** (kultur og fritid, hoteller og restauranter, handel, transport, rejsebureauer, rengøring og anden operationel service) og **specialiserede erhverv** (finansiering og forsikring, vidensservice, industri, energiforsyning, andre serviceydelser).

Alle spørgsmål i undersøgelsen er brudt ned på tværs af de indsamlede baggrundsvARIABLE, og alle nedbrud fremgår af de tilhørende tabelrapporter, som er vedlagt separat.

I denne rapport præsenteres nedbrud, hvor der er væsentlige signifikante forskelle i svarene. Der er fundet væsentlige signifikante forskelle i nedbrud på branche. De norske respondenter er imidlertid især placeret i den offentlige sektor, så baserne i de andre norske brancher er meget små til brug i branchenedbrud. Derfor præsenterer rapporten kun danske branchenedbrud. Præsentationerne af branchenedbrud har blå baggrund i rapporten.

Forskelle, der er statistisk signifikante, markeres med dette symbol: ⊗

Hoved- konklusioner

Hovedkonklusioner

Identitetsverifikation bygger primært på manuelle kontrolformer

Virksomhederne placerer typisk identitetsverifikation tidligt i kontaktprocessen, særligt ved kontaktens start. Undersøgelsen viser, at telefonen er den kanal, hvor virksomhederne har de mest etablerede og tydeligt beskrevne verifikationsprocesser. Her bruger virksomhederne især kontrolspørgsmål og CPR/fødselsdato. Resultaterne viser samlet, at identitetsverifikation i høj grad foregår telefonisk gennem kendte og manuelle kontrolformer.



AI spiller en begrænset rolle i kundeførelsen

Flest virksomheder svarer, at ingen af deres kundeførelser bliver håndteret af AI, og blandt de virksomheder, hvor AI indgår, bliver en del henvendelser fortsat eskaleret til personlig håndtering. Når det gælder identifikation eller verifikation af kunder i chatfunktioner, svarer mange virksomheder enten, at de ikke benytter chat, ikke ved hvordan kunden identitetsverificeres, eller at kunden ikke verificeres. Resultaterne viser, at AI fortsat spiller en begrænset rolle i kundeførelsen, og at identitetsverifikation i chatfunktioner ofte fremstår uafklaret.



Flere virksomheder oplever svindelforsøg i kundeførelsen

En betydelig del af virksomhederne oplever forsøg på svindel, social engineering eller andre uretmæssige forsøg på at få adgang til oplysninger. Samtidig viser undersøgelsen, at ansvaret for identitetsverifikation ofte er fordelt på flere afdelinger, og at mange virksomheder ikke kan oplyse et særskilt budget for området. Resultaterne peger dermed på, at virksomhederne oplever en konkret risiko for svindel, men at den organisatoriske forankring af identitetsverifikation er spredt eller uafklaret.

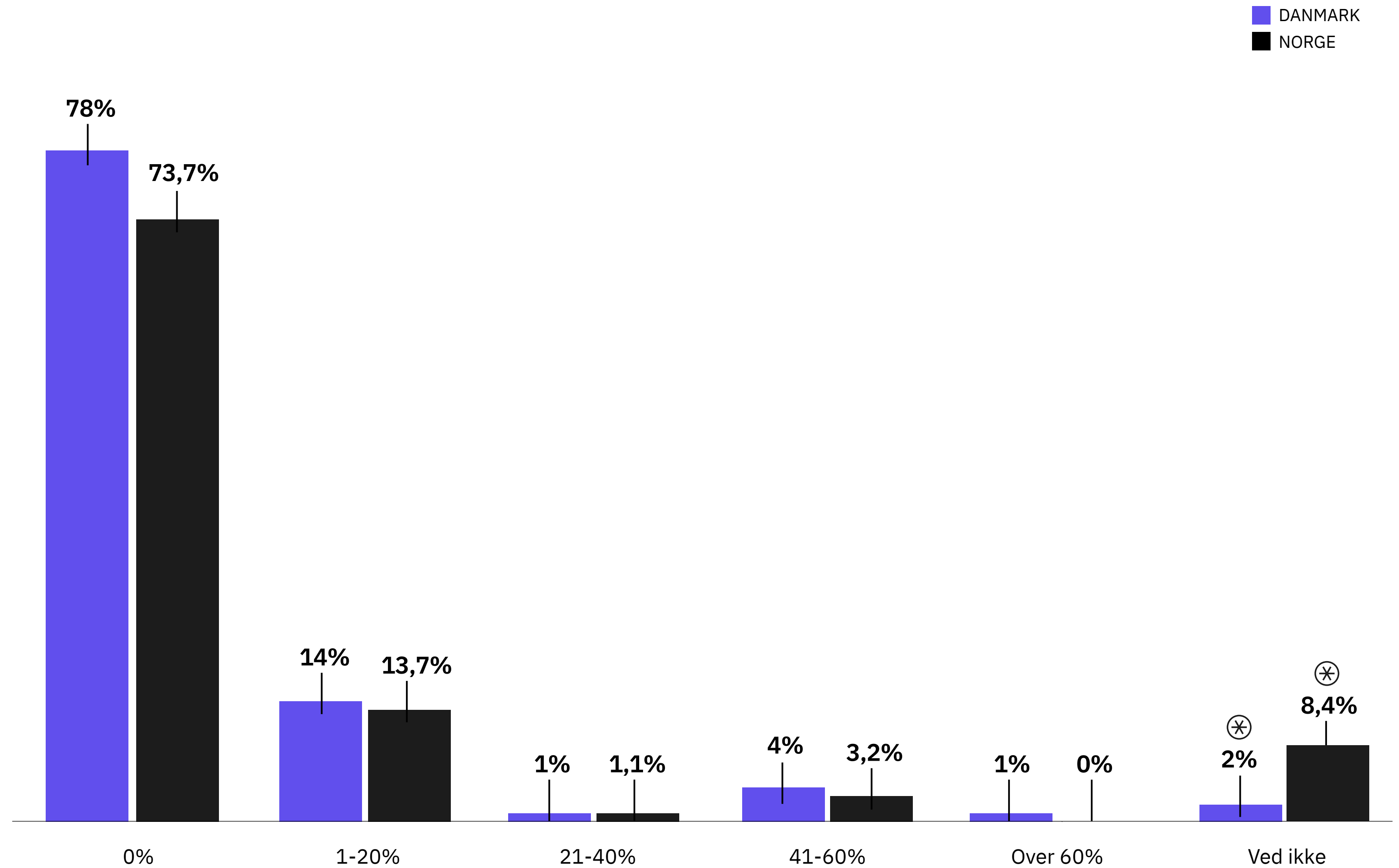


Resultater

AI håndterer kun en begrænset del af kundehenvendelserne

Langt de fleste angiver, at ingen kundehenvendelser håndteres af AI, mens en mindre andel angiver, at AI håndterer op til en femtedel af henvendelserne. Kun ganske få angiver højere niveauer. Svarene i Danmark og Norge ligger overordnet tæt, men Norge har en større andel, der ikke ved, hvor stor en andel af kundehenvendelserne AI håndterer.

? Hvor stor en del af jeres kundehenvendelser bliver håndteret af AI?

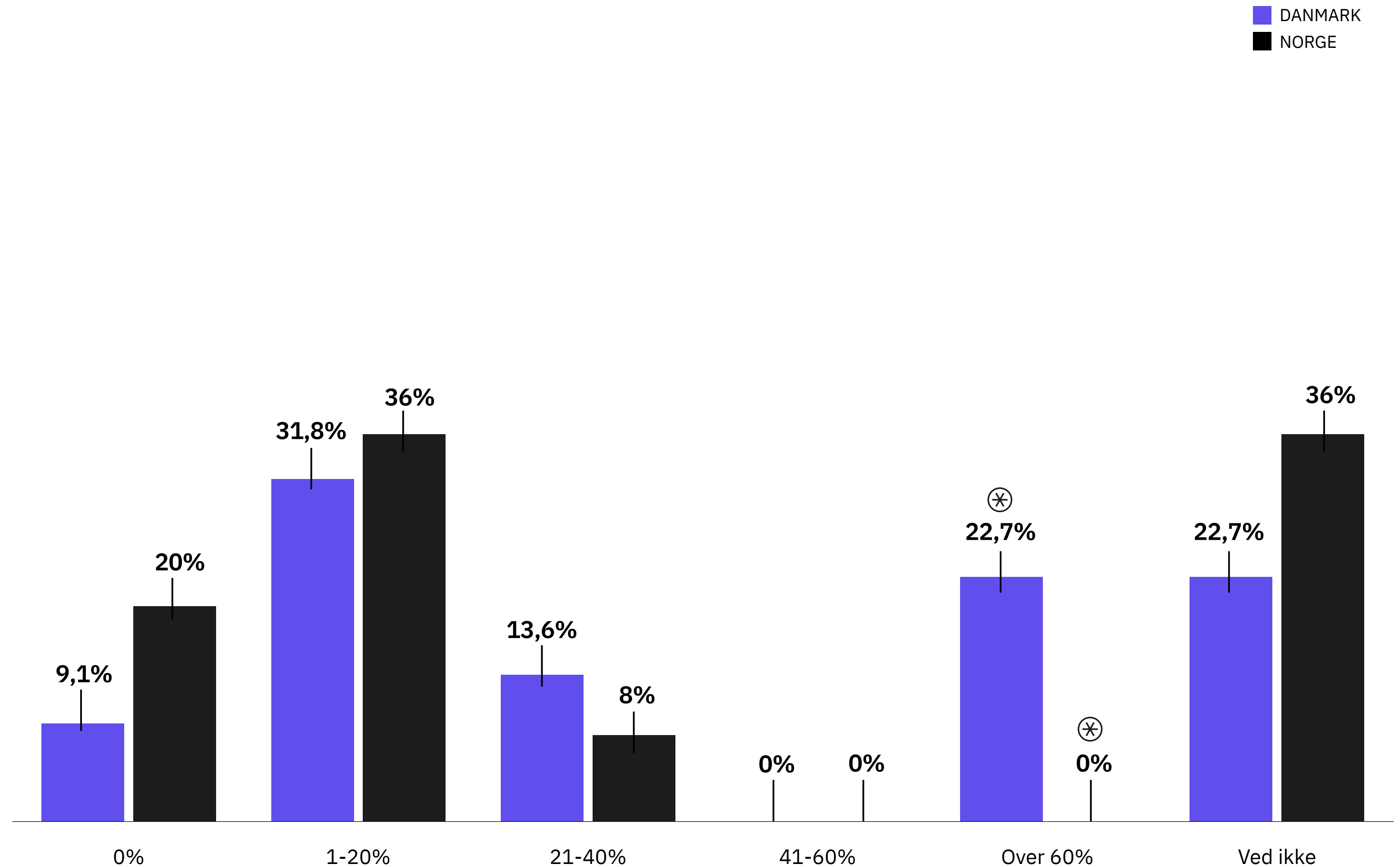


Base: 100 respondenter i Danmark og 95 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til alle respondenter.

En betydelig del af AI-håndtering bliver eskaleret til personlig håndtering.

Flest angiver, at op til en femtedel af de kundehenvendelser, der indledende håndteres af AI, eskaleres til personlig håndtering. Sammenlignet med Norge, siger signifikant flere respondenter i Danmark, at over 60% af henvendelser bliver eskaleret. Samtidig angiver omkring hver fjerde i Danmark og hver tredje i Norge, at de ikke ved, hvor stor en andel henvendelser der bliver eskaleret fra AI til personlig håndtering.

? Hvor stor en del af kundehenvendelser, der indledende bliver håndteret af AI, bliver eskaleret til personlig håndtering?

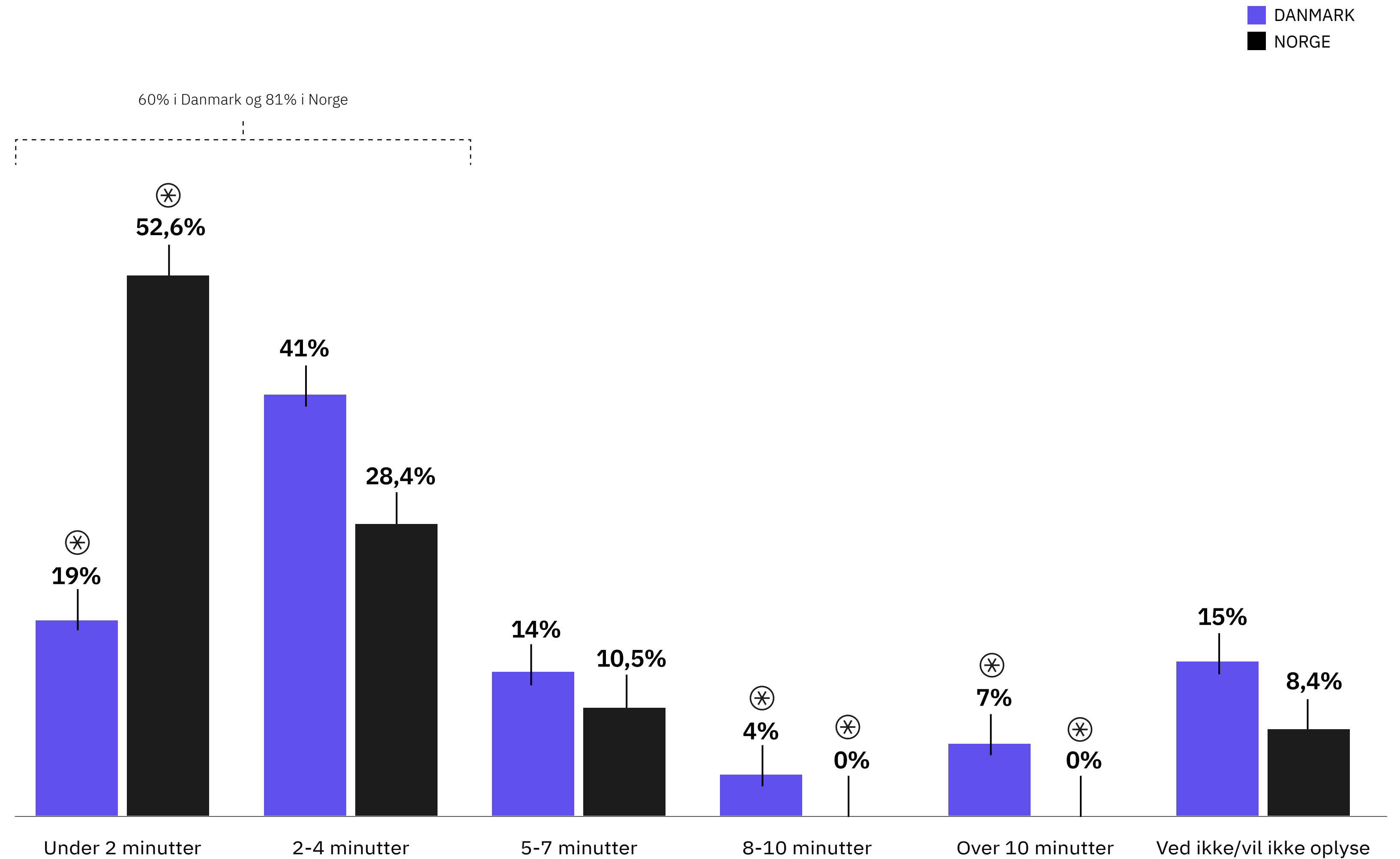


Base: 22 respondenter i Danmark og 25 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til respondenter, der bruger AI til håndtering af kundehenvendelser.

Håndteringstiden på kundehenvendelser samler sig især under fire minutter.

Flest angiver, at den gennemsnitlige håndteringstid på kundehenvendelser i telefonen er under fire minutter, mens en mindre andel angiver længere håndteringstider. I Danmark er der i mindre grad end i Norge helt korte håndteringstider og i højere grad håndteringstider på 8 minutter og længere, mens håndteringstiden i Norge i højere grad er under to minutter. Resultaterne indikerer samlet, at korte håndteringstider er det mest udbredte, men at niveauet varierer mellem Danmark og Norge.

? Hvad er jeres gennemsnitlige håndteringstid på kundehenvendelser i telefonen?

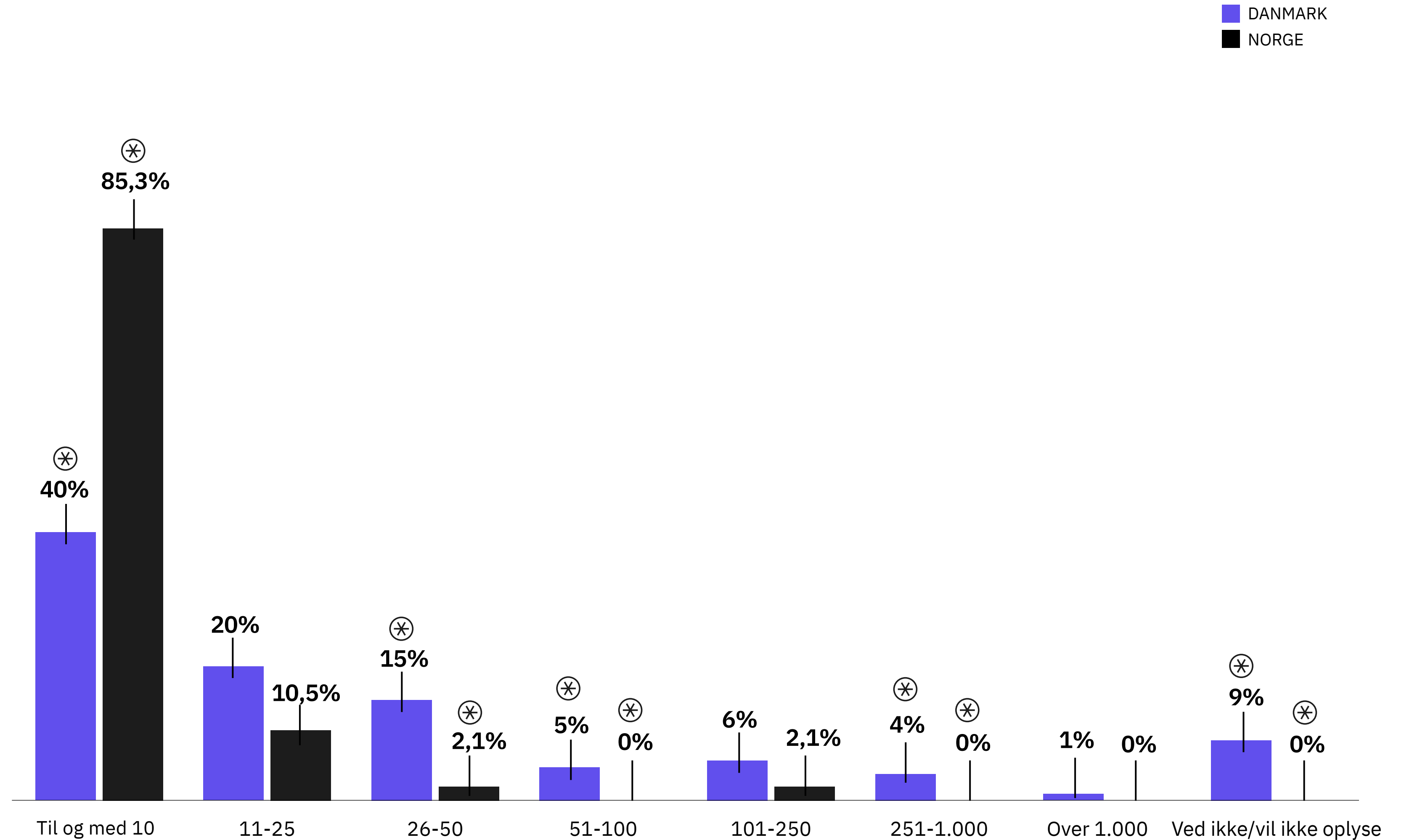


Base: 100 respondenter i Danmark og 95 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til alle respondenter.

Kundehåndtering er typisk forankret i få årsværk.

Flest angiver, at de har under ti årsværk til håndtering af kundehenvendelser, mens mindre andele har mellem 10 og 50 årsværk. Danmark fordeler sig mere bredt på tværs af bemandingsstørrelser og har i højere grad flere årsværk, mens Norge i højere grad har under ti årsværk. Resultaterne indikerer samlet, at kundehåndtering oftest varetages af mindre teams, men at Danmark i højere grad har større organisatoriske setup end Norge.

? Hvor mange årsværk har I til håndtering af kundehenvendelser?

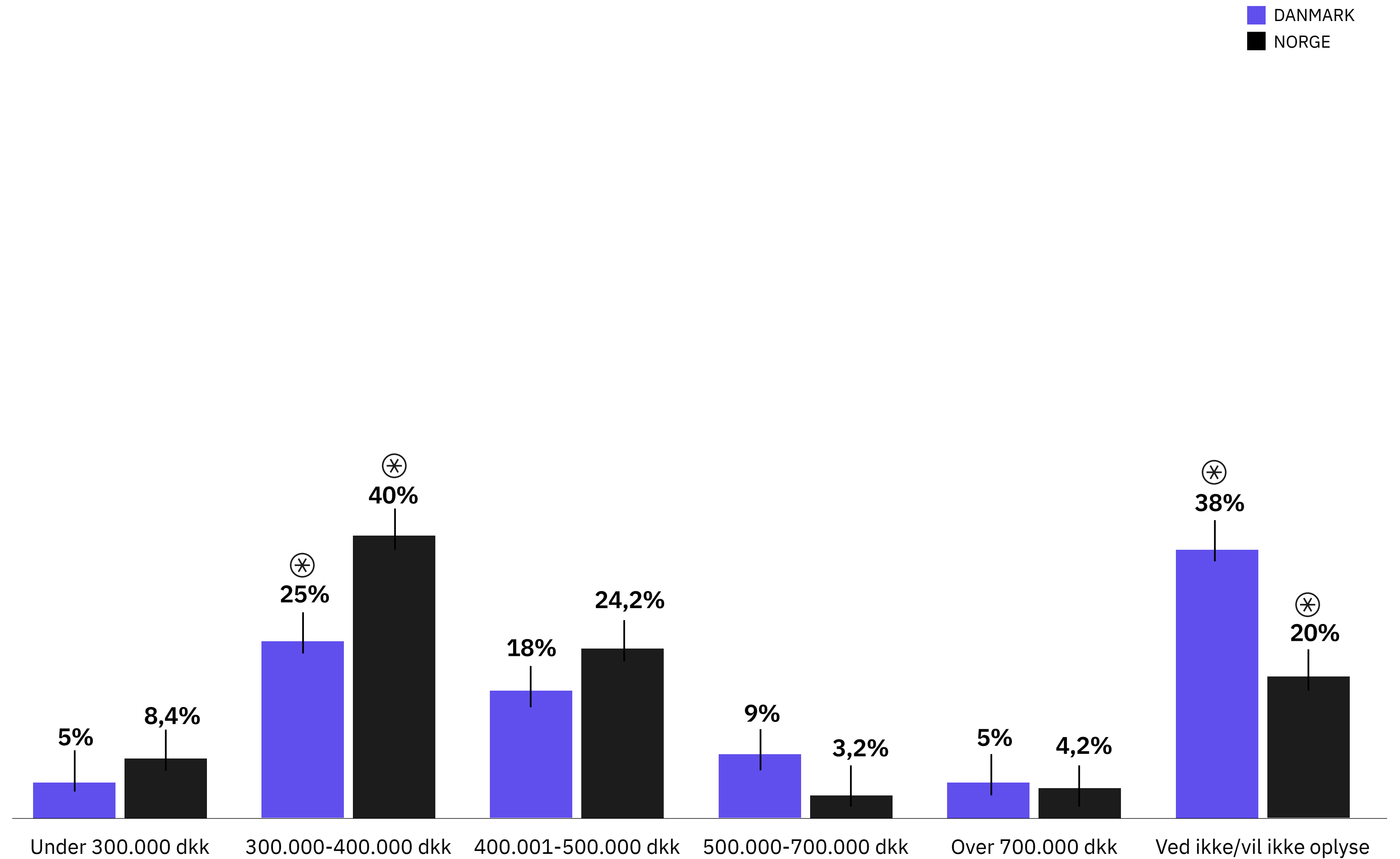


Base: 100 respondenter i Danmark og 95 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til alle respondenter.

Omkostninger pr. årsværk er typisk 300.000 – 500.000 kr.

Flest angiver, at omkostningen pr. årsværk ligger mellem 300.000 og 500.000 kr. I Danmark er der en større andel end i Norge, der ikke ved eller ikke vil oplyse omkostningen, mens de norske respondenter oftere svarer omkostningsintervallet 300.000-400.000 kr. Resultaterne indikerer samlet, at omkostningsniveauet typisk ligger i de mellemste intervaller, men at der især i Danmark er et betydeligt usikkerhedsniveau i opgørelsen.

? Hvad er jeres omkostning per årsværk, der håndterer kundehenvendelser?

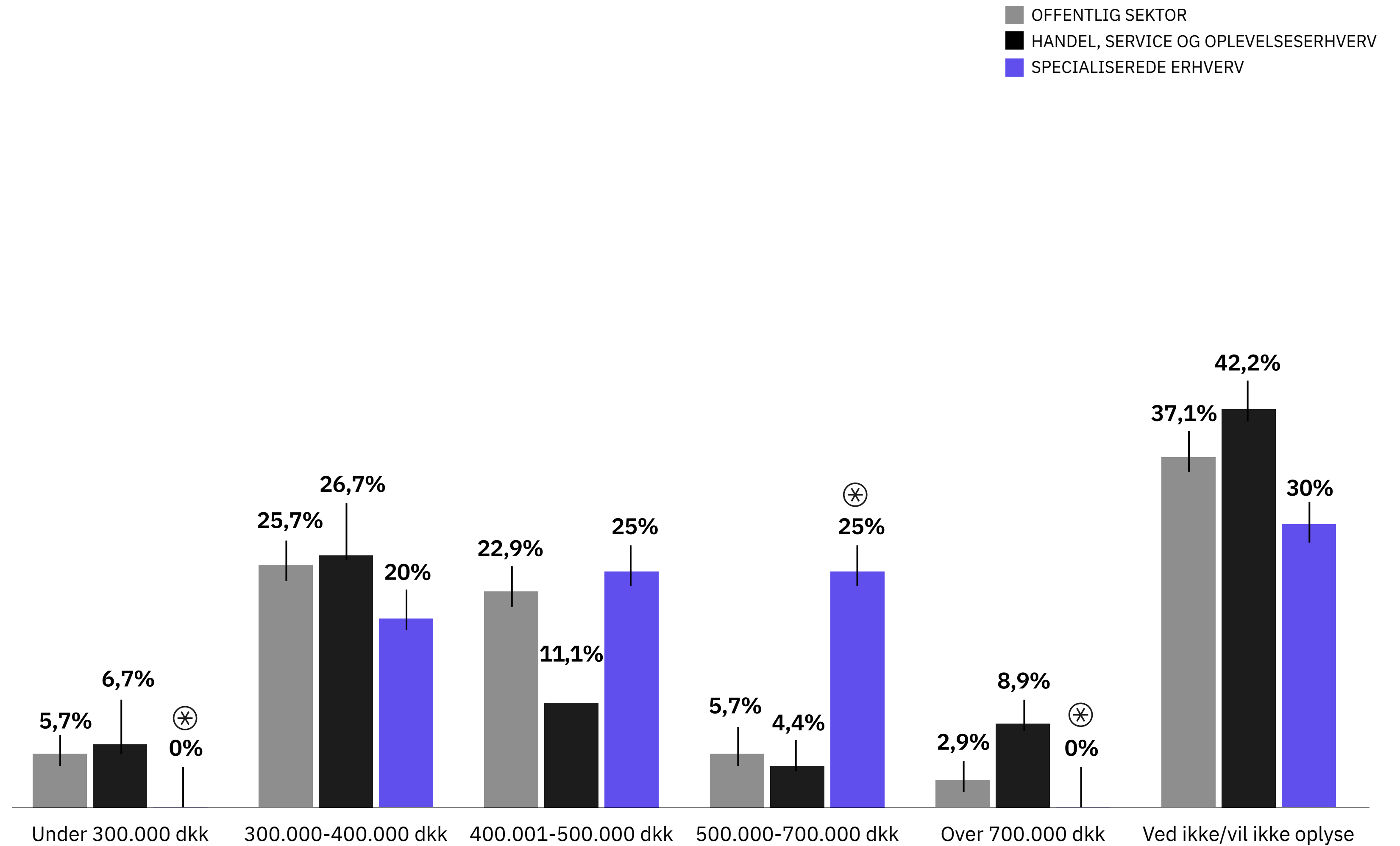


Base: 100 respondenter i Danmark og 95 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til alle respondenter. De norske 17 respondenter har angivet omkostninger i norske kroner, og deres svar er efterfølgende omregnet til danske kroner.

I Danmark varierer omkostningsniveauet mellem brancher på enkelte punkter.

I danske specialiserede erhverv er omkostningen per årsværk til håndtering af kundehenvendelser oftere 500.000-700.000 kr. sammenlignet med de resterende brancher i Danmark. Samtidig er der ingen og signifikant færre i de specialiserede erhverv, der har en omkostning under 300.000 kr. og over 700.000 kr. Resultaterne indikerer samlet, at de tydeligste brancheforskelle i Danmark er, at specialiserede erhverv i højere grad har et mellemhøjt omkostningsniveau.

? Hvad er jeres omkostning per årsværk, der håndterer kundehenvendelser?

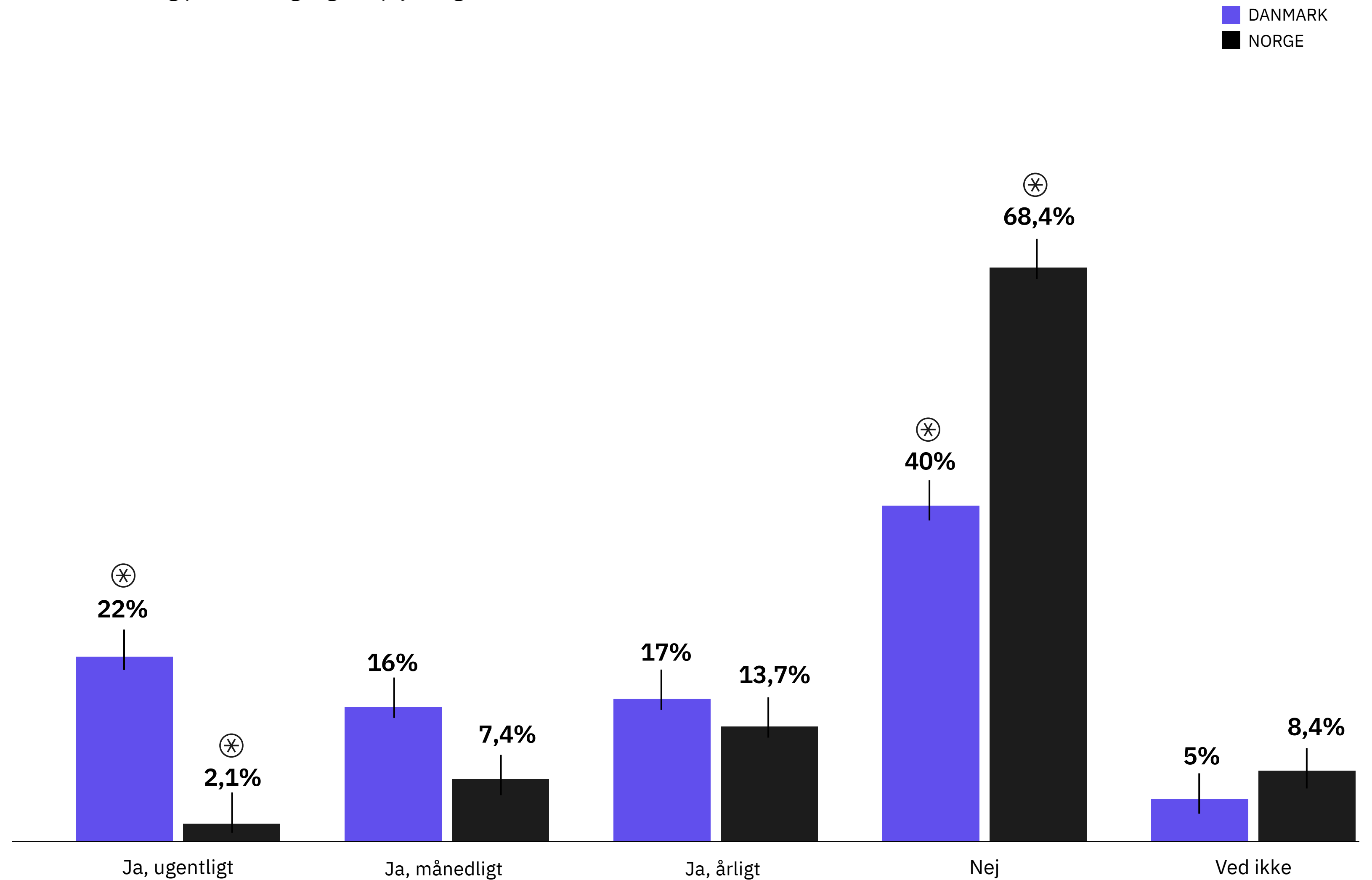


Base: 100 danske respondenter. 35 i den offentlige sektor, 45 i handel, service og erhverv og 20 i specialiserede erhverv.

Svindelforsøg opleves oftere i Danmark end i Norge.

I Danmark oplever en betydelig andel forsøg på svindel, social engineering eller andre uretmæssige adgangsforsøg ugentligt, månedligt eller årligt. Signifikant flere i Danmark oplever ugentlige forsøg sammenlignet med Norge. I Norge svarer omkring to tredjedele samtidig, at de ikke har oplevet sådanne forsøg. Resultaterne indikerer samlet, at uretmæssige adgangsforsøg fylder mere i Danmark end i Norge.

? Har I oplevet forsøg på svindel, social engineering eller anden form for uretmæssige forsøg på at få adgang til oplysninger?

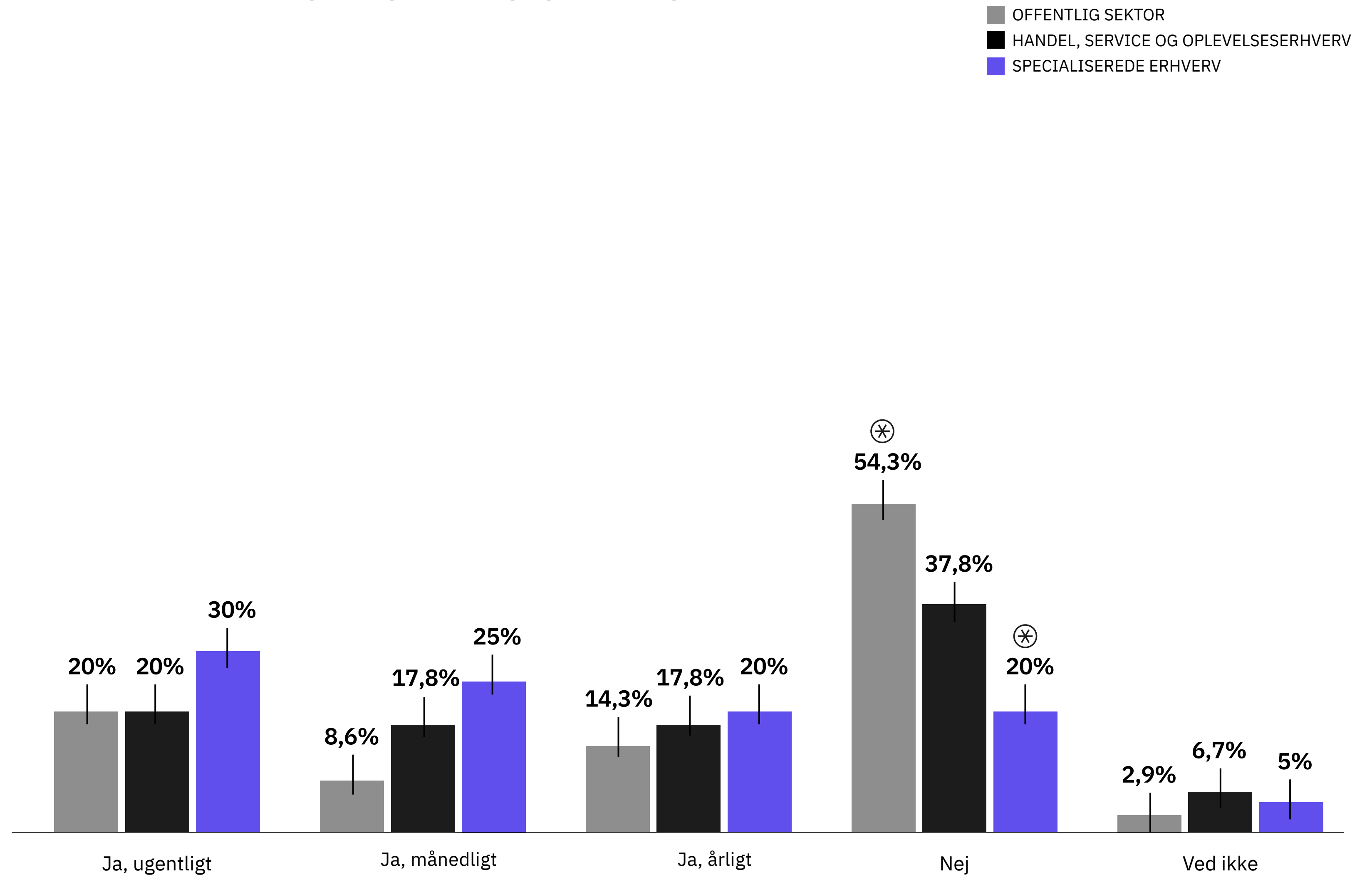


Base: 100 respondenter i Danmark og 95 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til alle respondenter.

Oplevelsen af forsøg på svindel varierer mellem brancher i Danmark.

Danske respondenter i den offentlige sektor svarer i højere grad, at de ikke har oplevet forsøg på svindel, social engineering eller andre uretmæssige adgangsforsøg sammenlignet med de andre brancher i Danmark. Specialiserede erhverv svarer omvendt i mindre grad end de andre brancher at de ikke har oplevet forsøg på svindel. Resultaterne indikerer samlet, at svindelforsøg i Danmark fylder mere i specialiserede erhverv og mindre i den offentlige sektor.

Har I oplevet forsøg på svindel, social engineering eller anden form for uretmæssige forsøg på at få adgang til oplysninger?

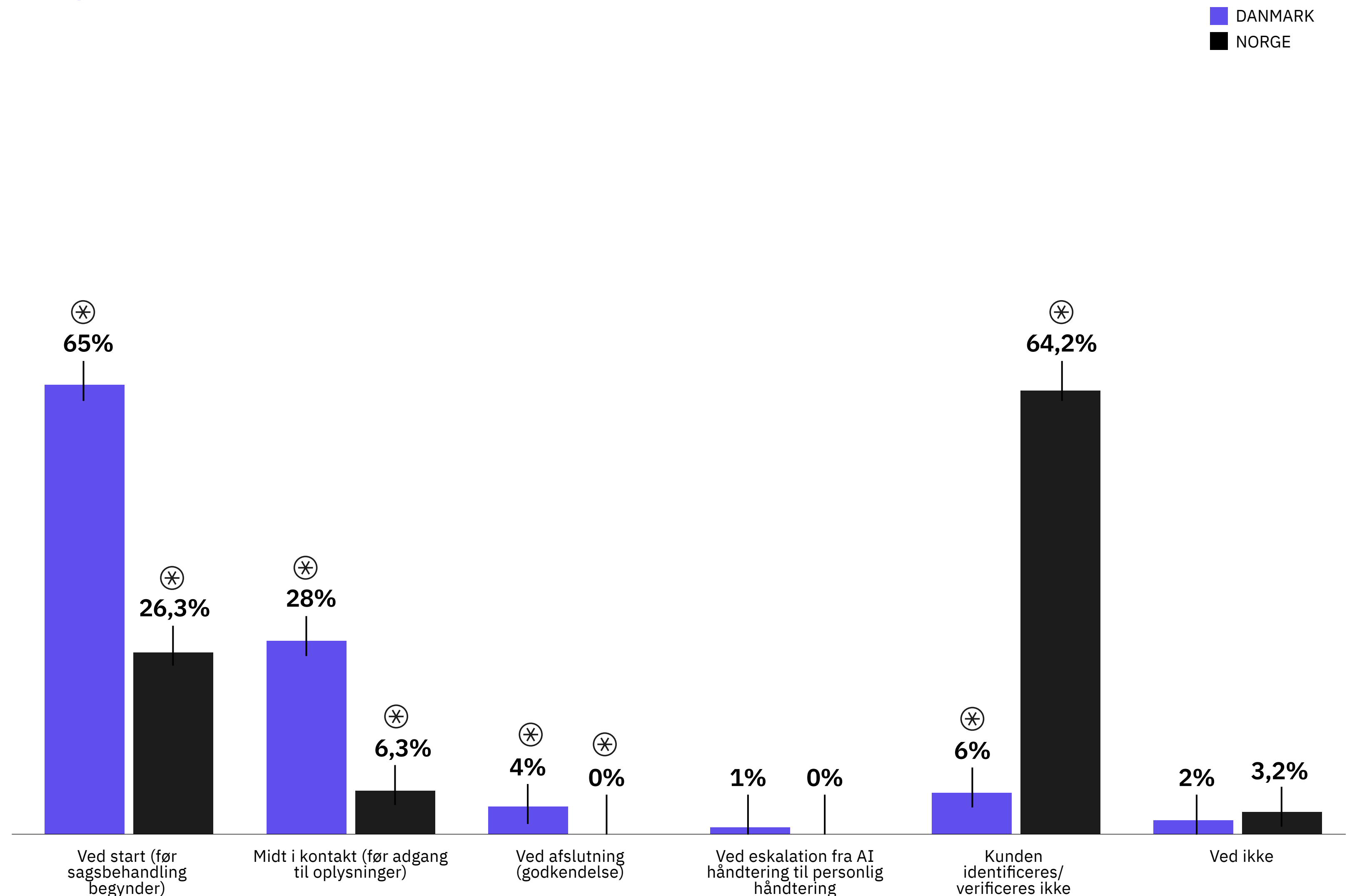


Base: 100 danske respondenter. 35 i den offentlige sektor, 45 i handel, service og erhverv og 20 i specialiserede erhverv.

Forskellige tilgange til identitetsverifikation i Danmark og Norge.

I Danmark angiver flest, at kunden identificeres eller verificeres ved kontaktens start, mens en mindre andel angiver, at det sker midt i kontakten. I Norge angiver flest omvendt, at kunden ikke identificeres eller verificeres, mens en mindre andel placerer identifikationen ved kontaktens start. Resultaterne indikerer samlet, at praksis for identifikation varierer tydeligt mellem Danmark og Norge.

? Hvor i jeres kontaktproces bliver kunden identificeret eller verificeret?

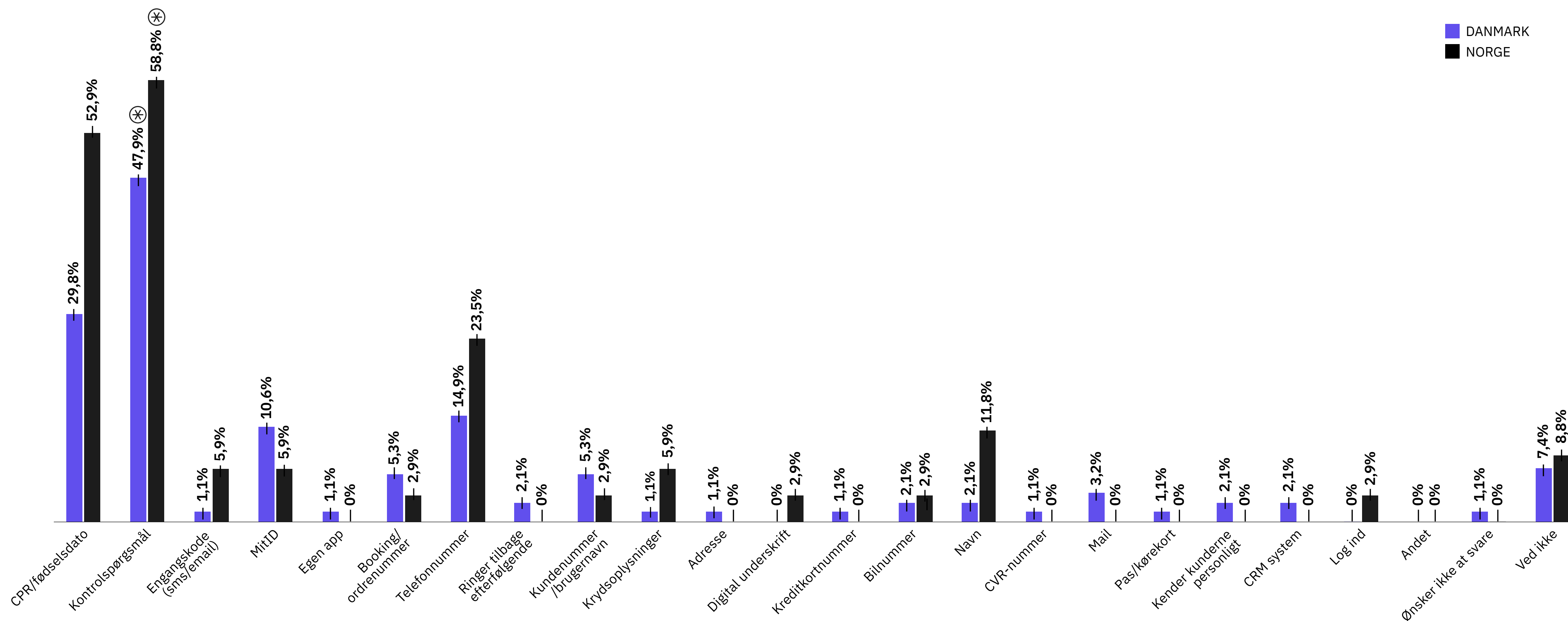


Base: 100 respondenter i Danmark og 95 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til alle respondenter.

Kontrolspørgsmål og CPR-nummer eller fødselsdato er de mest udbredte telefoniskeverifikationsformer.

Identifikation i telefonen samler sig både i Danmark og Norge især om kontrolspørgsmål og CPR/fødselsdato, mens telefonnummer og MitID følger på et lavere niveau. Den eneste tydelige forskel mellem landene er, at virksomheder i Norge i højere grad bruger CPR/fødselsdato end virksomheder i Danmark. Resultaterne indikerer samlet, at telefonisk verifikation primært bygger på få velkendte oplysninger og kontrolformer.

? Hvordan identificerer eller verificerer I en kunde i telefonen?

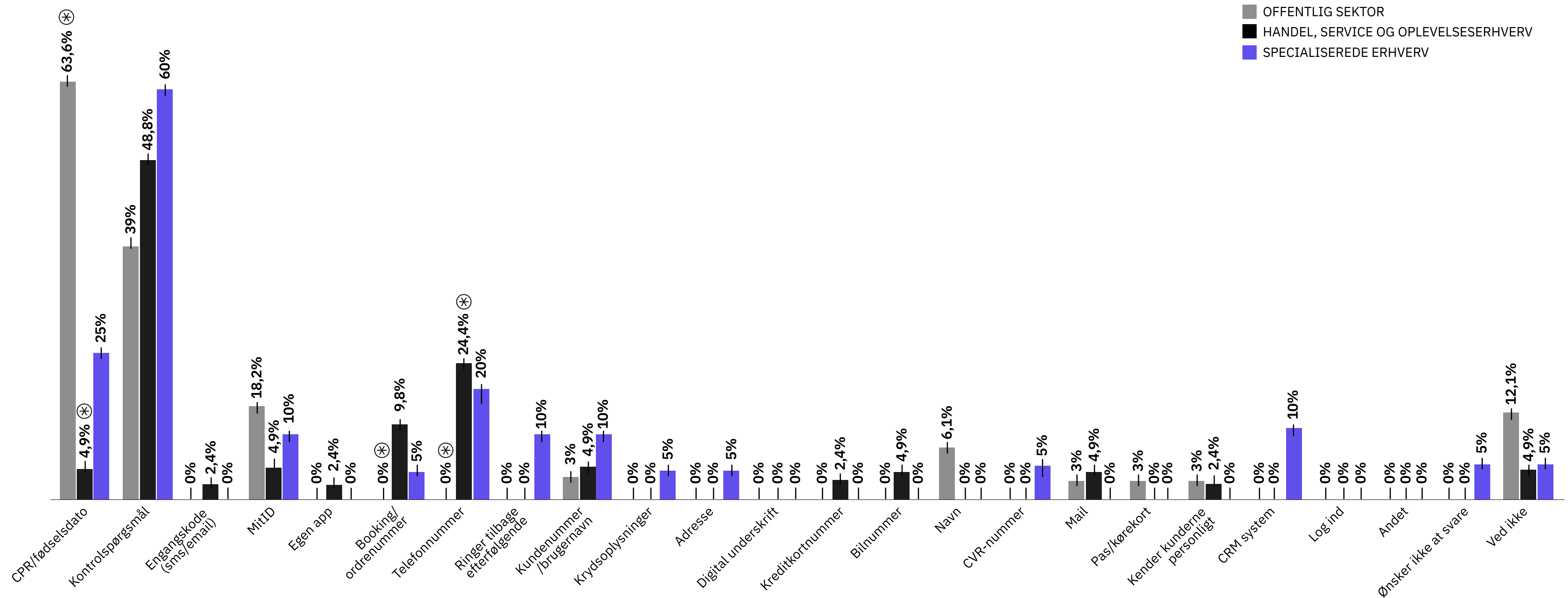


Base: 94 respondenter i Danmark og 34 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til respondenter der identificerer/verificerer kunder ved henvendelser. Spørgsmålet er stillet med på forhånd definerede svarmuligheder samt en åben "andet"-svarmulighed, som efterfølgende er kodet.

Telefonisk verifikation varierer mellem brancher i Danmark.

I Danmark bruger den offentlige sektor i højere grad CPR/fødselsdato til at identificere eller verificere kunder i telefonen sammenlignet med de andre brancher, mens handel, service og oplevelseserhverv bruger denne metode i mindre grad end de andre brancher. Handel, service og oplevelseserhverv bruger til gengæld i højere grad telefonnummer. Resultaterne indikerer samlet, at brancherne især adskiller sig i valget af konkrete identifikationsoplysninger, mens kontrolspørgsmål stadig er den mest anvendte telefoniske metode på tværs af brancherne.

? Hvordan identificerer eller verificerer I en kunde i telefonen?

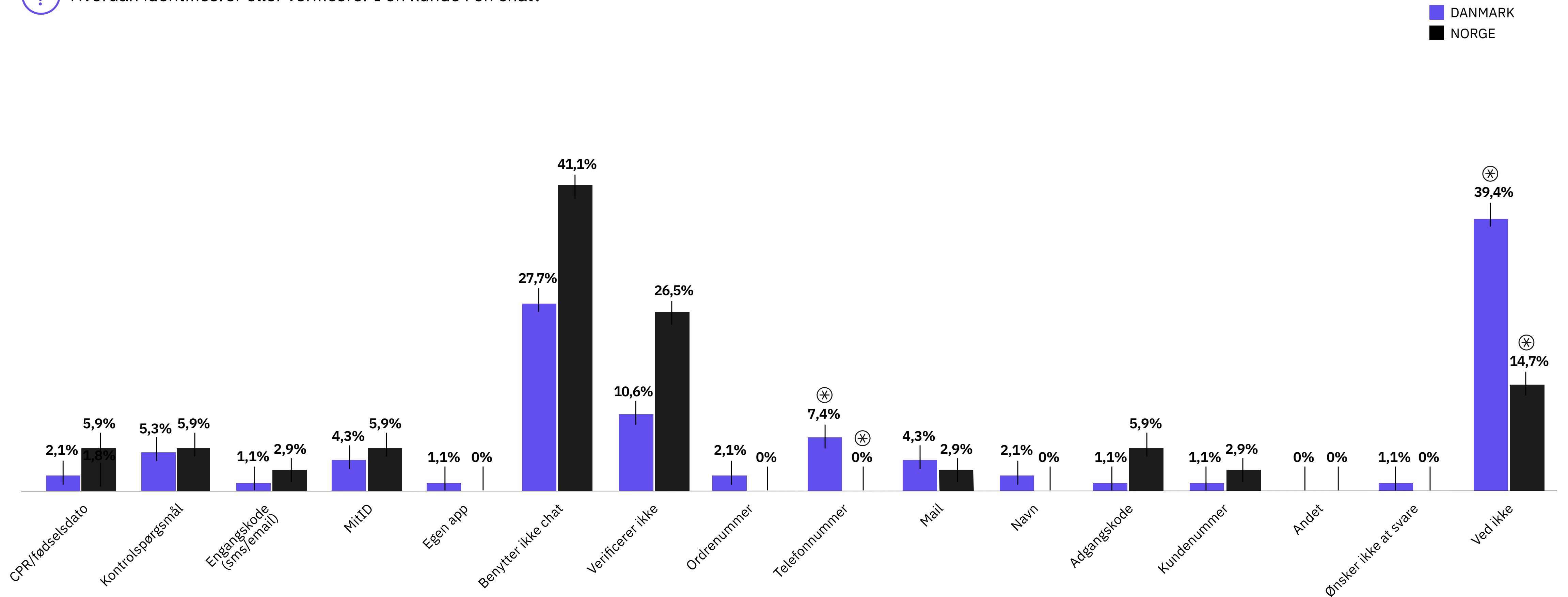


Base: 94 respondenter i Danmark og 34 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til respondenter der identificerer/verificerer kunder ved henvendelser. Spørgsmålet er stillet med på forhånd definerede svarmuligheder samt en åben "andet"-svarmulighed, som efterfølgende er kodet.

Identitetsverifikation i chat er ofte fraværende eller uafklaret.

I Norge svarer flest, at de ikke benytter chat, mens en betydelig andel angiver, at kunden ikke verificeres i chat, ofte fordi chat-funktionen ikke håndterer følsomme oplysninger. I Danmark svarer flest, at de ikke ved, hvordan kunden identificeres eller verificeres i chat, mens en mindre andel angiver, at de ikke benytter chat. Danmark adskiller sig desuden ved, at flere bruger telefonnummer som identifikationsoplysning. Resultaterne indikerer samlet, at identifikation i chat i mange tilfælde enten ikke er etableret eller ikke er tydeligt forankret.

? Hvordan identificerer eller verificerer I en kunde i en chat?

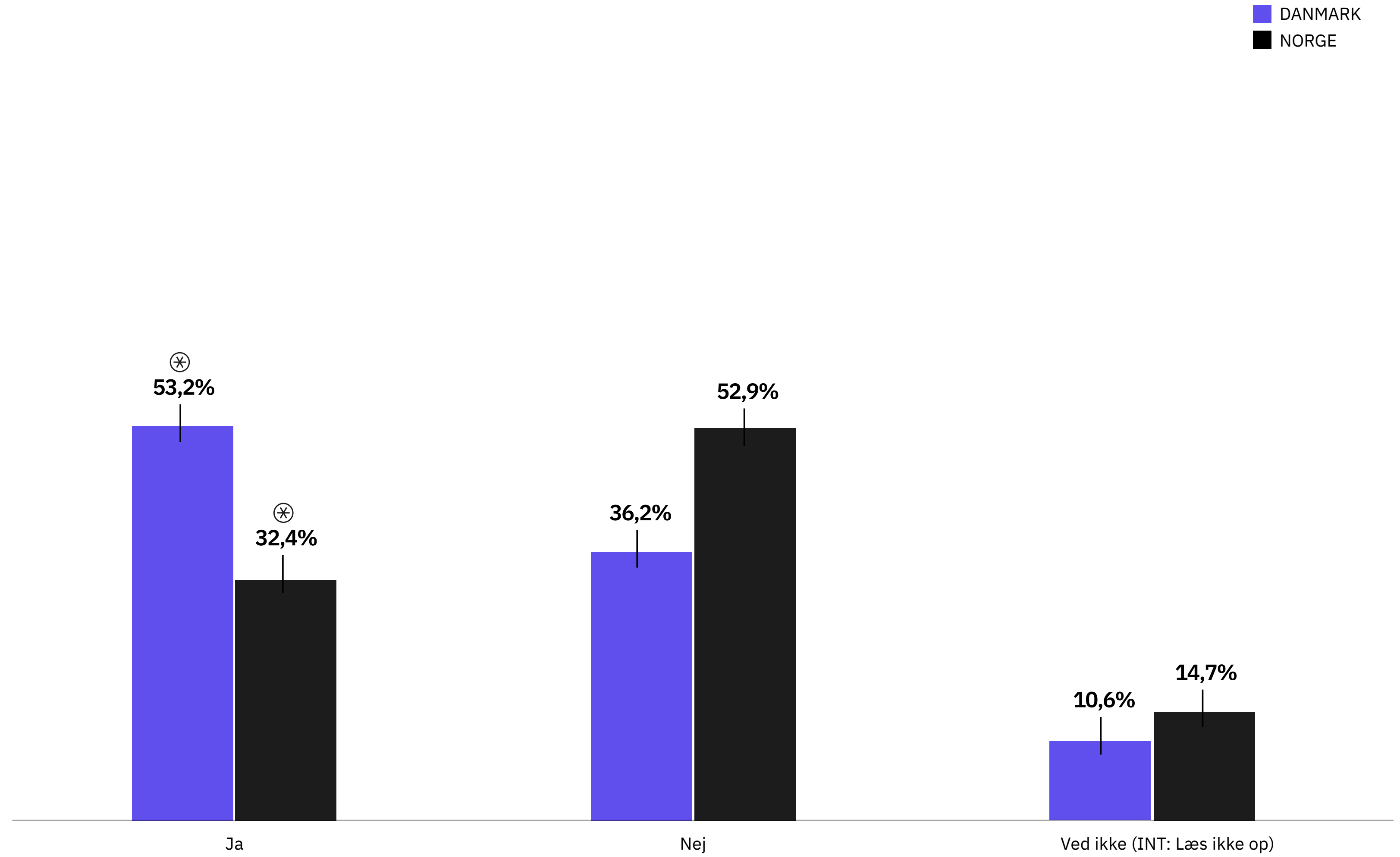


Base: 94 respondenter i Danmark og 34 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til respondenter der identificerer/verificerer kunder ved henvendelser. Spørgsmålet er stillet med på forhånd definerede svarmuligheder samt en åben "andet"-svarmulighed, som efterfølgende er kodet.

Lov- og regelændringer har i højere grad ændret identitetsverifikationsprocesser i Danmark.

I Danmark angiver omkring halvdelen, at de har ændret identificerings- eller verifikationsprocessen som følge af ændringer i love og regler. I Norge angiver omkring halvdelen omvendt, at de ikke har ændret processen. Resultaterne indikerer samlet, at lov- og regelændringer i højere grad har sataftryk på verifikationsprocesserne i Danmark end i Norge.

⊙ Har I ændret identificerings- eller verificeringsproces som følge af ændringer i love og regler i jeres branche?

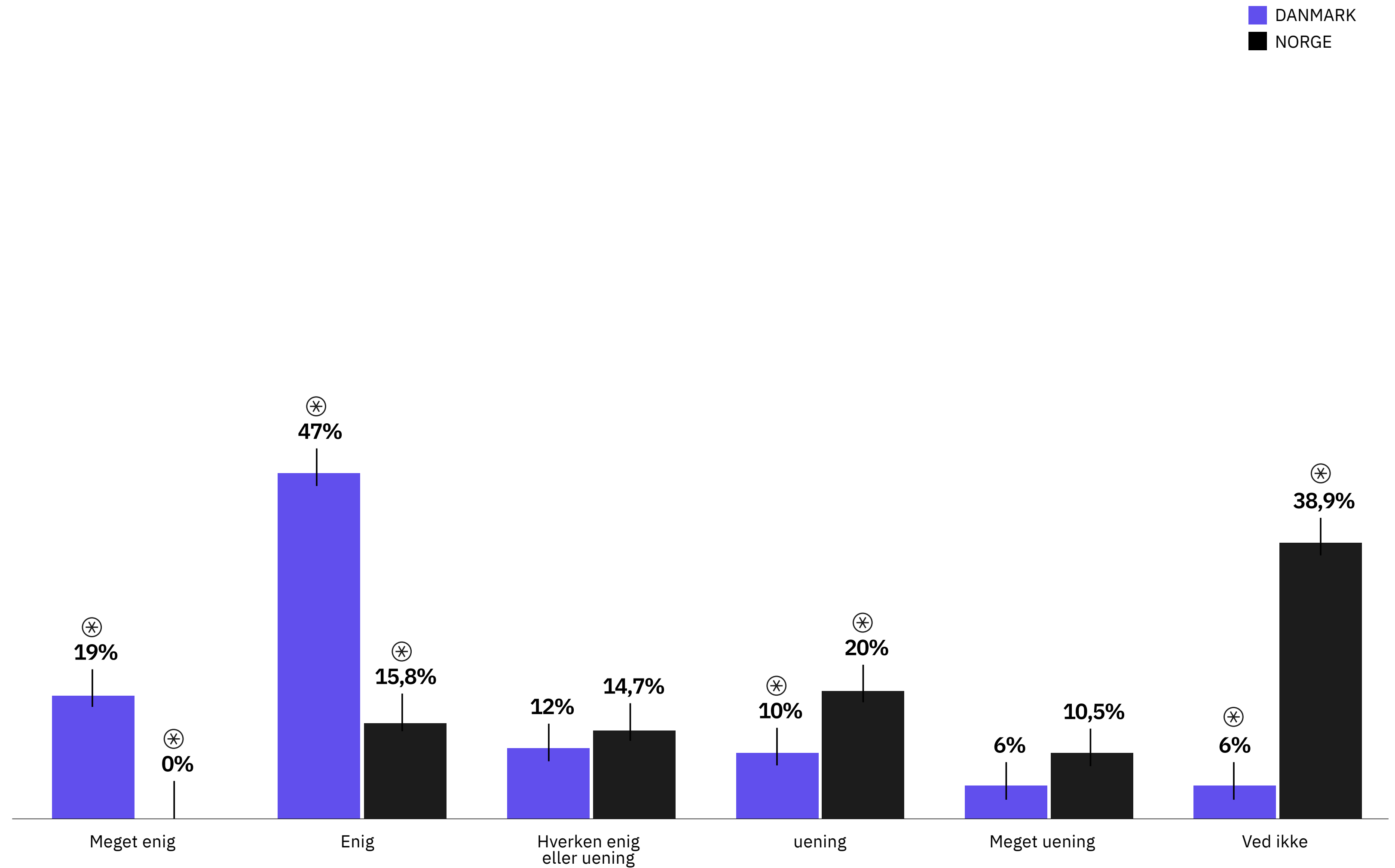


Base: 94 respondenter i Danmark og 34 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til respondenter der identificerer/verificerer kunder ved henvendelser.

Kontrolspørgsmål vurderes forskelligt på tværs af landene.

I Danmark er flest enige eller meget enige i, at kontrolspørgsmål giver tilstrækkelig sikkerhed i håndteringen af kundehenvendelser. I Norge er billedet mere spredt, hvor flere enten er uenige eller ikke ved det. Resultaterne indikerer samlet, at tilliden til kontrolspørgsmål som sikkerhedsmetode er tydeligt højere i Danmark end i Norge.


? Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Kontrolspørgsmål er tilstrækkelig sikkerhed i vores håndtering af kundehenvendelser

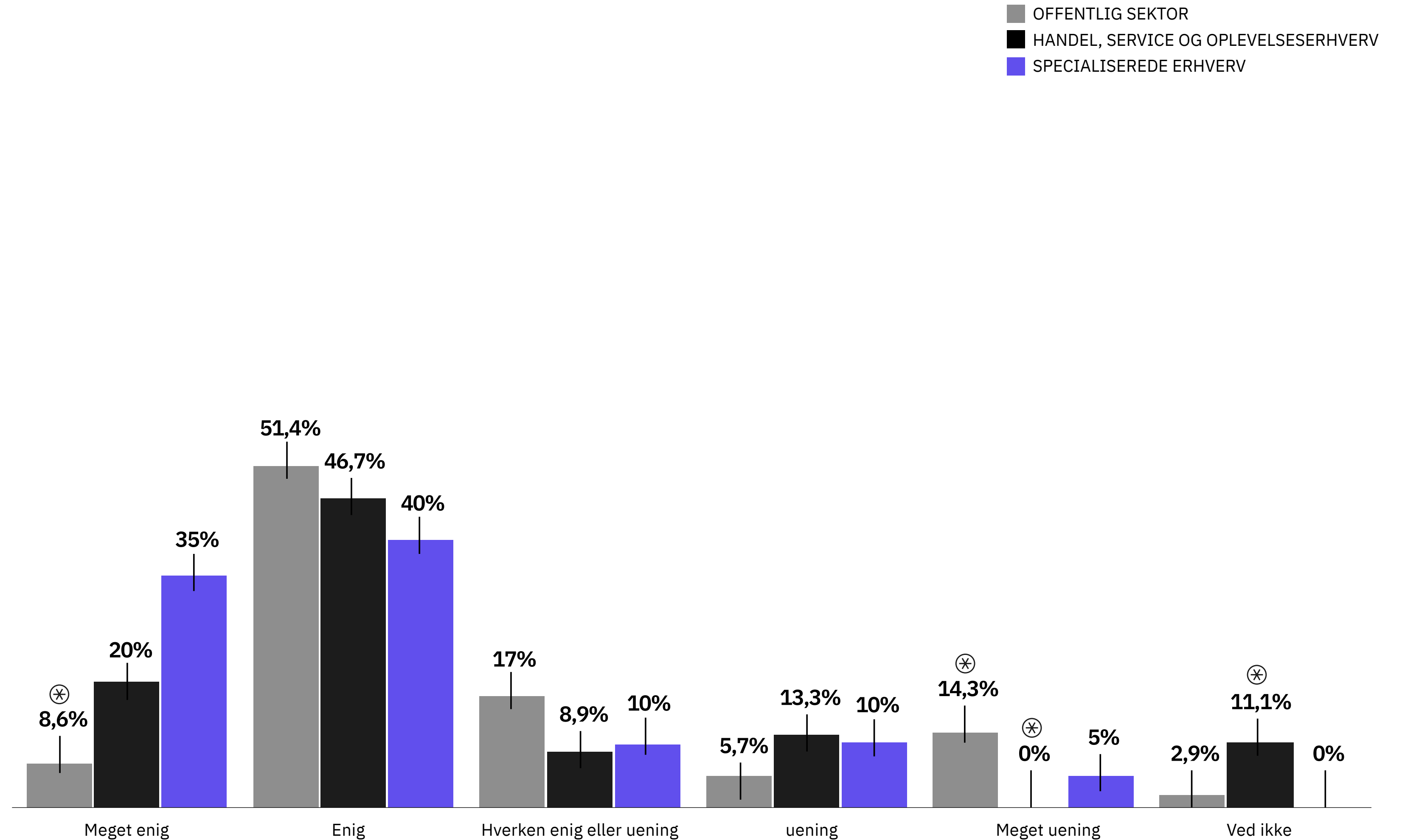


Base: 100 respondenter i Danmark og 95 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til alle respondenter.

I den offentlige sektor i Danmark er der mere skepsis overfor kontrolspørgsmål.

På tværs af brancher i Danmark erklærer flest sig enige eller meget enige i, at kontrolspørgsmål giver tilstrækkelig sikkerhed i håndteringen af kundehenvendelser. I den offentlige sektor er der dog i mindre grad meget enighed og i højere grad meget uenighed sammenlignet med de øvrige brancher. Resultaterne indikerer samlet, at tilliden til kontrolspørgsmål generelt er høj i Danmark, men at der i den offentlige sektor i højere grad er skepsis overfor kontrolspørgsmåls tilstrækkelighed.

 Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Identitetsverifikation er et vigtigt fokusområde i min organisation

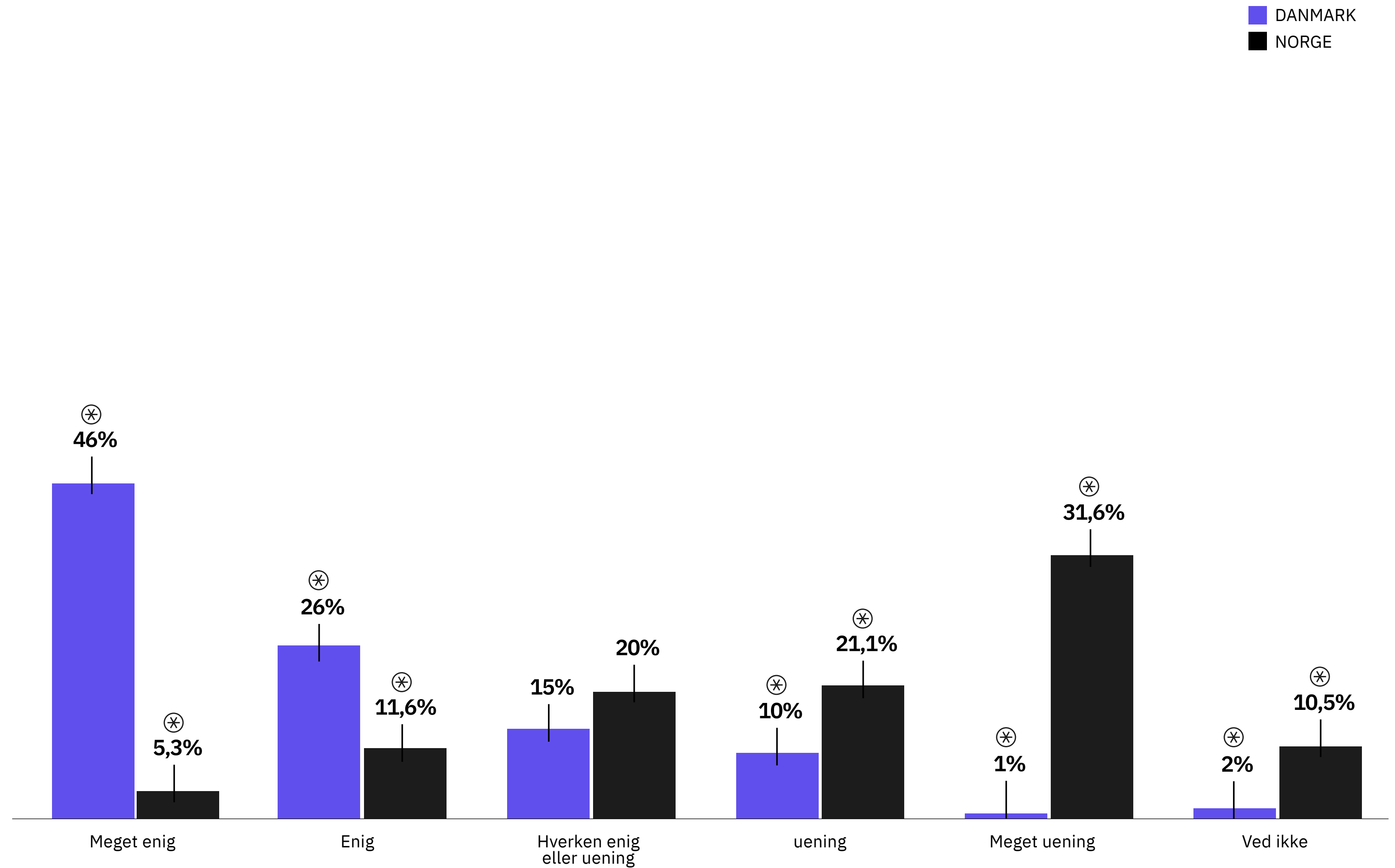


Base: 100 danske respondenter. 35 i den offentlige sektor, 45 i handel, service og erhverv og 20 i specialiserede erhverv.

Identitetsverifikation fylder mere som organisatorisk fokusområde i Danmark.

I Danmark er flest enige i, at identitetsverifikation er et vigtigt fokusområde i deres organisationer, hvor knapt halvdelen er meget enige i, at det er et vigtigt fokusområde og omkring en fjerdedel er enige. I Norge er billedet omvendt, hvor flere er uenige eller meget uenige. Resultaterne indikerer samlet, at identitetsverifikation i væsentligt højere grad er forankret som organisatorisk fokusområde i Danmark end i Norge.

? Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Identitetsverifikation er et vigtigt fokusområde i min organisation.

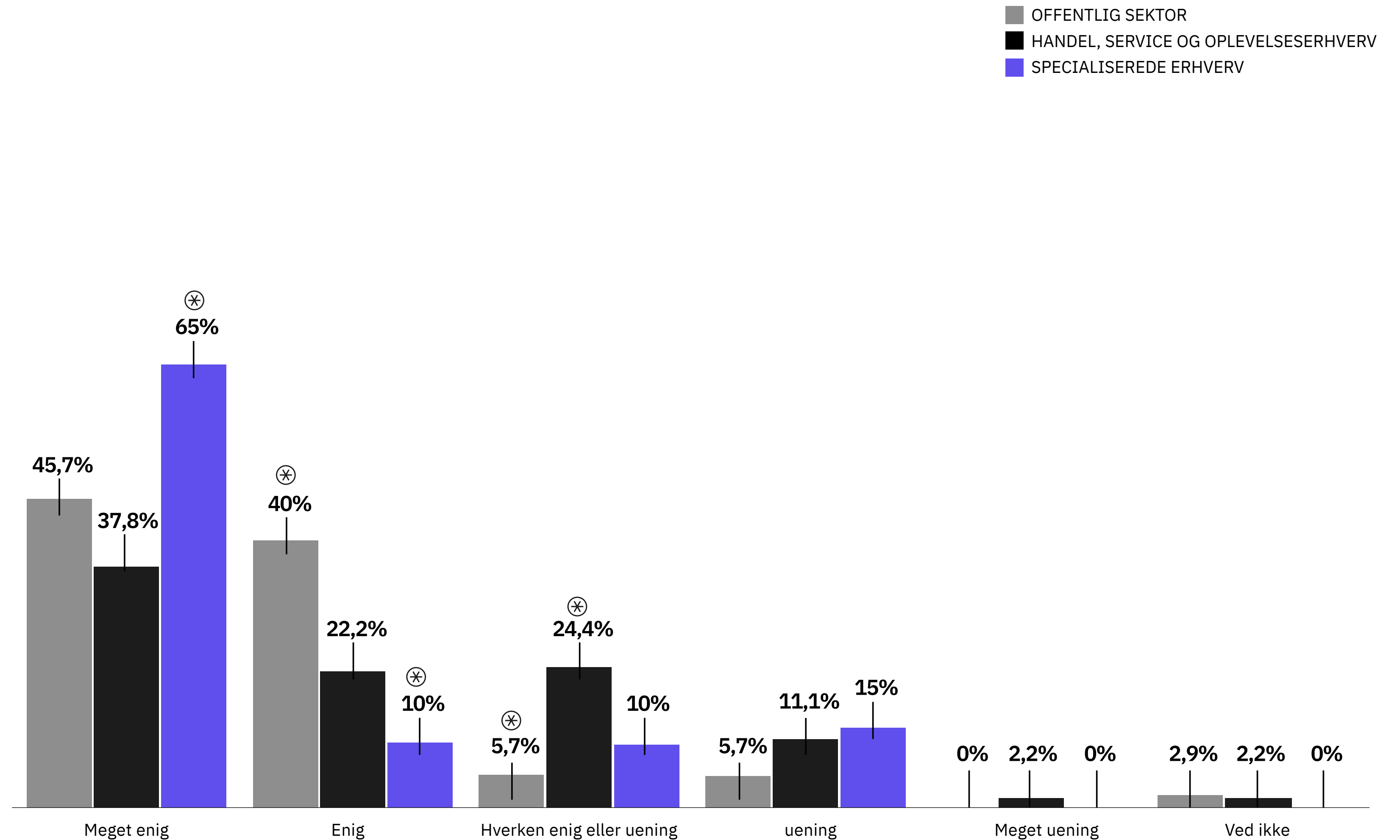


Base: 100 respondenter i Danmark og 95 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til alle respondenter.

Identitetsverifikation står stærkest som fokusområde i specialiserede erhverv i Danmark.

I danske specialiserede erhverv er der i højere meget enighed i, at identitetsverifikation er et vigtigt fokusområde i organisationen, sammenlignet med de andre brancher i Danmark. Respondenter i den offentlige sektor placerer sig oftere i den lidt lavere grad af enighed, mens respondenter i handel, service og oplevelseserhverv i højere grad svarer hverken enig eller uenig. Resultaterne indikerer samlet, at identitetsverifikation fylder som fokusområde på tværs af brancher, men med stærkest forankring i specialiserede erhverv.

? Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Identitetsverifikation er et vigtigt fokusområde i min organisation

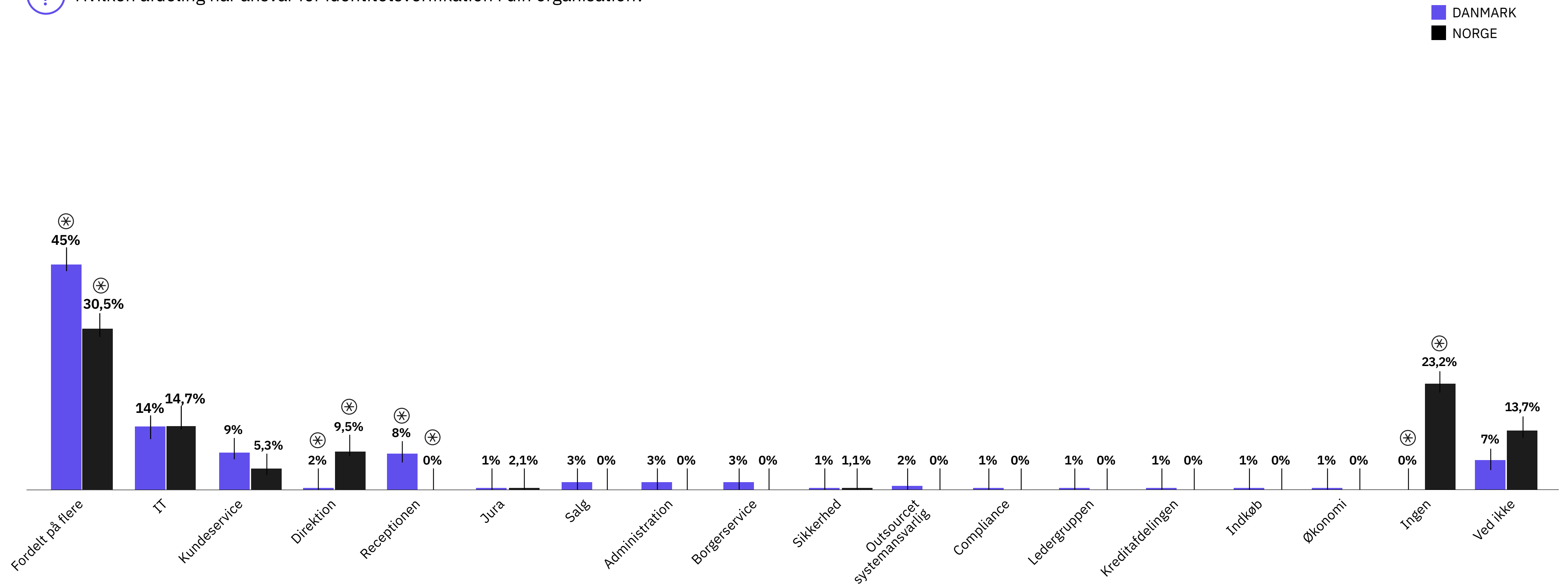


Base: 100 danske respondenter. 35 i den offentlige sektor, 45 i handel, service og erhverv og 20 i specialiserede erhverv.

Ansvar for identitetsverifikation er ofte fordelt på flere afdelinger.

I begge lande placerer flest ansvars for identitetsverifikation på tværs af flere afdelinger, mens mindre andele peger på IT-afdelingen. I Norge svarer markant flere, omkring hver fjerde, at ingen afdeling har ansvaret. I Danmark er der til sammenligning ikke nogen respondenter der svarer, at ingen afdeling har ansvar for identitetsverifikation. Resultaterne indikerer samlet, at ansvaret for identitetsverifikation ofte går på tværs af organisationen, og at det har en mindre tydelig organisatorisk forankring i Norge end i Danmark.

? Hvilken afdeling har ansvar for identitetsverifikation i din organisation?

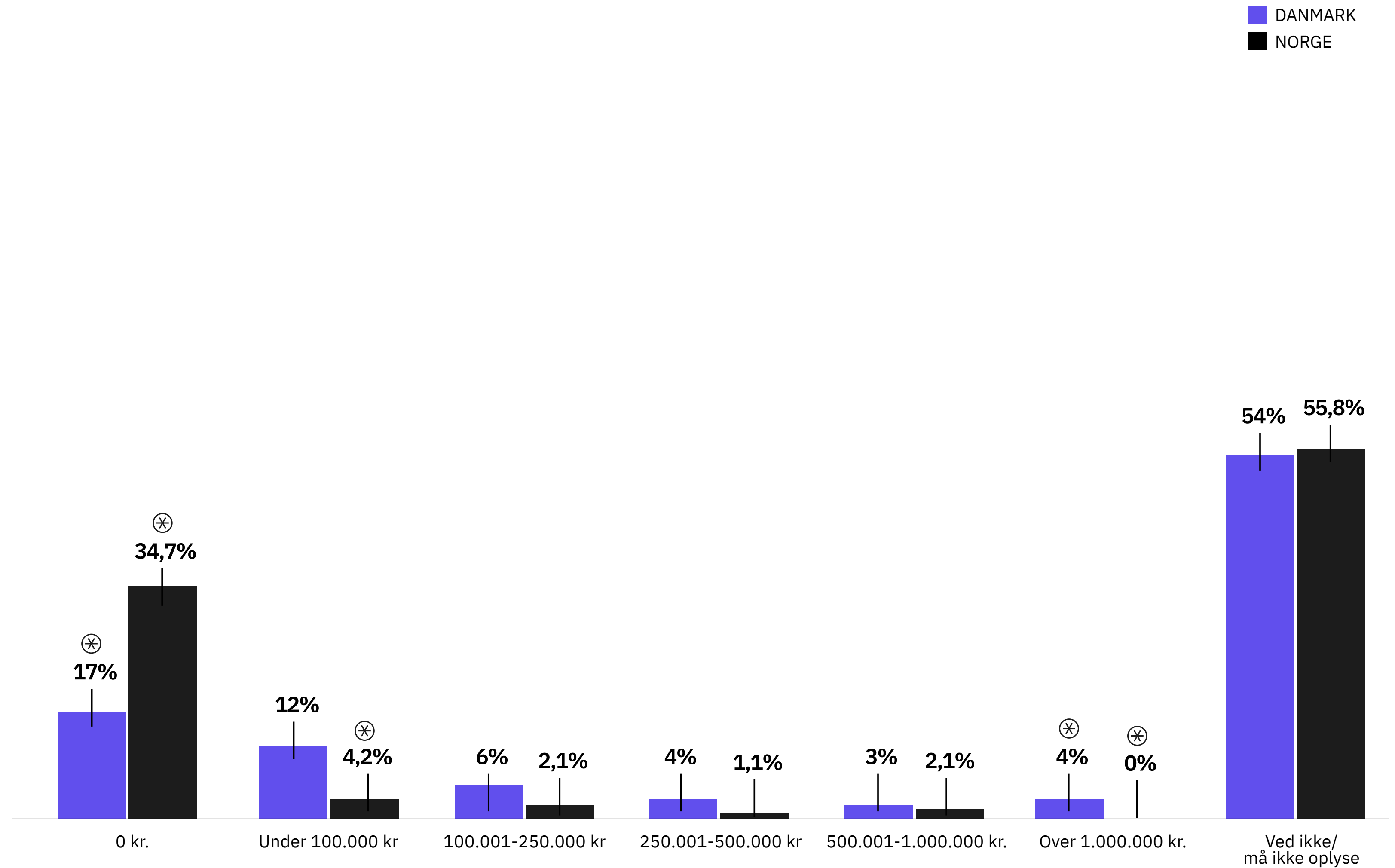


Base: 100 respondenter i Danmark og 95 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til alle respondenter. Spørgsmålet er stillet med på forhånd definerede 30 svarmuligheder samt en åben "andet"-svarmulighed, som efterfølgende er kodet.

Budgetrammen for identitetsverifikation er ofte uklar.

I både Danmark og Norge svarer omkring halvdelen eller flere, at de ikke ved eller ikke kan oplyse den årlige budgetramme for identitetsverifikation. I Norge svarer omkring hver tredje, at budgetrammen er nul kroner, mens en mindre andel i Danmark placerer budgettet under 100.000 kr. Resultaterne indikerer samlet, at budgetrammen for identitetsverifikation ofte står uklart, særligt i Norge hvor flere ikke har afsat et særskilt budget.

? Hvad er den årlige budgetramme for identitetsverifikation i din organisation?



Base: 100 respondenter i Danmark og 95 respondenter i Norge. Spørgsmålet er stillet til alle respondenter.

