

# Uuden pankkistandardin luomisen taito

10.06.2019



Hyvästit ihanan ilmaville marginaaleille

## 2004

Samppanjapulloja oli tuskin ehditty avata pankkijärjestelmän myynnin kunniaksi kesällä 2002, kun näkyviin ilmaantui jo uusi haaste. Kyseessä oli ongelma, joka romutti koko idean asuntolainapankista.

Ålandsbanken oli hitaasti mutta varmasti rakentanut mainettaan Manner-Suomessa edullisia marginaaleja tarjoavana asuntolainapankkina. Menestyskulku Manner-Suomessa oli toteutettu 2,25 prosentin marginaalitarjouksella, joka kuului markkinoiden parhaimpiin. Noin vuonna 2003 marginaalit alkoivat laskea kovaa vauhtia. Mitä oli tapahtunut? Annetaan toimitusjohtaja Peter Wiklöfin selittää:

- Pankit olivat saaneet luoda omia riskiarviointimallejaan. Kun pankinjohtajat saavat itse arvioida omat riskinsä, he tulevat osoittamaan, ettei riskejä ole. Suurpankit toimivat tässä nopeasti, mikä johti asuntolainojen käsittelyssä pääomavaatimusten syöksylaskuun.

Kun rahaa saatiin vapaasti asuntolainojen rahoittamiseen ilman pääomakuluja, pankit saivat hyvän tuoton omalle pääomalleen, vaikka marginaalit liehuivat tuulessa.

- Yhtäkkiä nähtiin jopa vain 0,3 prosentin marginaaleja. Suomessa ja suuressa osassa maailmaa ei enää otettu maksua riskeistä ja tämä kehitys oli alkulähde vuoden 2008 finanssikriisille, Wiklöf toteaa.

Mitä pitäisi tehdä, kun asuntolainoilla ei voi enää ansaita? Silloin on parannettava säästö- ja sijoituspalveluja. Tuotteiden kaupustelu ei ollut kuitenkaan mikään vaihtoehto ja markkinat oli jo kyllästetty tarjouksilla. Itse asiassa tämä osoittautui Ålandsbankenille kultaiseksi tilaisuudeksi. Oli korkea aika näyttää suomalaisille, mitä suhdepankilla tarkoitettiin. Lisäksi ruotsin kielen sanasta *relationsbank* ei ollut onnistuttu väentämään järkevää käännoästä. Kasvavalle suomenkieliselle asiakaskunnalle suhdepankki kuulosti kovin kaupalliselta mainossanalta. Toisin sanoen: puheiden sijaan oli parempi antaa työn puhua puolestaan.

Perinteinen *retail banking* päätettiin lopettaa. Kun toimittajat ja muut soittivat kuullakseen pankin alimmista marginaaleista, heille sanottiin *Sellaista emme harjoita*. Sen sijaan jokainen asiakas haluttiin kohdata suurempana kokonaisuutena.

- Halusimme seurata sitä samaa polkua, jota olemme aina seuranneet Ahvenanmaalla. Istuisimme

alas asiakkaan kanssa ja ottaisimme selvän, miten meistä olisi hänelle parhaiten hyötyä. Meidän oli rohkeasti kysyttävä asiakkaalta, mitä hän sisimmässään piti elämässään tärkeänä. Neuvonantajan ensisijainen tehtävähän on oikeastaan saada asiakas istumaan hetkeksi alas, eikä vain rynnätä eteenpäin, sanoo Peter Wiklöf.

Kuulostaako mainoskieleltä? Ehkä, mutta pankilla oli todiste siitä, että se seisojien sanojensa takana. Tätä todistetta asiakkaat pitivät aivan fantastisena: heidät kutsuttiin istuutumaan ja keskustelemaan raha-asioistaan.

- Kun aloimme laajentaa toimintaamme Manner-Suomessa pankkikriisin jälkimainingeissa 1990-luvulla, suurpankit sulkiivat konttoreitaan kuin liukuhihnalta. Palvelujen sijaan ne tarjosivat asiakkailleen jonotuslappuja ja pitkiä odotusaikoja. Mitä me teimme?

Avasimme viihtyisiä pankkikonttoreita, joissa asiakkaat saivat istua ja keskustella rauhassa kanssamme.

Tämä näinkin yksinkertainen teko yhdistettynä vielä siihen tosiasiaan, ettemme 90-luvun kriisivuosina olleet nostaneet pankkitukia, osoittautui vahvaksi argumentiksi. Vieläkin tärkeämpää oli, että jo vuodesta 2004 lähtien asiakkaillemme esittelemämme Premium Banking -konsepti ei kuulostanut vain uskottavalta vaan myös järkevältä.

- Maailma ja asiakkaat olivat muuttuneet ja tuolloin oli täysin oikea aika tarjota kattava palvelukokonaisuus, joka käsitti sijoitukset, rahoituksen, elämykset ja turvallisuuden. Lisäksi se oli konkreettinen tapa näyttää, mitä *suhdepankki* oikein tarkoitti, Wiklöf toteaa.

Tämä oli myös tervettä harjoitusta pienen pankin itsetunnolle. Vuonna 1987 pankki oli Suomessa ensimmäinen Private Banking -konseptillaan ja runsaat 15 vuotta myöhemmin pankki kulki aallonharjalla kohti uutta pohjoismaista pankkistandardia. Ålandsbanken sai pitää oman konseptinsa seitsemän vuotta. Vuonna 2011 Peter Wiklöf huomasi, että Swedbank oli liittynyt seuraan omalla *Premium Banking* -versiollaan.

- Nimi ei ole ehkä kaikista omaperäisin, mutta harmistuin Swedbankin vedosta ja lähetin kirjeen pankin toimitusjohtajalle Michael Wolffille pyytäen heitä vaihtamaan palvelunsa nimen.

Ennen kuin Wiklöf sai vastauksen pyyntönsä, Premium Banking -nimi alkoi jo yleistyä siellä täällä. Myös Nordea ja Aktia olivat sitä mieltä, että nimi sopisi myös heille. Peter Wiklöf sai tyytyä huokaisemaan ja kohauttamaan olkapäitään.

- Alkuperäinen on kuitenkin paras, hän sanoo hymyillen.

Ehkä näin, mutta se että on paras suurpankkien Suomessa, on tietenkin hyvä asia. Jalansijan saaminen Pohjoismaiden kovimmilla rahoitusmarkkinoilla on jo aivan toinen asia.

"Lähetin kirjeen toimitusjohtaja Michael Wolffille ja pyysin heitä vaihtamaan nimen"

## Sanningen om Ålandsbanken

100 tarinaa 100 vuoden ajalta

### Joakim Enegren

Annika Lundqvistin, Leo Löthmanin ja Teo Tuomisen avustuksella.