

Release

EN TIDNING FRÅN RBS NORDIC REGION

#2 · JUNI 2013

Vill bli mer populär

SBAB:s Carl-Viggo Östlund tar en match mot privatkundernas låga förtroende för bankerna.
Sidan 3

Personligt bemötande

Stora företag får relationsfokuserad kundservice inom cash management.

Sidan 8

Norskt under ytan

Aker Solutions jobbar på havsbotten över hela världen.

Sidan 10

Nära kunderna

Markus Jennemyr är problemlösaren som triggas av konkurrens.

Sidan 12

Gränslös banking

DET SENASTE ÅRET har jag rest en hel del. Som regionansvarig i en bank med verksamhet i 38 länder är det en naturlig och mycket givande del av jobbet. Vi sidan av många möten med kollegor i London har jag besökt intressanta länder som Polen, Ryssland, Turkiet och Förenade Arabemiraten.

ATT RESORNA HAR gått just dit förklaras av att våra kunder har sin marknad där.

VARJE GÅNG JAG är ute och reser blir jag imponerad när jag träffar de nordiska företagen på plats och upplever dynamiken i deras internationella expansion. Det blir en påminnelse om hur framgångsrika och respekterade dessa företag är utanför Sveriges gränser. Faktum kvarstår att Norden har en oerhört hög andel internationella bolag i förhållande till sin folkmängd och våra länders ekonomier.

ATT LÄMNA NORDEN tydliggör också en särskild aspekt av den tilltagande globaliseringen, nämligen en ökad samordning. Regelverk är fortfarande till stor del lokala. Samtidigt skapas nya ramverk som tillämpas oberoende av gränser. Ett exempel är Europas gränslösa betalningssystem SEPA. Från bankens sida kan vi underlätta införandet av de nya processerna.

RESORNA VÄCKER OCKSÅ stolthet över att få representera en bank med ett så omfattande nätverk. Våra lokala medarbetare bidrar praktiskt till att kunderna når målen på sina prioriterade marknader. Det är den bästa belöning man kan få som bank, att i stort som smått kunna bistå kunderna att uppfylla sina visioner.



Reinhold Geijer
Reinhold Geijer
Head of RBS Markets
and International
Banking Nordic Region

Release

En tidning från RBS Nordic Region till kunder, partner och medarbetare.

Adress: Box 5324
(Strandvägen 1),
102 47 Stockholm

Ansvarig utgivare:
Anna Fall

Produktion: Kung & Partners

Redaktör: Anneli Kamlin
Layout: Säflund Designers

Omslagsfoto:
Håkan Lindgren

Tryck: Åtta.45, Solna

Tidningen kan beställas på
• rbs.nordic@rbs.com
• tel +46 8 506 197 00

Går som tåget på
finansmarknaden.



FOTO: NSB

Norsk järnväg satsar på franc

DEN STATLIGA NORSKA järnvägsoperatören Norges Statsbaner, NSB, har finansierat sig genom en obligation på 125 miljoner schweizerfranc med en löptid på tio år. Det är den första emissionen i denna valuta från en norsk emittent på lång tid.

- Schweiz är ett land där man uppskattar både tåg - där finns ett utmärkt järnvägsnät - och norska emittenter. Det gör NSB:s obligationer till attraktiva investeringar, säger Sverre Sivertsen, kundansvarig

för NSB på RBS.

NSB har sedan år 2000 regelbundet genomfört emissioner i Schweiz.

- Det är en bra nischmarknad i en diversifierad portfölj för företag med bra rating.

RBS har som ensam bank hanterat emissionen. Obligationen har den längsta löptiden för NSB någonsin på denna marknad och den lägsta räntan, 1,125 procent.

Ungdomlig utveckling för RBS

RBS HAR INLETT ett samarbete med Mentor, en ideell organisation som jobbar med mentorskap för unga mellan 13 och 17 år.

- Det är viktigt för oss att engagera oss i sammanhang där vi gör samhällsnytta. RBS har en övergripande ambition att arbeta med CSR, corporate social responsibility, särskilt när det gäller utveckling för ungdomar, säger Anna Fall,

marknads- och kommunikationschef för RBS i Norden.

- Dessutom ger samarbetet med Mentor en möjlighet för våra medarbetare att, som volontärer, göra någonting helt annat än det vanliga på sin arbetstid, vilket är berikande och ger nya perspektiv.

Bankens medarbetare kan träffa ungdomarna i grupp på olika sätt eller vara mentor åt en person under ett år, med månadsvisa möten som läggs upp som man vill.

- Tanken är att vara en vuxenkontakt som kompletterar föräldrar etc. Någon som tar sig tid att lyssna, säger Anna Fall.



Anna Fall, marknads- & kommunikationschef för RBS i Norden.



Ha mod och våga göra annorlunda

Text: Anneli Kamlin Foto: Håkan Lindgren

Att kunderna ska gilla banken är det främsta målet för SBAB:s VD Carl-Viggo Östlund. Det tidigare bolåneinstitutet satsar på att bli vardagsbank för fler privatpersoner.

Skippar krångel

EN REGNIG VÄRDAG sprang SBAB:s VD Carl-Viggo Östlund i mål på Norrmalmstorg, mitt i Stockholms finansiella centrum. Det var slutspurt på en 40 mil lång stafett från SBAB:s kundtjänst i Karlstad till Stockholm som engagerat drygt

100 sportiga medarbetare. Syftet var att uppmärksamma SBAB:s omprofilering och frågor som berör hela banksektorn, enligt Carl-Viggo Östlund.

- Jag hade hoppats att storbankernas direktörer skulle ha gjort mig

sällskap, men det var tyvärr ganska ensamt där på torget. Det är viktigt att vi får igång en dialog om de problem vi står inför, säger han.

- Privatkunderna ser i dag väldigt negativt på bankerna. Allt vi gör misstänkliggörs, vilket gör att vi



» bedöms på fel sätt. Därför måste vi agera. Det är nyttigt att bankerna granskas, men olyckligt om vi är föremål för ett så starkt misstroende.

Han konstaterar att bolåneräntorna är historiskt låga.

– Trots det diskuterar man om vi tar ut för höga priser. Numera är det praxis att visa vilka marginaler som finns på bolånen, det vill säga skillnaden mellan våra kostnader för lånen och de räntor vi tar ut. Som det ser ut nu på marknaden är denna öppenhet nödvändig för att återskapa något av förtroendet, menar Carl-Viggo Östlund.

”Den goda position vi har på lånemarknaden ska vi utveckla för att sälja fler tjänster”

– **DET ÄR EN** exceptionell situation. Ingen frågar Ikea, H&M eller den lokala ICA-handlaren hur mycket de betalar i inköpskostnad för sina varor. Det är bara bankerna som har så dåligt rykte att de måste vara helt öppna.

Denna transparens ser alltså Carl-Viggo Östlund som ett sätt att göra kunderna mer välvilligt inställda. Ett annat är att ändra sättet att kommunicera.



– Att värderas lågt kostar, säger Carl-Viggo Östlund.

– Kundernas missnöje är en följd av årtal med systemfel. Vi har tidigare tänkt för mycket inifrån och ut, i stället för utifrån och in. Vi kan inte fortsätta tala fikonspråk utan ska prata så att folk begriper. På finansspråk kallas till exempel en tremånadersränta för ”rörlig”. Det är inte självklart för en

lånekund – räntan är ju låst i tre månader. Och hur många vet egentligen vad ett pantbrev är?

DET FINNS VISSLERLIGEN andra branscher med krävande språk, till exempel elektroniksektorn, men där är kunderna mer förlåtande, menar Carl-Viggo Östlund.

Emission styrkebesked för SBAB

Som ett led i sin egen upplåning gav SBAB i slutet av april ut en senior secured bond, en icke säkerställd obligation, på 750 miljoner euro. RBS var arrangör.

– **DET VAR ETT** styrkebesked. Emissionen övertecknades mer än tre gånger och villkoren var väldigt fördelaktiga för oss. Investerarna värderar uppenbarligen att vi är ett stabilt företag med låg risk och dessutom från Sverige, en attraktiv

marknad, säger Carl-Viggo Östlund. – Obligationen var både vältajmad och välplacerad.

Tidigare har SBAB:s upplåningsstrategi inneburit att 50 procent lånas i Sverige och 50 procent utomlands.

– **DET ÄR EN** kombination av obligationer med bolånen som säkerhet, icke säkerställda obligationer samt certifikat av olika slag. Vi har diversifierat oss på olika geografiska marknader.

Nu ska förhållandet mellan utländsk

och svensk upplåning ändras.

– Allt vi lånar upp i utländsk valuta måste swappas till kronor, vilket stökar till det i vår resultaträkning. Valuta-beräkningarna påverkar resultatet kortsiktigt och gör det svårttytt, säger Carl-Viggo Östlund.

Han räknar med att den utländska upplåningen ska fortsätta, men andelen sjunka till cirka 30 procent.

– Eftersom vi satsar på att öka inlåningen från våra kunder ger det en större finansiering i svenska kronor.

– Återigen, det låga förtroendet innebär att vi måste anstränga oss mer. Att värderas lågt kostar. Dessutom är banktjänster en låg-intresseprodukt.

SBAB satsar nu hårt på att bli ett intressant alternativ till storbankerna i privatsegmentet.

– **DEN GODA POSITION** vi har på låne-marknaden ska vi utveckla för att sälja fler tjänster.

SBAB grundades 1985 och växte sig starkt som bolåneinstitut under 1990-talet. Sedan 2010 är SBAB formellt en bank. Verksamheten har utökats med andra typer av lån samt sparkonton. I mars sjösattes tre egna sparfonder med olika riskprofil och i april fondprodukten SBAB Fri. Nästa steg blir att erbjuda betalningstjänster.

– När dessa delar är på plats kan vi täcka alla konsumentens behov. Omställningen innebär att vi kan bli kundernas förstahandsval när det gäller att spara, låna och betala, säger Carl-Viggo Östlund.

Enkelhet är ytterligare ett ledord i denna process.

– **JÄMFÖR TILL EXEMPEL** med försäkringsbranschen, som lyckats återskapa förtroendet, framför allt när det gäller sakförsäkringar. De har arbetat proaktivt och gjort hanteringen kring skadereglering mycket smidigare.

– I vårt fall får vi en hel del hjälp av tekniken, som förenklar kontakterna med banken och gör upplevelsen mer positiv. Kundupplevelsen är helt avgörande, eftersom själva produkten är en stapelvara.

SBAB ÄGS AV staten, och det är väl känt att vissa politiker vill att företaget ska säljas.

– Men just nu står vi inte på någon säljlista. Vårt fokus i företaget ligger på att driva och utveckla verksamheten på bästa sätt. Det kan dock bli aktuellt med en avknoppning av den del som är inriktad på företag, säger Carl-Viggo Östlund. ✕

SAS håller koll på likviditeten.



Styr upp flöden

Text: Tove Gyllenstierna **Foto:** Håkan Lindgren, Knut Lövvstuhagen, SAS Group

I tuffa tider sätts företagets likviditet under lupp. Inom SAS har man lyckats strama upp kassaflödena och fått bättre kontroll genom att systematiskt arbeta med likviditetsprognoser.

I november förra året lanserade SAS sin omfattande plan för att förbättra lönsamheten och säkerställa en långsiktig finansiell beredskap. Företagets alla fackliga parter skrev under nya kollektivavtal som innebar bland annat lönesänkningar, utökade veckoarbetstider, ändrade regler för semester och höjd pensionsålder. Personalstyrkan hade innan dess kraftigt bantats under en lång rad av år.

SOM ETT LED i planen att förbättra lönsamheten inleddes redan i april 2012 en process där målet var att förbättra likviditetsprognoserna i SAS koncernen.

– Det är alltid viktigt att ha kontroll på sina kassaflöden, men det blir ännu viktigare i tuffa tider, säger Åsa Fredrikson, Director Cash Management SAS.

Både före och efter veckorna i

november har hon och hennes kollega Anita Westermarck arbetat hårt med att skapa bättre likviditetsstrukturer.

LIKVIDITETSPROGNOSEER HAR man använt sig av sedan länge inom SAS – en långsiktig, där likviditeten prognostiseras på ett års sikt med månatliga uppdateringar och en kortare för de närmaste dagarna. För att skapa ännu bättre kontroll infördes för ett år sedan ytterligare en likviditetsprognos – Short Term Cash Flow Forecast – på 13 veckors sikt som uppdateras och analyseras varje vecka.

– Vi har drygt 30 rapportörer på olika håll i bolaget. De levererar veckorapporter från sin marknad på basis av olika externa och interna faktorer som påverkar ett flygbolag som SAS. Faktorer som påverkar likviditeten är bland annat bränslekost- »

Anita Westermarck och Åsa Fredriksson är nogra med prognoserna.



» nader, valutafuktuationer, SAS kampanjer och det allmänna konjunkturläget, berättar Anita Westermarck, Assistant Director Cash Management. Hon och Åsa Fredriksson för en ständig dialog med rapportörerna och sammanställer deras prognoser till en rapport, som skickas vidare till SAS ledning, vilket säger något om dess betydelse. – De övriga likviditetsprognoserna används av Treasury som underlag för SAS valutahedging samt hantering av den dagliga likviditeten, 13-veckorsprognosen ger oss en bra överblick av hela verksamheten, förklarar Åsa Fredriksson.

MAN KAN SE att trafikintäkterna styrs i mycket hög grad av hur helgdagar ligger placerade i almanackan. – Vi kan också avläsa att väldigt få bokar under veckosluten, säger Anita Westermarck. Inom flygbranschen är flygbränslet och dollarpriset de mest betydande ekonomiska faktorerna på utgiftssidan. De flesta SAS-biljetter köps i skandinaviska valutor, så en låg dollar och starka skandinaviska valutor är det mest gynnsamma.

Åsa Fredriksson tror att det inte är så vanligt att företag använder sig av så pass detaljerade rapporter som rapporteras och följs upp varje vecka.

”Det är alltid viktigt att ha kontroll på sina kassaflöden, men det blir ännu viktigare i tuffa tider”

– Det ligger mycket arbete bakom. Men vi får en mycket bra kontroll över vår likviditet, säger hon.

När SAS hade arbetat med prognoserna i ett kvartal gjordes en grundlig analys.

– VI KUNDE KONSTATERA att prognoserna låg mycket nära utfall, särskilt under de första veckorna. Analysen hjälpte oss också att få en samsyn kring rapporteringen, allt för att rapporterna ska bli mer träffsäkra, säger Åsa Fredriksson.

Prognoserna har visat på förbättringspotentialer när det gäller att

strama upp betalningsflödena.

Förutom likviditetsprognostisering arbetar SAS Cash Management avdelning bland annat med att hantera nya betalningslösningar, fullmakter, garantier samt cash pool strukturer, där man tar hem och samlar betalningar från andra länder i en enda valuta på ett och samma ställe. RBS hjälper SAS med detta utanför Norden.

INOM RBS SER man hur det i dagens ekonomiska klimat har blivit ännu viktigare för bolagen att hantera likviditeten.

Kunderna erbjuds därför lösningar som:

- lokala, regionala eller globala cash pooler i en eller flera valutor
- ränteoptimerings program för länder och valutor med valutaregleringar och/eller kortsiktiga placeringsalternativ
- supply chain finance-strukturer för att frigöra arbetande kapital

– FÖR SAS HAR vi satt upp en global zero balance-cash pool som ger moderbolaget full tillgång till och full inblick i koncernens globala likviditet i olika valutor, berättar Charlotta Damberg på RBS Transaction Services. ✕



Sjöfartsnytt

Text: Anneli Kamlin Foto: Andreas Skogh

Varsam modernisering av ett välkänt byggnadsminne har givit Sjöfartsverket effektivare lokaler.



LJUST OCH FRÄSCHT har det blivit i gamla Lithografen, den borgliknande profilbyggnaden i rött tegel på Östra Promenaden i Norrköping. Fastigheten har Sjöfartsverket som största hyresgäst.

– Vi har fått moderna och mer inspirerande lokaler som utnyttjas bättre, säger Sjöfartsverkets chefsjurist Gunilla Malmlof.

Ett av skälen till förnyelsen var att Sjöfartsverket har förändrat sin organisation.

– Att byta lokaler helt skulle ha blivit

dyrt. När fastighetsägaren, RBS Nordisk Renting, var beredd att diskutera fram en bra lösning där vi avstod från vissa ytor valde vi den.

EN PAMPIGA BYGGNADEN skapades 1909–1911 för Lithografiska Aktiebolaget i Norrköping och var då en av Sveriges största industrifastigheter. På 1960-talet gick företaget upp i Sveriges Litografiska Tryckerier, ESSELTE, som flyttade ut 1972. Fastigheten är klassad som byggnadsminne.

För Sjöfartsverket har en drivkraft bakom ombyggnaden varit att öppna för dialog, genom öppna landskap.

DE FYRA VÄNINGSPLANEN har fått enhetlig färgsättning samt ny inredning.

– Den nya miljön har överlag tagits emot väl, även om det alltid finns en viss inkörningstid när man flyttar från eget rum till kontorslandskap. Det underlättar att det finns tysta rum och är gott om ljuddämpande material, säger Gunilla Malmlof. ✕

Manouk Goetsch jobbar globalt för nordiska kunder.



Text: Anneli Kamlin Foto: René Castelijn

Nordens centrum finns i Rotterdam

Kunderna ska känna sig omhändertagna. Det är drivkraften bakom RBS kundservice inom Transaction Services.

Ett stenkast från järnvägsstationen i Rotterdam ligger den glasklädda byggnad där RBS har ett av sina europeiska centrum för betalningstjänster.

– Affärer över nationsgränserna är i högsta grad temat i mitt team, säger Manouk Goetsch på RBS.

Hon ansvarar för en nyinrättad kundservice för de största globala nordiska kunder som har komplexa strukturer för cash management. Detta kundserviceteam sitter tillsammans med flera av de specialistfunktioner som rent konkret arbetar med att få betalningsflödena att fungera.

KUNDSERVICE ÄR EN nyckelfunktion i sammanhanget, eftersom betalningar mellan aktörer och länder är blodflödet i många stora företag. Kärvarv flödet kan konsekvenserna vara långtgående.

– Tyvärr måste man räkna med att

vissa saker blir fel ibland, det är naturligt när det gäller cash management med hundratusentals betalningar varje dag. Det intressanta är vad som händer när det blir fel, säger Manouk Goetsch.

– **RBS ÄR EN** stor global bank, vilket innebär att det ofta är många enheter inblandade i ett ärende. Det vi gör här är att erbjuda personlig service. Många problem löser vi direkt. Om det behövs kontakter vi andra delar av banken för kundernas räkning.

Ett professionellt, varmt och vänligt

bemötande är vad kunderna kan förvänta sig.

– Vi vill att de ska känna sig omhändertagna, säger Manouk Goetsch.

Den bärande principen bakom denna kundserviceenhet är att kunden har en och samma kontaktperson in i banken, oavsett vad ärendet gäller.

– **MED ETT TRADITIONELLT** arbetssätt skulle jag skicka frågan vidare in till nästa led. Att en person behåller helhetsansvaret gör det lättare för kunden att få återkoppling.

Servicen har skapats särskilt för RBS nordiska kunder.

– De stora nordiska företagen är verksamma globalt och har flerdimensionella betalningslösningar. De ställer höga krav på service, vilket hänger ihop med att de själva har väl utvecklade system och rutiner. Vi vill gärna gå dem till mötes, säger Manouk Goetsch.

Förfrågningar kommer oftast med e-post. För mer rutinmässiga förfrågningar finns också en kundservice on-line. Via denna får kunderna själva

direkt kontakt med sin kontaktperson.

– Oftast ringer jag upp för att diskutera saken vidare. När det gäller komplicerade frågor kan det vara mer klagörande att talas vid än att maila. Återigen ligger fokus på ett personligt bemötande. Vi vill att kunderna ska känna att vi jobbar med dem, inte emot dem, säger hon.

– Givetvis finns det ibland saker som inte kan lösas, till exempel på grund av regelverk och systemens uppbyggnad, men vi tar alltid kundernas situation på allvar och försöker hitta alternativ.

Ambitionen är också att agera proaktivt, det vill säga stötta kunderna i att förebygga problem.

– **GENOM DE NÄRA** kontakterna lär vi känna företagen väl och kan i ökande grad föreslå åtgärder i förtid. Vår kontakt med kunderna är frekvent. När vi lär känna dem utan och innan förstår vi deras behov bättre.

I alla RBS samarbeten inom Transaction Services spelar relationer en viktig roll.

– Det är ett stort förtroende vi får.



Varmt och vänligt är nyckelord för kundservicen.

Översyner av cashflowstrukturer görs av de flesta storföretag högst vart tredje år, så samarbetena är långa. Vi vet att kundens upplevelse av våra tjänster är väldigt viktig. Är relationerna inte bra på lång sikt är de helt enkelt inte bra. Glädjande nog går dock vissa av våra samarbeten så långt tillbaka som till 90-talet, säger Cathrine Sandgren, ansvarig för RBS Global Transaction Services i Norden. ✕

"Smidigare och roligare"

SSAB



Anna Norfjell, SSAB.

– **DET ÄR EN** stor fördel att ha kontakt med en enda person som är väl insatt i vårt företag. Det gör processen smidigare och vi kan arbeta mer effektivt, säger Anna Norfjell, cash manager på SSAB.

Vid sidan av finansfunktionen i Stockholm kontaktas RBS kundservice även av SSAB:s dotterbolag.

– Att alla våra medarbetare talar med samma person på banken underlättar. Ett extra plus är att vi hinner utveckla en personlig relation. Allt blir både enklare och roligare med någon man känner.

Snar respons uppskattas också.

– Vi kan maila felanmälningar direkt inifrån det elektroniska bankssystemet, vilket innebär att bakgrundsinformation inte behöver skickas separat. Detta i kombination med att kundservicen är tillgänglig längre än 9–17 gör att lösningarna levereras snabbt.

HOLMEN



Marie Nilsson, Holmen.

HOLMEN ÄR ETT av de företag som anlitar RBS för sina internationella penningflöden. I Europa har Holmen cash pool-konton med banken i Belgien, Frankrike, Holland, Irland, Italien, Spanien, Tyskland och Österrike.

– Vi har en komplex verksamhet och det betyder mycket för oss att kontakterna med vår bank går smidigt. Vi vill gärna ha en koordinator som hanterar samtliga länder och frågeställningar, säger Marie Nilsson på Holmens finansavdelning.

– Det väldigt viktigt att få hjälp snabbt när det uppstår problem.

Sedan ungefär ett år har Holmen tillgång till den nyinrättade Client Service-funktionen.

– Vi är mycket nöjda med denna lösning, säger Marie Nilsson.

Malaysia är en strategisk plats för norska Aker Solutions, som arbetar mot oljeindustrin. Här finns navet för den asiatiska verksamheten. Ett mångårigt samarbete med RBS underlättar de ofta komplexa affärerna i området.



Text: Anneli Kamlin Foto: Aker Solutions / Hjalmar Otto Fjøsne

Asiatiskt nav

En julgran är central för verksamheten, men knappast i första hand en plats för glittriga dekorationer. Åtminstone för dem som arbetar inom olje- och gasindustrin.

Branschbegreppet julgran används där för ett komplicerat system av installationer som styr oljeproduktionen på havsbotten under själva oljeriggen.

– Det är väldigt mycket som pågår under vattenytan. Själva plattformen är bara som toppen på ett isberg, säger John-Ole Haegeland, corporate treasurer på Aker Solutions.

”Själva plattformen är bara som toppen på ett isberg”

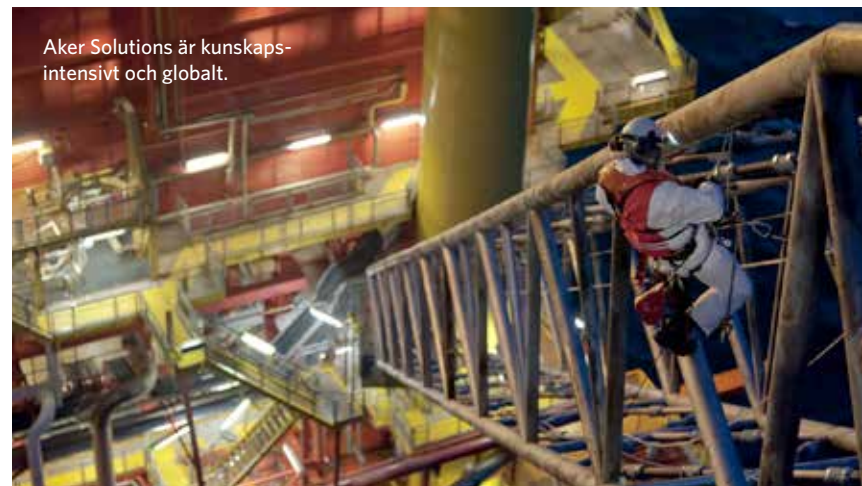
Aker Solutions, med bas i Oslo, har världen och inte minst världshaven som arbetsfält. Företaget förser olje- och gasindustrin med produkter, lösningar och service. Tjänsterna spänner över hela kedjan av produktion, från det att fyndigheten upptäckts och vidare så länge den utnyttjas. Fokus ligger på oljefält under vattenytan.

– Vi är ett kunskapsintensivt företag. Ingenjörerna är vår ryggrad, säger John-Ole Haegeland.

Aker Solutions har sitt ursprung i en mekanisk verkstad som startades på 1800-talet mitt inne i Oslo. Dagens restaurangtöta område vid Oslofjordens strand som nu heter Aker Brygge har sitt namn därifrån.

ETT VIKTIGT SKIFTE för företaget kom på 1960-talet, då olja hittades i Nordsjön och skapade en viktig inkomstkälla för Norge. Även Aker drogs till oljeindustrin och levererade bland annat

Aker Solutions är kunskapsintensivt och globalt.



oljeriggen Ocean Viking, som användes för att utvinna oljan på Ekofiskfältet, då världens största oljefyndighet till havs.

FÖR ATT KUNNA klara de tuffa förhållandena till havs krävdes avancerade tekniska lösningar. På detta blev Aker Solutions pionjärer, och där ligger nu fokus, efter en period av renodling och omstöpningar.

– Vi går i täten för att ta fram nya tekniska lösningar som ökar effektiviteten och gör det möjligt att producera olja i svårtillgängliga områden, säger John-Ole Haegeland.

ASIEN ÄR ETT av de hetaste områdena för Aker Solutions och Malaysia är navet i den asiatiska verksamheten.

– Vi har totalt nio olika legala enheter i landet, bland annat ett antal sammansättningsfabriker samt ingenjörshus.

Aker Solutions har sedan länge en stark relation med RBS när det gäller finansiering och ett antal andra tjänster.

– Våra primära kontakter är med kundansvariga i Oslo samt experter i London. På båda dessa ställen finns kunskap om vår bransch, säger John-Ole Haegeland.

– **DET GER OSS** också stordriftsfördelar att arbeta med en så stor global bank.

RBS nätverk står till Aker Solutions förfogande. Det gäller inte minst i Malaysia, där RBS finns på plats.

– En viktig del av samarbetet är cash management. Det har alltid varit

prioriterat för oss att ha kontroll över flödena. Vi behöver även hjälp med valutasäkring och swappar. De flesta av våra kontrakt är i dollar, men vi har stora kostnader i malaysiska ringit. Garantier är också ett centralt område.

– **VÅRA LEVERANSER ÄR** av stor strategisk betydelse för kunderna inom oljeindustrin. Om vi skulle misslyckas med att leverera skulle det orsaka stora problem för dem. Därför är det branschpraxis att de kräver bankgarantier från oss för att säkra upp att kunna få kompensation för en del av kontraktet.

John-Ole Haegeland värderar den kunskap som finns på RBS om regionen.

– Asien är mycket komplicerat att göra affärer i. Det finns ju inte bara ett utan åtskilliga legala system som skiljer sig mycket åt. Att ha en nära bankrelation på hemmaplan som samtidigt kan den lokala marknaden är viktigt. ✕

FAKTA

Aker Solutions

Verksamhet: Tekniska lösningar för olje- och gasindustrin

Antal anställda: 22 000

Omsättning: 45 miljarder norska kronor (2012)

Verksam i: Ca 30 länder

Startat: 1841, som Aker Mekaniska

Reflektioner

Pär Magnusson
Chefsekonom, RBS Norden



FOTO: HEINZ ANGERMAYR

In i dimman

FÖR ETT TAG sedan kunde man läsa om en kommunal tjänsteman i Landskrona. Han hade förmodligen varit ute och kört bil en tidig morgon och blivit hänförd av den vackra morgondimman över den skånska slätten: Tänk om det alltid kunde vara så trolskt?

Eftersom trenden med märklig utsmyckning av rondeller dessutom fortfarande frodades - även i Landskrona - dröjde det inte länge innan kommunen fick sin första rondelldimmaskin.

Men snart började svårigheterna. Problemet med dimma är just att sikten blir ganska dimmig. När bilförare skulle ge sig in i rondellen blev de mer försiktiga. Och när de skulle svänga ut var det svårare att hitta utfarterna. Långsammare körning, trafikstockning och inte minst krockar uppstod.

Vem vill ge sig in i en sådan rondell?

Jag erinrade mig rondelldimmaskinen när jag tog del av EU:s förslag om skatt på finansiella transaktioner. Att göra den finansiella infrastrukturen mindre transparent är att göra det mycket svårare att färdas där. Det innebär att folk kommer att bli mindre benägna att göra affärer, vilket kommer att leda till att prissättningen blir mindre effektiv. Sämre priser kommer i slutändan leda till att sparare och investerare kommer att gå på rejäla smällar.

Ibland är det bättre att idéer om trolska dimmor förblir på idéstadiet. Tyvärr visar erfarenheten att det krävs olyckor innan den insikten träffar beslutsfattarna. ✕

Medarbetarporträtt: Markus Jennemyr



kunders olika behov, säger Markus Jennemyr.

– Men för att förstå – och förutse – vilka dessa behov egentligen är, är det mycket viktigt att vi har en nära kontakt med våra kunder. En av våra viktigaste konkurrensfördelar är vår lokala närvaro. Det är lätt för oss att besöka kunden, eller som i dag, att ta en informell fika efter jobbet.

ATT SPÅRA UPP nya möjligheter och hitta lösningar är det som Markus Jennemyr ser som sitt uppdrag och sin specialitet. Han tycker om ”detektivdelen” i sitt jobb.

– Det som verkligen triggat mig är när vi identifierar ett behov innan konkurrenterna gör det och sedan kan erbjuda en gynnsam lösning för kunden genom att utnyttja den expertis som våra kollegor runt om i världen besitter. Det är min största belöning, säger han.

En annan viktig konkurrensfördel, enligt Markus Jennemyr, är att RBS kan erbjuda sina kunder dialog och perspektiv när det gäller frågor om globala regelverk.

– Med hjälp av vår närvaro både i Bryssel och i övriga världen har vi både insyn och verktyg som kan hjälpa bankerna att hantera sina balansräkningar, säger han.

– Som ett resultat av det ”acid test” RBS har gått igenom arbetade vi också tidigt med att optimera vår egen balansräkning för att anpassa oss till nya regelverk. Det innebär att vi har värdefull erfarenhet att dela med oss av. ✕

”Mycket viktigt att vi har nära kundkontakt”

Text: Helene Murdoch **Foto:** Håkan Lindgren

Efter 15 år i London har Markus Jennemyr flyttat hem. En starkt bidragande orsak var jobbet som chef för RBS Financial Institutions Coverage team.

Mitt jobb handlar i grunden om relationer, och det gäller ju faktiskt för hela bankbranschen nu för tiden. Vi måste naturligtvis erbjuda våra kunder de produkter de behöver till rätt pris, men det är genom att göra bra saker med ett långsiktigt perspektiv som vi vinner våra kunders förtroende, samtidigt som det öppnar möjligheter för fler affärer på en allt tuffare marknad, säger Markus Jennemyr.

I **NOVEMBER 2011** började han på sitt nya jobb hos RBS i Stockholm som chef för FI Coverage i Norden. Bland kunderna finns banker och försäkringsbolag i Norden, men också regeringar och andra representanter för den offentliga sektorn. Med stöd från RBS ledande rättestående instrument och globala nätverk arbetar Markus Jennemyr och

hans team nära kunderna för att förstå deras behov av finansiering, investeringar och riskhantering och erbjuda skräddarsydda lösningar.

– **MED RBS KOMPETENS** både produktmässigt och geografiskt, i kombination med tillgången till globala kapitalmarknader, har vi verktygen för att möta våra

I KORTHET

Markus Jennemyr

Född i: Kalmar, Sverige. Uppväxt i Vietnam och Stockholm.

Familj: Fru från Sydafrika, 4-årig dotter och 1-åriga tvillingar.

Fritid: Familjen, skidåkning, resor, musik och fotografering – ”en riktig pryllhobby”.

Bästa reseminne: En 3-månaders jordenrundresa med hustrun och den då 2 år gamla dottern.

Hejar på: Chelsea Football Club – även om säsongsbiljetten nu bytts ut mot att se matcherna på tv när barnen har somnat.