

TOPSCORER: JYSKE BANK SPURTER FREM I PRIVATE BANKING

Tema om private banking: Jyske Bank går i dette års private banking Survey markant frem på alle målepunkter, både markedsandele, kundernes bedømmelse af servicekvaliteten og på kundeandel, der overvejer at flytte til en anden bank. Chefredaktør Morten W. Langer har interviewet Jyske Banks private banking-direktør Christian W. Andreasen om fremgangen.

TEMA

I Økonomisk Ugebrevs årlige survey om danskernes syn på deres private banking er der sjældent de store udsving i bedømmelserne, men det er der i år: Jyske Bank udskiller sig positivt på alle målepunkter: Markedsandelen rykker frem til 12 pct. mod tidligere år omkring otte pct.

Banken rykker også frem på bedømmelsen af servicekvalitet, dog også efter en god score sidste år. Banken har lagt yderligere afstand til de andre bankers private banking, som lå med fremme sidste år på servicekvaliteten.

Endelig – og det er nok det vigtigste signal: Kun 14 pct. af bankens private banking-kunder overvejer at flytte. Det er meget lavt i forhold til de fleste andre større danske banker. Som f.eks. 38 pct. for Nykredit.

For Jyske Bank er billedet endnu mere tydeligt, hvis man kun ser på kunder med en investeringsformue på over 20 mio. kr. Her overvejer kun otte pct. at flytte. Så der er sket et eller andet hos Jyske Bank de seneste år ifølge bankens private banking-direktør Christian W. Andreasen.

Han bekræfter, at Jyske Bank har haft netto tilvækst af nye private banking-kunder de seneste år, og han kan også nikke genkendende til en markedsandel omkring tolv pct. Kun overgået af Danske Bank, Nordea og Nykredit efter overhaling af Sydbank.

“Vi har især fået mange nye kunder i Hovedstaden de seneste år, efter at vi endeligt har fået sammenlægningen med Handelsbanken på plads. I den proces har vi anvendt mange kræfter på at få Handelsbankens private banking-kunder godt integreret i banken. Men de seneste år har vi haft kræfter til at gå mere offensivt til værks, og det har også givet os større synlighed i markedet,” siger han.

Ifølge Andreasen sker der generelt en formuestigning i det danske samfund, ikke mindst blandt de mange jyske ejerledere, hvor stadig flere sælger deres virksomheder. Antallet af potentielle private banking-kunder med en større formue er stigende.

“Vi har i samarbejde med vores erhvervsafdeling arbejdet intensivt på også at servicere vores erhvervs-kunder, som ofte er ejerledere, med privatøkonomisk rådgivning, og det sker jo typisk i vores private banking afdeling. Virksomhedsejerne og topledelseerne har jo også en privatøkonomi, og derfor er det naturligt, at vi også søger at service vores kunder med denne vinkel.” Jyske Bank har de seneste år investeret massivt i at understøtte rådgivning og opgradering af rådgivernes kompetencer.

STILLER KRAV OG ER KRITISKE

“Og så lægger vi meget vægt på, at kundernes økonomiske interesse skal gå foran bankens økonomiske interesse. Vi forsøger dermed at gøre op med historien om, at rådgiverne først og fremmest varetager bankens interesser. Vi tror på, at vi får den bedste langsigtede kunderelation ved at fremhæve, at kunden gør først. Og derfor vil det også være i bankens langsigtede interesse.”

Andreasen ser dog ingen foræringer, når det gælder om at fastholde og kapre nye kunder inden for private banking. “Det er et meget konkurrencepræget marked. Men det er også et marked, hvor kunderne ofte skifter eller overvejer at skifte. Det fremgår jo af jeres survey. Derfor er der også mulighed for at udnytte nogle muligheder her, fordi privat banking kunder nok er mere kritiske og kravstillende end almindelige bankkunder, og det er også helt naturligt, fordi de jo betaler for det.”

Han oplyser, at Jyske Bank stiler mod at tage yderligere markedsandele. “Men det er et behårdt marked, hvor der både konkurrencepres på priser, på kvaliteten af service og andre tillægsydelser. Vi ser også, at stadig flere vælger at have uafhængige rådgivere uden for bankverdenen, og det er jo også noget, vi skal forholde os til. Vi kan jo ikke sige, at vi er helt uafhængige, og derfor har vi også besluttet, at vi skal sætte kunderne først.”

Andre banker, som ifølge Økonomisk Ugebrevs Survey har taget markedsandele de seneste år, er Nordea med en lille fremgang til 13 pct. – efter at have ligget i intervallet mellem 11 og 15 pct. de seneste fire år. Landbobanken synes nu at have bidt sig fast med en markedsandel på seks pct.

Endelig har Nykredit med en markedsandel på 16 pct. overhalet Nordea, efter at Nykredit har kunnet sammenlægge sidste år markedsandel på ti pct. med Sparnords markedsandel på syv pct.