

Privatmarked

Sammen med produktleverandører og datterselskaper tilbyr Privatmarked et bredt spekter av finansielle produkter og tjenester. Vår ambisjon er å gi kunder trygghet og oversikt, og være der når kundene trenger oss. I SpareBank 1 SMN skal vi sørge for å være best på å kombinere den lokale nærheten og den digitale enkelheten på en måte som utgjør en forskjell i folks hverdag og gjennom de ulike fasene av livet.

Vi har rådgivere som kan personlig økonomi, som bryr seg om kundene, og som gir kundene trygghet for at de gjør gode økonomiske valg. Vi er der når kundene møter nye økonomiske milepæler, enten det handler om å flytte ut eller inn, begynne eller slutte å jobbe, bli flere eller færre, forsikre det vi er glade i, eller hjelpe til med et prosjekt.

Vi jobber hardt for å ha bransjens beste digitale løsninger og vi er opptatt av nyskaping for å utvikle våre tjenester og gjøre våre tjenester mer tilgjengelig. I 2019 var 48 prosent av salget i Privatmarked digitalt, noe som representerer en stor endring i kundeadferd. Vi ser samtidig styrken i en lokal tilstedeværelse som gir kunden mulighet til å møte oss for helhetlig rådgiving, og til å oppleve at vi er noe mer enn summen av våre produkter. Gjennom et godt samspill mellom digitale løsninger, kundesenter og lokal tilstedeværelse skal vi hjelpe kundene å ta gode økonomiske valg.

I tillegg til å følge bransjens normer og krav til god rådgivings-skikk skal vi som bank også bidra med kunnskap og innsikt som bringer stadig bedre og mer relevant service- og rådgivingsinnhold til våre kunder.

Kunder og markedsposisjon

SpareBank 1 SMN har gjennom 2019 styrket sin posisjon som den ledende aktøren innenfor alle kundegruppene og alle produktområdet i privatmarkedet.

Virksomheten har en sterk posisjon hos kundene med god utvikling i kundetilfredshet. Samspillet med datterselskaper og næringslivsdivisjonen er viktig for Privatmarked for å nå målene om fortsatt vekst.

I september ble vi valgt som en av to avtalebanker til LO på boliglån og dette førte til stor etterspørsel som ga oss en vekst på 5,9 prosent for året under ett. LO-avtalen gir oss tilgang til over en million LO-medlemmer, og det er knyttet store forventninger til veksten i dette segmentet også i 2020. Vi oppnådde også en god innskuddsvekst på 4 prosent. Innskuddsveksten er et resultat av høy aktivitet for å sikre at alle kunder har sine lønns- og brukskonti hos oss, og et bevisst ønske fra mange nye lånekunder om også å benytte oss som dagligbank.

Finansiell utvikling

Samlet resultat før skatt for Privatmarked ble 1270 millioner kroner.

Det har i 2019 vært en vekst i låneporteføljen innenfor Privatmarked på 5,9 prosent. Vekst i porteføljen er i stor grad knyttet til nye lånekunder fra andre banker, men også refinansiering av lån i eksisterende portefølje. Den store veksten siste halvår kommer i stor grad fra nye LO-kunder, og gjennom LO-avtalen får banken også flere nasjonale kunder. Utviklingen i salget av breddeprodukter har vært på nivå med resultatene året før.

Vi ser en økning i antall kunder i mislighold, og volum i mislighold har økt sammenlignet med foregående år. Flere kunder sliter nå med å overholde sine gjeldsforpliktelser. Dette gjelder både boliglån og usikrede kreditter. Etter innføringen av gjeldsregisteret i juli 2019 har vi sett en dobling i antall avlagssaker. Dette

indikerer at de opplysninger vi nå får tak i om kundenes samlede gjeld, bidrar til at vi gjør mer kvalifiserte kredittvurderinger. Vi vurderer at vi har god kontroll på risikoen i utlånsporteføljen og tap fra utlån og garantier i 2019 er på et lavt nivå med 32 millioner kroner. Ved utgangen av året har vi god etterlevelse av både boliglånsforskriften og forbrukslånsforskriften. Rådgivere og ledere i divisjonen har sørget for en utvikling med en sunnere innvilgelse av lån gjennom året som har gått. Det er jobbet systematisk i alle deler av kredittprosessen – med innvilgelse, oppfølging og avvikling.



Salget øker i digitale kanaler

Vi skal være best på å kombinere den lokale nærheten og den digitale enkelheten.

Nelly S. Maske, konserndirektør, organisasjon og utvikling

Forventninger til 2020

Den globale veksten viser flere tegn til nedgang som igjen kan bety redusert vekst også for den åpne norske økonomien. Det går fortsatt godt i norsk økonomi, men veksttoppen synes å være nådd. Vi legger til grunn en forventning om fortsatt stabil, lav arbeidsledighet og en stabil styringsrente. Gjeldsveksten til norske husholdninger har avtatt noe de siste par årene, og kan bety sterkere konkurranse om boliglånskundene. For 2020 er det forventet en markedsvekst (K2) på om lag fem prosent.

Også husholdningene vil bli påvirket av den betydelige omstillingen vi står overfor for å nå klimamålene. På den ene siden kan dette være en trussel for vekst og finansiell stabilitet fordi investorer og forbrukere endrer sine preferanser. På den andre siden vil omstillingen gi forretningsmuligheter. SpareBank 1 SMN må håndtere og prise klimarisiko riktig, og samtidig utvikle nye produkter og tjenester.

Det har de siste årene vært store endringer og innstramminger i det regulatoriske rammeverket til norske banker. Denne utviklingen forventes å fortsette, og er noe vi må ta høyde for i bankens innretning framover. Det området det er knyttet størst spenning til i inngangen til 2020 er sparing. Innføring av MIFID2 vil medføre endringer i bankenes forretningsmodeller og SpareBank 1-bankene vil i løpet av 2020 lansere nye kundetilbud både i digital og betjent kanal.

Til tross for utsikter om lavere vekst har vi satt oss ambisiøse vekstmål for 2020, der LO selvfølgelig er den store drivkraften. Høy vekst er viktig for å forsvare de investeringene banken de siste årene har gjort i digitale kanaler og for å fortsette denne utviklingen.

Vi planlegger med relativt stabile innskuddsmarginer, selv om vi også registrerer en diskusjon på bankenes praksis med høyere marginer på innskudd versus utlån.

En digital bank med en personlig signatur

2019 ble nok et år som bekrefter at vår strategi om å være en totalleverandør av finansielle tjenester, som kombinerer enkle digitale løsninger med dyktige rådgivere, treffer privatkundene godt. Kundene stiller stadig flere krav til oss som bank, og vi ser også at disse kravene endrer seg ut fra behov, situasjon og livsfase. Derfor tilbyr vi flere produkter og tjenester i flere kanaler enn noen gang.

Å skape gode kundeopplevelser er vår viktigste oppgave. For oss handler dette om å kjenne kunden, være relevant og gi gode råd når kunden trenger det. Vi bygger effektive digitale tjenester som gjør livet enkelt for familien i hverdagen, gjør produkter og tjenester enkelt tilgjengelig, og tilbyr kompetent rådgivning i mer krevende situasjoner som dukker opp i kundens liv.

Vi satser fortsatt på sterk lokal tilstedeværelse. I 2019 åpnet vi et nytt kontor på Moholt i Trondheim og samlet vår aktivitet i denne bydelen. Dermed har vi tilsammen 46 lokasjoner i vår region der vi tilbyr rådgiving. I tråd med overgangen til en mer digital hverdag og færre henvendelser relatert til dagligbank (betaling) og service, og et fortsatt økende behov for rådgiving, ser vi behov for å tilpasse åpningstidene i vårt kontornett. Kundeservice blir i større grad ivaretatt gjennom gode digitale løsninger, og da oftere og oftere i kundenes mobilbank, chat eller kundesenter.

Vi har i løpet av 2019 videreutviklet vårt CRM-system med fokus på å sikre en god kundeopplevelse på tvers av bankens kanaler. Kundene skal oppleve at vi er oppdatert på deres kundeforhold og kontakt de har hatt med oss, uavhengig av hvordan denne ble gjennomført.

I september ble det nye betalingsdirektivet PSD2 innført. Med det kan norske bankkunder samle sine betalingskonti i en felles oversikt. Så langt har flest kunder valgt å legge til konti fra andre banker i våre digitale flater, men med PSD2 åpnes døren til et mer åpent bankmarked, og vi forventer at dette vil føre til en skjerpet konkurransesituasjon.

2020 venter på oss med nye, spennende muligheter. Vi skal fortsette å gripe mulighetene og gi kundene bedre råd. Gi ansatte mestring og en spennende jobbhverdag som vil gi eierne god avkastning.

| Privatmarked | 2019 | 2018 |
|---------------------|-------------|-------------|
| Innskudd | 41,6 mrd | 40,0 mrd |
| Utlån | 119,4 mrd | 112,7 mrd |
| Antall kunder | 226.000 | 223.000 |
| Antall årsverk | 353 | 316 |
| Resultat før skatt | 1.270 mill | 1.206 mill |