

MOT ET NORDISK HJEMMEMARKED I BANKNÆRINGEN

Grete Øwre og Knut Sandal, konsulenter i Avdeling for finansiell analyse og struktur, Norges Bank

Internasjonal banknæring er inne i en tid med store strukturelle endringer. Sterke drivkrefter har bidratt til internasjonalisering, økt betydning for verdipapirmarkedene og hardere konkurranse. I Europa er disse drivkreftene forsterket av opprettelsen av det indre marked og innføringen av euro. Bankene møter denne utviklingen på forskjellige måter. I Norden har de største bankene gått over fra å definere sitt eget hjemland som hjemmemarked til å inkludere hele Norden i hjemmemarkedsbegrepet. Artikkelen ser bl.a. på bakgrunnen for at noen banker har valgt å satse på Norden, og beskriver deres strategier for nordisk ekspansjon. Mulige konsekvenser for norsk banknæring omtales også kort.

1 Innledning

Nordiske banker har lenge vært involvert i internasjonal virksomhet og har hatt kontorer i andre land som et ledd i strategien med å kunne tilby internasjonale tjenester til eksisterende kunder.¹ Med enkelte unntak har disse utenlandsetableringene i hovedsak hatt et sterkt fokus på kunder i hjemlandet og i mindre grad hatt som mål å erobre nye kunder i utlandet. I de senere år har imidlertid flere av bankene skiftet til et mer offensivt mål med sine utenlandsetableringer.² I denne artikkelen vil vi tenke på «nordisk hjemmemarked» som et marked der banker fra nordiske land etablerer seg i andre nordiske land med sikte på å erobre nye kunder.³ Satsingen i Norden kan både være rettet mot å selge relativt spesialiserte produkter til enkelte utvalgte kundegrupper og mot å satse bredt overfor både store og små bedrifter og personkunder.

Artikkelen er organisert som følger: I kapittel 2 ser vi på bakgrunnen for at noen banker har valgt å satse på Norden, mens vi i kapittel 3 diskuterer ulike strategier for å nå et slikt mål. Kapittel 4

beskriver utviklingen i de bankene som har kommet langt i sin nordiske satsing. Avslutningsvis omtaler vi betydningen av nordiske bankers etablering i Norge for det norske bankmarkedet.

2 Hvorfor satsing i Norden?

Utviklingen av Norden som hjemmemarked må ses i sammenheng med at markedene er sterkt integrerte, både gjennom utstrakt handel mellom landene og ved direkte investeringer. Det er sterke historiske bånd og små kulturelle forskjeller mellom de nordiske landene samtidig som språkbarrierene, i hvert fall innenfor de skandinaviske landene, er små. Dette bidrar til å gjøre det enklere å satse i et annet nordisk land enn å satse i et land som ligger lenger unna, både geografisk, språklig og kulturelt. Satsingen på Norden som hjemmemarked kan også være et første steg på veien mot større internasjonal virksomhet.

Bankenes satsing på Norden som hjemmemarked har paralleller til andre næringer, ved at stadig flere bedrifter de senere årene har satset sterkere på å betjene kunder i hele Norden. Bankvirksomhet skiller seg imidlertid fra annen næringsvirksomhet på flere områder. Det tar gjerne tid å bygge opp et kundeforhold, bl.a. fordi bankdrift krever tillit og tette relasjoner, samtidig som banknæringen er en informasjonsintensiv næring. For en bank er det i de fleste sammenhenger avgjørende å ha kunnskap om det lokalmiljøet og eventuelt også den næringen kunden opererer innenfor, i tillegg til spesifikk kjennskap til kunden. Dette gjelder spesielt overfor små og mellomstore bedrifter og personkunder. Dette gjør det vanskelig å nå fram i disse markedene uten å være til stede i lokalmil-

¹ Det er ingen islandske banker som har etablert seg i de andre nordiske landene. Det virker heller ikke som om andre nordiske bankers satsing på Norden som hjemmemarked inkluderer Island. Island er derfor ikke med i denne analysen.

² Å definere en gruppe land som hjemmemarked er foreløpig ganske uvanlig innenfor tradisjonell bankvirksomhet. I europeisk sammenheng er unntaket i første rekke enkelte bankgrupper i Benelux-landene.

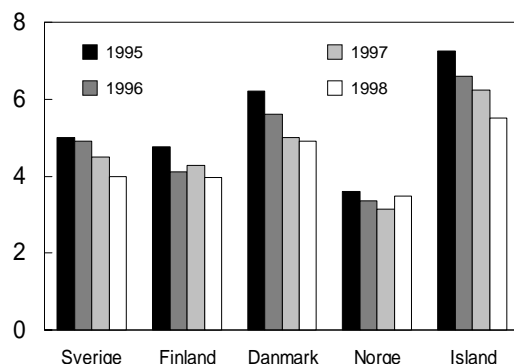
³ Artikkelen fokuserer på banknæringen. Det har imidlertid også skjedd en utvikling mot Norden som hjemmemarked innenfor forsikring. Eksempler på sistnevnte er etableringen av et fellesnordisk skadeselskap mellom norske Storebrand, svenske Skandia og finske Pohjola, og danske Codans kjøp av skadedelen i svenske Trygg-Hansa. Innenfor livsforsikring bidrar skattemessige forhold inntil videre til å bremse konkurranse og konsolidering over landegrensene.

jøet.⁴ Overfor store foretak har nærvær i markedet ikke samme avgjørende betydning, både fordi det finnes mye offentlig tilgjengelig informasjon om store foretak, og fordi disse ofte har sentralisert sin finansfunksjon. Krav med hensyn til relasjoner, kunnskaper og tillit hos kundene påvirker de strategiene bankene kan benytte når de ønsker å utvide virksomheten til nye markeder. Dette kommer vi nærmere inn på i kapittel 3.

Vi må anta at det overordnede målet med den nordiske satsingen er å øke lønnsomheten over tid. Bankene kan øke lønnsomheten på flere måter. De kan redusere kostnadene ved den eksisterende virksomheten, produsere og selge mer av eksisterende produkter i eksisterende markeder eller utvide virksomheten med nye produkter eller markeder. En satsing i utlandet innebærer at bankene ønsker å selge sine eksisterende produkter til nye kunder i nye markeder.⁵ Satsingen fører også til at bankene får et større markedsgrunnlag for å utvikle og distribuere nye produkter. Ved å utvide markedet kan bankene utnytte mulige stordriftsfordeler knyttet til produksjon og elektronisk distribusjon av de banktjenestene som de allerede leverer i hjemlandet. Videre kan de utnytte sine sterke sider ved å satse på de produktene og/eller bransjene som de har best kunnskaper om. Ekspansjonen kan også hjelpe bankene til å nå kritisk størrelse innenfor aktiviteter som krever spesiell teknologi eller kompetanse.

De bankene som har satset i de andre nordiske landene, har typisk høy markedsandel i hjemlandet, samtidig som sterk konkurranse gjør det vanskelig å oppnå ytterligere vekst der. En økning av markedsandelene hjemme kan også være problematisk ut fra et konkurransepolitisk syn. I tillegg kan kundene reagere negativt dersom enkeltaktører blir for dominerende. Bankene har derfor utvidet markedet ved å satse i flere land. Konkurransen i de landene de går inn i, behøver imidlertid ikke å være noe svakere enn i hjemlandet. Eksempelvis har en dansk og en svensk bank nylig kjøpt hver sin norske bank, til tross for at

Figur 1 Rentemargin. Prosent



Kilde: De nordiske sentralbankene

rentemarginen i Norge er den laveste i Norden, jf. figur 1.

Satsingen i Norden kan også være defensivt begrunnet. Drivkrefter som bl.a. innføringen av euro, kan på sikt føre til fallende inntekter for bankene og fremskynde konsolideringsprosessen i europeisk banknæring. Selv om de bankene som har satset på Norden som hjemmemarked, er store i sine hjemland, er de små i europeisk sammenheng. Ved å vokse i de andre nordiske landene kan bankene øke sin egen størrelse, noe som gjør dem vanskeligere å kjøpe opp. Vekst øker også bankenes kapasitet til å kunne ta på seg store engasjementer, og reduserer faren for å miste kunder til større internasjonale konkurrenter. Ved å kjøpe eller inngå allianser med banker i de andre nordiske landene, reduseres antallet mulige oppkjøpskandidater, noe som gjør det vanskeligere for potensielle inntrengere å få fotfeste i det nordiske markedet.

De store nordiske bankene følger hovedsakelig samme strategi når de definerer Norden som hjemmemarked. Dette sammenfallet i strategi kan være et resultat av at bankene imiterer hverandres strategier. Sammenfallet kan også skyldes at bankene svarer på andre nordiske bankers etableringer i deres hjemland ved å etablere seg i de «angripende» bankenes hjemland. De gjensidige etableringene i hverandres hjemland fører til at de nordiske storbankene møter hverandre i alle landene, noe som bidrar til å styrke konkurransen. Dette vil over tid kunne bidra til å presse fram en ytterligere konsolidering av nordisk banknæring.

⁴ Direktebanker (telefon) og internetbanker gjør at nærvær i markedet gradvis får mindre betydning, spesielt overfor personkunder.

⁵ Utenlandsetableringene vil selvsagt også yte internasjonale tjenester til kunder basert i hjemlandet. Vi fokuserer imidlertid her på de mer «offensive» sidene ved utenlandsetableringene, jf. begrepsavklaringen innledningsvis.

3 Ulike strategier for å realisere Norden som hjemmemarked

Bankene kan realisere målet om Norden som hjemmemarked både gjennom nyetableringer og vekst fra grunnen av, gjennom å kjøpe opp små eller mellomstore banker og ved å fusjonere eller inngå allianser med banker i de andre nordiske landene. De bankene som er etablert i flere nordiske land, har samlet sett benyttet alle disse strategiene. I dette kapitlet vil vi kommentere de ulike ekspansjonsstrategiene ut fra en nordisk synsvinkel.⁶

Nyetablering

Nyetablering nyttes ofte som ekspansjonsstrategi dersom banken satser på utvalgte bransjer/kundergrupper og/eller litt mer spesialiserte produkter som banken har erfaring med. Det tar lang tid og det er ressurskrevende å skaffe nødvendig lokalkunnskap og bygge opp merkenavn og tillit for å skaffe et tilstrekkelig stort og kvalitativt godt kundegrunnlag. Dette gjør at det kan være svært vanskelig å nå ut til massemarkedet («retailmarkedet») med et bredt produktspekter ved denne strategien.

Nyetablering er mest brukt for satsing mot storkundemarkedet og kanskje også markedet for rike personkunder («private banking») og verdipapirfond. En fokusert strategi innebærer at den nyetablerte enheten spesialtilpasses formålet, både med hensyn til lokalisering, størrelse og type bemanning. For at strategien skal lykkes, må hovedkontoret ha nødvendig kompetanse og ressurser og ha evnen til å overføre og anvende disse i det nye markedet.

Oppkjøp av mindre banker

Dersom banken ønsker å satse bredt og oppnå en viss størrelse relativt raskt, er oppkjøp av en liten eller mellomstor bank en aktuell strategi. Fordelen med et oppkjøp er at det gir tilgang til kundebasen og lokalkunnskapene til den banken som kjøpes. Et oppkjøp gir således både markeds- og kunnskapsmessig forsprang i forhold til nyetablering. Det vil vanligvis være krevende å integrere den oppkjøpte

banken inn i systemene og rutinene til kjøper, og et oppkjøp kan påføre organisasjonen både tidsbegrensede endringskostnader og mer eller mindre varige stordriftsulempere og samdriftskostnader. Ved at markedsgrunnlaget øker, vil kjøper imidlertid kunne oppnå økt utnyttelse av sitt eksisterende produksjonsapparat, og derigjennom oppnå kostnadsreduksjoner.

I alle de nordiske landene er antallet oppkjøpskandidater begrenset. Dette fører til at prisen på aktuelle banker kan bli svært høy, og prisen vil normalt øke dersom det er flere mulige kjøpere. Det er dermed en mulighet for at størstedelen av fusjonsgevinsten kan tilfalle eierne av den banken som kjøpes, og ikke banken som foretar oppkjøpet.

Fusjoner mellom likeverdige aktører

Fusjoner er som regel begrunnet med gevinster i form av effektivisering og rasjonalisering, og muligheter til å realisere stordriftsfordeler. Fusjoner gir partene umiddelbar tilgang til hverandres lokalkunnskaper og kundebaser og bidrar således til å utvide markedsgrunnlaget for begge parter. I likhet med oppkjøp, vil fusjoner imidlertid føre til tidsbegrensede endringskostnader og muligens også mer eller mindre varige stordriftsulempere og samdriftskostnader. Fusjoner vil være mest aktuelt når partene er relativt likeverdige, slik at styrkeforholdet mellom de fusjonerende partene ikke blir for skjevt.

Allianser

Det finnes mange ulike typer allianser, både med hensyn til hvor omfattende og forpliktende alliansene er, størrelsesforholdet mellom partene og hvor mange aktører som inngår i alliansen. Allianser kan etableres uten felles eierinteresser, men de kan også innebære at partene kjøper mindre eierandeler hos hverandre og/eller etablerer felles datterselskaper.

Allianser kan gi gevinster bl.a. knyttet til utveksling av teknologi og kompetanse, rasjonalisering og tilgang til hverandres kundebaser. I en alliansen vil partene bestå som selvstendige enheter. Dette kan gjøre det krevende å realisere konsolideringsgevinster, fordi dette ofte krever at den ene parten sanerer egne ressurser eller gir fra seg kundeinformasjon, noe som gjør denne mer avhengig av alliansen. På

⁶ Se Meyer og Lien (1999) for en nærmere omtale av ekspansjonsstrategier.

den positive siden vil en allianse føre til svært få organisasjonsmessige endringer hos alliansepartene, slik at endringskostnadene vil være begrensede.

4 Hvem har satset og hvordan har de satset?⁷

Det er de største nordiske bankene som har definert hele Norden som sitt hjemmemarked, jf. tabell 1. I hjemlandet driver disse bankene nesten alle typer virksomhet mot alle typer kunder, mens flere av bankene har satset mer konsentrert på utvalgte produkter og kundegrupper når de har gått inn i de andre nordiske landene.

⁷ Kilde: Marquardt (1998), bankenes årsrapporter og avis- og tidsskriftsartikler.

Tabell 1. Fakta om de største nordiske bankene

Bank (hjemland i parentes)	Forvaltnings- kapital (mrd. NOK) ¹	Markedsandel i hjemlandet (%) ²	Antall ansatte	Antall kontorer i andre nordiske land
Handelsbanken (S)	887	26	8 500	33
MeritaNordbanken (F, S)	821	34 (F), 15 (S)	19 000	2
Den Danske Bank (D) ³	757	19	11 700	40
FöreningsSparbanken (S)	699	23	11 700	1
Unibank (D)	682	13	10 000	5
SEB (S)	677	22	12 000	3
Den norske Bank (N)	249	20	6 000	2
Kreditkassen (N)	195	13	4 000	2

¹ Konserntall pr. 30.6.99. Omregnet fra hjemlandsvaluta etter kurser pr. 27.8.99.

² Andel av utlån til publikum fra banker, kredittforetak og finansieringsselskaper pr. 31.12.97. Svenske banker: andel av utlån fra banker pr. 31.12.97.

³ Eksklusive Fokus Bank.

Kilde: Institusjonenes årsberetninger og de nordiske sentralbankene

Tabell 2. År for etablering av filial eller datterbank i de nordiske landene

Bank	Helsinki	København	Oslo	Stockholm
Handelsbanken (S)	1990	1991	1988	—
MeritaNordbanken ¹ (F, S)	1997	1998	1999	1996
Den Danske Bank (D)	1997	—	1997	1995
FöreningsSparbanken ² (S)	1996	—	1998	—
Unibank (D)	1996	—	1997	1996
SEB (S)	1994	1997	1994	—
Okobank (F)	—	—	—	1986
Den norske Bank (N)	—	1996	—	1995
Kreditkassen ³ (N)	—	1999	—	1995

¹ Nordbankens etablering av filial i Helsinki og Merita Banks etablering av filial i Stockholm skjedde forut for sammenlåingen. Formelt sett er det Nordbanken som har opprettet filialene i Norge og Danmark.

² For FöreningsSparbanken er inngåelsen av strategiske allianser og deleierskap (25% av både Sparebank1Gruppen og finske Aktia Sparbank) tatt med. Den norske filialen vil starte opp virksomheten i 2000.

³ Kreditkassens representasjonskontor i København vil bli omdannet til filial i løpet av 1999.

Kilde: Marquardt (1998) og Norges Bank

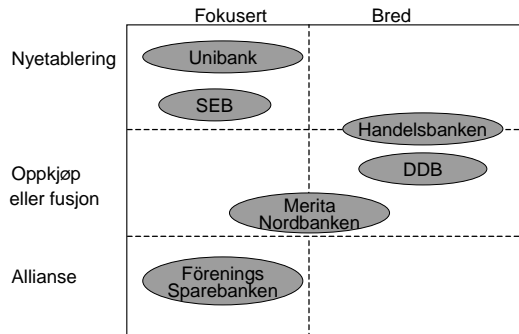
Tabell 2 gir en oversikt over når de ulike bankene etablerte seg i de andre nordiske landene. For banker som tidligere har lagt ned og senere åpnet filial eller datterselskap, angis årstallet for reetablering.

De tre største svenske bankene (Handelsbanken, SEB og FöreningsSparbanken), de to største danske bankene (Den Danske Bank og Unibank) og finsksvenske MeritaNordbanken har alle definert Norden som sitt hjemmemarked. Finske Okobank har filial i Sverige, men har ikke en nordisk strategi. De tre svenske bankene og MeritaNordbanken ønsker også å ekspandere i Baltikum og Polen. Disse bankene dominerer på eiersiden i de største bankene i de baltiske landene, mens satsingen i Polen ikke er kommet like langt. Til en viss grad vil Baltikum kunne regnes med i de

svenske og finsksvenske storbankenes hjemmemarked.

Ingen av de norske bankene definerer Norden som sitt hjemmemarked. Både for DnB og Kreditkassen er hovedmålsettingen med utenlandsetableringene å kunne tilby norske kunder internasjonale tjenester av god kvalitet. Etableringene skal således støtte opp om den norske virksomheten, og ikke skaffe nye utenlandske kunder uten tilknytning til Norge. DnB har tidligere hatt som mål å bli en ledende aktør i Norden, men dette er nå frafalt. Sparebank1Gruppen har inngått en allianse med svenske FöreningsSparbanken, men Sparebank1-Gruppens mål med denne alliansen er bedre service til gruppens eksisterende kunder i Norge og ikke vekst i Sverige.

Figur 2 Nordiske bankers strategi ved realiseringen av Norden som hjemmemarked



Kilde: Norges Bank

I figur 2 har vi forsøkt å oppsummere de forskjellige bankenes strategier i Norden. Både Handelsbanken og Den Danske Bank satser bredt på å nå alle kundegrupper med de fleste typer finansielle produkter. Den Danske Bank har i første rekke etablert seg gjennom oppkjøp, mens Handelsbanken både har foretatt oppkjøp og startet egne kontorer fra grunnen av. MeritaNordbanken driver bredt i Sverige og Finland, og smalere i Norge og Danmark. Det kan ikke utelukkes at MeritaNordbanken vil utvide virksomheten til å drive bredt også i disse landene. SEB og Unibank har mer fokuserte strategier, og har, med unntak av enkelte mindre oppkjøp, satset på nyetablering. FöreningsSparbanken samarbeider med andre banker som driver bredt, men FöreningsSparbankens rolle i samarbeidet er begrenset til utvalgte områder. De bankene som har valgt å satse bredt, har således i stor grad benyttet seg av

oppkjøp av andre banker, mens bankene med en mer fokusert strategi hovedsakelig har vokst gjennom nyetableringer.

Handelsbanken

Handelsbanken er Nordens største bankkonsern målt etter forvaltningskapital. Handelsbanken har som mål å bygge opp universalbankvirksomhet i de nordiske landene. Som universalbank skal Handelsbanken dekke alle typer finanstjenester for både foretak og privatpersoner. Bankens nordiske ekspansjon startet med nyetablering for å nå store foretakskunder og andre kunder med virksomhet rettet mot Sverige. Strategien er etter hvert blitt utvidet til å tilby alle typer finansielle tjenester til foretak og privatpersoner i alle de nordiske landene. For å nå dette målet har banken også kjøpt opp mindre, lokale banker.

Handelsbanken åpnet sitt første kontor i Norge i 1988, og har senere både opprettet nye kontorer og overtatt 3 mindre norske banker. Handelsbanken har nå 15 kontorer i Norge og virksomheten omfatter alle typer bank- og finansieringstjenester til både privatpersoner, små og mellomstore bedrifter og store foretak. Høsten 1998 la Handelsbanken inn et bud på Fokus Bank, men etter en budrunde fikk Den Danske Bank tilslaget. Våren 1999 la Handelsbanken inn et bud på Bergensbanken som fikk aksept fra aksjonærer som representerer over 90 prosent av aksjene i banken. Bergensbanken skal inngå som en datterbank i Handelsbanken-konsernet og vil beholde navnet og sin lokale identitet. Konesjonssaken er til behandling hos norske myndigheter.

I 1990 opprettet Handelsbanken sitt første kontor i Finland. Siden 1994 har banken både foretatt mindre oppkjøp og etablert nye kontorer, og banken tilbyr nå de fleste typer finansielle tjenester til både privatpersoner og foretak gjennom sine 15 kontorer. Handelsbanken var den første nordiske banken som etablerte seg i Danmark, da den åpnet filial i 1992. Banken tilbyr nå de fleste typer banktjenester gjennom 3 kontorer i Danmark.

MeritaNordbanken

Høsten 1997 besluttet svenske Nordbanken og finske Merita Bank å gå sammen. Lovverket hindrer en faktisk fusjon, slik at det er opprettet et felles holdingselskap som eier de to bankene. Rent

operasjonelt skal imidlertid de to bankene fungere som én enhet. Konsernet er juridisk hjemmehørende i Finland mens ledelsen sitter i Stockholm. MeritaNordbanken ønsker å være en ledende bank i Norden og Østersjøområdet og definerer seg selv som den ledende euro-banken i Norden. Banken er en universalbank som tilbyr de fleste typer finansielle tjenester til alle kundegrupper i Sverige og Finland.

Merita Bank (Union Bank of Finland)⁸ var en av deltakerne i Scandinavian Banking Partners-samarbeidet i perioden 1984-94. De andre deltakerne var Den norske Bank (Bergen Bank), Unibank (Privatbanken) og SEB. Samarbeidet omfattet bl.a. områdene betalingsformidling og cash-management. Dette samarbeidet var en viktig årsak til at de involverte bankene i liten grad etablerte seg i de andre nordiske landene før 1994.

Sommeren 1999 etablerte banken en filial i Norge, og året før åpnet den en filial i Danmark. Bankens målgruppe for nyetableringene er foretak med forbindelser til Sverige. Banken legger imidlertid ikke skjul på at den ønsker å inngå allianser med større norske og danske banker for å kunne drive universalbankvirksomhet overfor alle kundegrupper i disse landene.

Den Danske Bank

Den Danske Bank er Danmarks største bank. Banken har som mål å være en ledende nordisk finansinstitusjon med betydelig virksomhet i alle de nordiske landene. Banken legger spesiell vekt på å betjene nordiske bedrifts- og institusjonskunder, og kan tilby alle typer finansielle tjenester. Bankens opprinnelige strategi i Norden var konsentrert om nyetableringer for å nå store foretak, hovedsakelig med virksomhet rettet mot Danmark. Strategien er senere utvidet til en bred satsing i Norge og Sverige, og banken har fått tilgang til massemarkedet gjennom oppkjøp av regionale banker i begge landene.

Den Danske Bank åpnet i 1997 en filial i Norge som konsentrerer virksomheten om store norske og danske bedriftskunder, og året etter ervervet den aksjemajoriteten i et norsk verdipapirforetak. Banken la i november 1998 inn et bud på Fokus Bank og fikk i mai 1999 konsesjon til å overta den som datterbank.

I 1995 åpnet Den Danske Bank en filial i Sverige som rettet seg mot store svenske og danske bedriftskunder. Våren 1997 kjøpte banken den svenske regionbanken Östgöta Enskilda Bank. Gjennom oppkjøpet og etablering av nye filialer driver Den Danske Bank nå omfattende bankvirksomhet rettet mot privatkunder og små og mellomstore foretak i Sverige. I 1997 ble det opprettet en filial i Finland. Denne retter seg mot store foretak og datterselskaper av danske foretak, men har også ambisjoner om å få flere kunder blant mellomstore finske foretak.

FöreningsSparbanken

FöreningsSparbanken er Sveriges nest største bankkonsern målt etter forvaltningskapital. Bankens forretningside er å være «det naturlige førstevalget» for privatpersoner og små og mellomstore foretak, og den satser i mindre grad på store foretakskunder. Banken definerer Norden og Østersjøområdet som sin interessesfære og ønsker å styrke bankens stilling i disse områdene gjennom oppkjøp, allianser og samarbeid. Foreløpig har bankens nordiske virksomhet i stor grad vært basert på allianser med sparebanker.

FöreningsSparbanken eier 25 prosent av aksjene i den norske Sparebank1Gruppen, og bankene ønsker å samarbeide om utvikling og distribusjon av finansielle tjenester og IT-utvikling. Som et ledd i samarbeidet åpner FöreningsSparbanken over nyttår en filial i Norge som skal fungere som «sentralbank» for sparebankene som inngår i samarbeidet. FöreningsSparbanken eier også 25 prosent av finske Aktia Sparbank, og gjennom samarbeidet tilbys begge bankenes kunder banktjenester i nabolandet samtidig som bankene samarbeider om bl.a. IT-utvikling.

Unibank

Unibank er Danmarks nest største bank og betjener danske kunder på alle finansielle områder. Banken ønsker å ha en vesentlig posisjon på det nordiske markedet. Banken har vedtatt å danne et finanskonsern sammen med det danske forsikringsselskapet Tryg-Baltica i løpet av 1999. Unibank deltok i Scandinavian Banking Partners-samarbeidet. Bankens virksomhet i Norden er hovedsakelig rettet inn mot foretak med tilknytning til Danmark, til dels også mot formuesforvaltning for privatpersoner. Banken har skapt et nordisk nettverk

⁸ Navnet på den banken som opprinnelig gikk inn i samarbeidet er oppgitt i parentesene.

gjennom nyetablering av filialer og oppkjøp av verdipapirforetak.

Unibank etablerte en filial i Norge i 1997 etter å ha åpnet filial i Sverige i 1995 og Finland i 1996. Filialene skal hovedsakelig betjene danske foretak og deres datterselskaper samt foretak med forbindelser til Danmark. Banken har også kjøpt et svensk verdipapirforetak som driver nordisk virksomhet. De to siste årene har banken også åpnet to nye filialer i Sverige.

SEB

SEB (tidligere Skandinaviska Enskilda Banken/SE-Banken) er Sveriges tredje største bankkonsern. SEB har en visjon om å bli ledende på finansielle tjenester i Norden og Østersjøregionen. Banken ønsker spesielt å betjene kunder som har behov for høy kompetanse i finansielle spørsmål. I Sverige er banken en universalbank som tilbyr alle typer finansielle tjenester til både foretak og personkunder. SEBs strategi ved ekspansjonen inn i de andre nordiske landene er i første rekke konsentrert rundt spesialisering på utvalgte kundegrupper og produkter, og veksten har hovedsakelig kommet gjennom nyetablering. SEB deltok i samarbeidet Scandinavian Banking Partners i perioden 1984-94.

SEB opprettet en filial i Oslo i 1994. Året etter åpnet SEB en filial i Helsinki, og i 1997 kjøpte den et finsk verdipapirforetak. SEBs danske filial ble åpnet i 1997. Virksomheten i alle filialene er hovedsakelig rettet mot store foretak og formuende privatpersoner. I 1999 overtok SEB danske Codan Bank, som i stor grad retter sin virksomhet mot deler av personkundesegmentet.

5 Kort om nordiske bankers betydning for det norske markedet

Gjennomgangen over viser at det har skjedd flere nyetableringer og oppkjøp over de nordiske grensene det siste tiåret. Det er i alt seks banker som nå definerer hele Norden som sitt hjemmemarked, og som ønsker innpass i hele eller deler av markedet i de andre nordiske landene. Markedsandelene til disse bankene er lave når de måles gjennom forvaltningskapital eller andel av utlån og innskudd i filialene. Vi kan imidlertid ikke se bort fra at vurderingen av et lån kan være gjort i filialen, mens lånet blir ført på hovedkontorets bøker, slik at

virksomheten i filialene undervurderes når vi bare ser på det som er bokført i filialene.

Alle bankene som definerer Norden som hjemmemarked, er eller vil innen kort tid være etablert i Norge. De nordiske bankenes filialer i Norge er ganske små målt i forvaltningskapital, jf. tabell 3. Ved utgangen av juni 1999 utgjorde forvaltningskapitalen 46,8 mrd. kroner, noe som tilsvarer om lag 4 prosent av total forvaltningskapital i den norske banksektoren. Forvaltningskapitalen til de andre utenlandske etableringene⁹ utgjorde 9,7 mrd. kroner. De nordiske bankenes filialer står således for om lag 83 prosent av forvaltningskapitalen til utenlandske banker etablert i Norge. De nordiske filialene har gjennomgående hatt lavere resultater enn de norske bankene. Filialene hadde for eksempel et halvårsresultat på 14,3 mill. kroner, tilsvarende 0,06 prosent av gjennomsnittlig forvaltningskapital i første halvår 1999. Dette er betydelig lavere enn halvårsresultatet i de norske forretningsbankene, som utgjorde 1,19 prosent.

Utenlandske finansinstitusjoner stod ved utgangen av første kvartal 1999 for drøyt 28 prosent av utlånene fra finansinstitusjoner til norske foretak. Nesten 90 prosent av dette kom direkte fra finansinstitusjoner i utlandet. De nordiske bankene stod samlet sett for om lag 5,5 prosent av utlånene fra finansinstitusjoner til norske foretak. Nesten halvparten kom fra de nordiske bankenes filialer i Norge. De nordiske bankenes andel av utlån fra utenlandske finansinstitusjoner har økt parallelt med at utlånene gjennom de nordiske filialene har økt de senere årene. Noe av denne økningen skyldes trolig at flere nordiske banker har etablert filialer de senere årene, og at filialene har klare vekstmålsettinger.

Flere av de nordiske bankene har en fokusert strategi konsentrert rundt store foretak og spesialiserte tjenester som formuesforvaltning, valuta- og verdipapirhandel. Nordiske banker og deres datterselskaper stod for om lag 12 prosent av aksjeomsetningen og nesten en tredjedel av obligasjons- og sertifikatomsetningen på Oslo Børs i årets åtte første måneder.

Som påpekt over, kan de nordiske bankenes etableringer i Norge ha større betydning for konkurransen i det norske markedet enn det en

⁹ Banque Nationale de Paris (Frankrike) og Citibank (Storbritannia/USA) står for en vesentlig del av dette.

Tabell 3 De nordiske filialenes størrelse i det norske markedet

Morbank ¹	Filialens forvaltningskapital pr. 30.6.99 (Mrd. NOK)	Andel av omsetningen på Oslo Børs i perioden januar-august 1999 (%)	
		Aksjer	Obligasjoner og sertifikater
SEB	22,3	3,0	15,0
Handelsbanken	16,8	3,0	9,1
Den Danske Bank ²	5,6	5,7	
Unibank	2,1	0,5	8,6
Totalt	46,8	12,2	32,7

¹ Nordbanken etablerte sin filial i juni 1999 og FöreningsSparbankens filial er under etablering. Disse har foreløpig ingen virksomhet og er derfor ikke med i statistikken.

² I tillegg kommer datterbanken Fokus Bank som pr. 30.06.99 hadde en forvaltningskapital på 44,0 mrd. kroner og 0,8 og 1,9 prosent av henholdsvis aksje- og obligasjonsomsetningen på Oslo Børs i perioden januar-august 1999.

Kilde: Norges Bank og Oslo Børs

direkte måling av markedsandeler skulle tilsi. Fordi de nordiske etableringene kan dra nytte av ressurser og kompetanse fra hovedkontoret, vil de kunne være konkurransedyktige i markedssegmenter som tradisjonelt har vært dominert av de største norske bankene. Fordi de nordiske bankene er betydelig større enn de største norske bankene, har de en kapital- og kunnskapsbase som muligens setter dem bedre i stand til å betjene større kunder som etterspør mer avanserte produkter. Etableringene kan således ha stor betydning for konkurransen ved at de kan konkurrere både på produktspekter og -utvikling, produktkvalitet og pris. Nyetableringene kan på denne måten fungere både som en «benchmark» og en trussel for de norske bankene.

De nordiske bankene som har valgt en fokusert strategi, har satsset tungt i utvalgte segmenter, i første rekke mot større foretak og andre kunder som etterspør forholdsvis avanserte tjenester. Det er primært de største norske bankene som vil merke denne konkurransen. Det har imidlertid lenge vært sterk internasjonal konkurranse på disse områdene, slik at de konkurransemessige konsekvensene her kan være begrensede. Parallelt med at de største nordiske bankene definerer Norden som hjemmemarked, skjer det en utvikling mot at flere norske bedrifter utvider virksomheten til flere nordiske land og dermed får behov for banktjenester i hele Norden. Det er også en tendens til at kundene velger færre bankforbindelser, og at kravet til bankforbindelsens kompetanse på internasjonale tjenester øker. Dette kan kanskje føre til at foretakene i større grad ønsker en nordisk bankforbindelse.

MeritaNordbanken har vist interesse for en norsk og en dansk partner for å kunne drive universal-

bankvirksomhet i hele Norden. De konkurransemessige konsekvensene av en eventuell allianse avhenger av hvem den inngår allianse med, og bankens videre strategi i Norge. Gjennom kjøpet av Fokus Bank øker Den Danske Bank sin tilstedeværelse i Norge kraftig. Den Danske Bank har uttrykt ønske om ytterligere ekspansjon gjennom etablering av Fokus Bank-kontorer i Bergens- og Osloområdene. Videre har Handelsbanken søkt om konsesjon til å kjøpe Bergensbanken, og en evt. overtakelse vil øke størrelsen på Handelsbankens virksomhet i Norge med ca. 50 prosent. Disse bankene vil dermed bidra til å øke konkurransen overfor de fleste kundegrupper i flere geografiske områder, noe som vil påvirke konkurranseforholdene for en rekke norske forretnings- og sparebanker. Spesielt vil kanskje konkurransen om mellomstore foretak kunne øke betydelig.

De siste årene har det vært en generell tendens til konsolidering i norsk banknæring. Dette har kommet til syne bl.a. gjennom dannelsen av tre grupperinger innenfor sparebanksektoren, dannelsen av Gjensidige NOR og den planlagte fusjonen mellom Den norske Bank og Postbanken. En større offensiv fra de nordiske storbankene vil bidra til å opprettholde og sannsynligvis også styrke konkurransen om de norske bankkundene. Dette vil kunne komme bankkundene til gode gjennom både et bredere produkttilbud og lavere priser. Dette vil videre skape press på de norske bankenes inntjening og kan medføre at de vil se behov for ytterligere konsolidering i et forsøk på å hente ut mulige stordriftsfordeler og øke egen konkurransekraft. Uansett valg av strukturelle løsninger vil konkurransen fra de nordiske storbankene stille sterke krav til kostnadseffektiv drift i norske banker i tiden fremover.

Litteratur

- Marquardt, Rolf: *Framväxten av en nordisk bankmarknad*, Svenska Bankforeningen, 1998
- Meyer, Christine B. og Lasse B. Lien: «Størrelsens betydning for norske bankers internasjonale konkurransekraft», *SNF-rapport 38/1997*
- Meyer, Christine B. og Lasse B. Lien: «Strukturendringer i finansnæringen: Ekspansjon, konsolidering og disintegrasjon», *SNF-rapport 17/1999*
- De ulike bankenes årsrapporter for 1998 og rapporter for første halvår 1999