

Peter Wiklöf

16.08.2019



5 frågor till Peter Wiklöf

1. Ålandsbankens huvudkontor ligger ute på en ö mellan den svenska och finska marknaden. Vad har ni för målsättningar gällande arbetsresor och har ni uppnått dem?

Vi har medvetet jobbat för att förändra resebeteendet inom koncernen. Vi försöker att i så stor utsträckning som möjligt välja att resa med båt eller tåg framför flyg. Dessutom har vi många digitala möten via videotjänster. Förra året lyckades vi sänka vår totala koldioxidbelastning med 14 % och när det gäller resor sjönk det med 19 %. Målsättningen för 2019 är att sänka helheten med ytterligare 10 %.

2. Ålandsbanken är banken som värdesätter personliga relationer, och för att kunna skapa dem behövs nöjda och engagerade medarbetare. Hur jobbar ni med detta?

Vi vill vara en attraktiv arbetsgivare och vi jobbar enligt våra värdeord ansvarsfull, personlig och ambitiös. Vår målsättning är att skapa långa kundrelationer där vi inte försöker maximera lönsamheten i varje enskild kundkontakt eller varje enskild transaktion. Vårt arbetssätt där varje medarbetare får ett stort personligt ansvar samt frihet att anpassa

vårt erbjudande efter kundens behov
tilltalar många och skiljer sig delvis från en
stor del av branschen.

3. Ålandsbanken är en föregångare inom fintech-partnerskap. Vad betyder open banking för er?

Ålandsbanken har lång erfarenhet
av att samarbeta med andra aktörer.
Vi har framgångsrikt sålt våra it-tjänster till
andra banker i mer än 25 år. Lite skämtsamt
brukar vi säga att vi gjorde open banking
innan begreppet fanns. Open banking
öppnar för oss möjligheten att tillsammans
med utvalda samarbetspartner få tillgång
till kunder och marknader som vi inte annars
skulle ha kraften och förmågan att kommunicera
med. Det gör även att vi effektivare kan utnyttja de investeringar som vi gjort
för att bygga en fullservice-bank både i
Finland (tillgång till euro-världen) och i
Sverige. För närvarande samarbetar vi med
tre fintech-partners; Dreams, Trustly och nu
senast Doconomy. På sikt ser vi gärna att
det blir fler.

4. Ni har valt att byta alla kort till Östersjökortet, och därmed ge alla kunder möjlighet att följa miljöpåverkan på sina kortköp. Tror du att hållbarhetsbruset håller i sig eller börjar kunderna redan tröttna?

Vi har tillsammans med våra kunder jobbat
för att förbättra miljön sedan 1997 då vi skapade
det första miljökontot. Vi ser att kundernas
engagemang och insatser tillsammans
med oss har ökat varje år sedan vi började. De
flesta som läser tidningarna ser att vi behöver
göra något men det är samtidigt lätt att man
som enskild känner sig maktlös. Genom att
jobba tillsammans hoppas vi att vi ska inspirera
alla att ta ett eller flera steg i rätt riktning.
Här kan vårt Östersjökort hjälpa till genom
att öka medvetenheten, vilket alltid är första
steget för att kunna förändra något.

5. Jubileumsåret har kommit nästan halvvägs. Vad har ni fått för reaktioner från kunderna till boken Sanningen om Ålandsbanken

och har ni redan börjat samla in följande 100 berättelser?

Vi valde att skriva vår historik på ett annorlunda och mer lättillgängligt sätt. Genom att låta 100 berättelser berätta om vår historia hoppades vi att fler skulle vilja läsa boken än om den var skriven på ett mer traditionellt sätt. Rektionerna från våra kunder har varit väldigt positiva och vi ser att det finns ett stort intresse för boken såväl på Åland som i Sverige och Finland. Ålandsbanken har en spännande berättelse och det bästa med den är att den bara börjat...

Artikel från Ålandsbanking nr 1/2019 (publicerad 16.08.2019).