



Andrea Kovacs-Wöhry, predsjednica Uprave Sberbanka: **Financirat ćemo hrvatski izvoz u Rusiju i zemlje bivšeg SSSR-a**



INTERVJU

ANDREA KOVACS-WÖHRY, predsjednica Uprave Sberbanka:

Sberbank će financirati hrvatski izvoz u Rusiju i zemlje bivšeg SSSR-a

razgovarale BILJANA STARČIĆ i GORDANA GELENČER
 lider@liderpress.hr

Nakon što je u veljači prošle godine u akviziciji teškoj 505 milijuna eura preuzela austrijski VBI, ruska najveća banka Sberbank kročila je i na hrvatsko tržište. Predsjednica Uprave dojučerašnjeg Volksbanka, a danas Sberbanka Hrvatske Andrea Kovacs-Wöhry u razgovoru za Lider iznosi planove i očekivanja novog vlasnika, koji do kraja 2014. čak do sedam posto ukupne dobiti planira ostvariti iz međunarodnog poslovanja. U trenutačno devetoj na listi najvećih banaka u Hrvatskoj prije svega će se orijentirati na jačanje poslovanja s velikim korporacijama, a mogućnost širenja u regiji, poput onog preuzimanjem poslovnica Hypo banke, zasad ne planiraju.

• Na hrvatskom bankarskom tržištu odavno nije bilo svježega kapitala izvan EU. Daleko je vrijeme kada su banke ostvarivale visoke profite, pa što Sberbank očekuje od hrvatskog tržišta?

- Očekivanja na hrvatskom tržištu u smjeru su daljnjeg rasta i razvoja. Imamo zeleno svjetlo za rast, iskoristit ćemo sve mogućnosti koje nam nudi novi, snažan vlasnik, bilo da je riječ o tehnološki naprednim aplikacijama, ulaganjima u ljude ili uvođenju novih, inovativnih proizvoda.

Cilj nam je proširiti paletu proizvoda i usluga koje se nude korporativnim klijentima i klijentima iz segmenta investicijskog bankarstva, kao i u segmentu poslovanja s građanima, a u poslovanju s malim poduzetnicima cilj nam je na jednom mjestu ponuditi sve proizvode i usluge koji bi im mogli zatrebati, uključujući i nebankarske usluge i proizvode. Ujedno ćemo u najvećoj mogućoj mjeri nastojati dati podršku razvoju hrvatske privrede, jer smo svjesni da povećanje ulaganja ujedno znači i bolje uvjete života za naše klijente i sve građane zemlje. Izazovi su za nas isti kao i za cijelu bankarsku industriju, a u velikoj su mjeri izazvani teškim gospodarskim stanjem, visokom nezaposlenošću i činjenicom da je naznaka oporavka još uvijek vrlo malo. Osim toga izazov je svakako i diferencirati se, pogotovo kao novi brend na tržištu, od ostalih banaka, kojih je na našem tržištu još uvijek tridesetak, što je za tako malo tržište zaista velik broj. Trenutačno živimo u vremenu u kojem dominiraju dvije stvari: cijena i usluga. Uvjerena sam kako će komponenta vrhunske usluge ubuduće igrati još veću ulogu, a to je nešto što zahvaljujući našim kvalitetnim ljudima i poznavanju tržišta te snažnom novom vlasniku možemo pružiti klijentima.

• Mislite da je dovoljno na ovako gustom tržištu izdvojiti se samo novim brendom?

- Dugoročni nam je cilj daljnji rast i razvoj, postati prepoznatljiva banka na tržištu prije svega prema kvaliteti usluge, ali ne skrivamo ni ambi-

ciju da s vremenom postanemo jedan od tržišnih lidera u Hrvatskoj koje krase inovativnost, sigurnost i pouzdanost. Ipak, najprije se moramo fokusirati na završetak procesa rebrandinga. Vjerujem da će naši postojeći i potencijalni klijenti prepoznati uloženi trud i dodatnu vrijednost.

• S obzirom na dugotrajnost krize to možda neće biti dovoljno. Planirate li drugim bankama konkurirati primjerice politikom kamata?

- Konkurirat ćemo, dijelom to već i radimo, i cijenama i uslugom, ali najprije bismo se usmjerili na kvalitetu usluge. Cijene, dakle kamate, već su sada u usporedbi s tržišnim konkurentne, i na kreditnoj i na depozitnoj strani. Istaknula bih nešto drugo - imamo potencijal i namjeru kreditirati i ulagati u tržište, što je u ovim vremenima još važnije.

• Planirate li osvojiti i neke druge tržišne niše koje konkurencija nije dohvatila?

- Ono što nas svakako zanima jest financiranje izvoza. Velika niša upravo je u financiranju poslovanja na ruskom i tržištu zemalja bivšega SSSR-a, na to nijedna bankarska grupacija u Hrvatskoj nije fokusirana, ali zanima nas i investicijsko bankarstvo kao i novi oblici prodajnih kanala i veća dostupnost na tržištu.

• Možete li već licitirati s nekim ruskim kompanijama koje su zainteresirane za ovo područje?

Bit ćemo posrednik između hrvatskog i ruskog tržišta, jednako u oba smjera. Tu su Lukoil, Zarubežnjeft, Gazprom, a Atlantic je već zakoračio u Rusiju. Ima prostora za suradnju



- Banka će na neki način biti posrednik između ta dva tržišta, ali jednako u oba smjera. Uostalom, tu su već Lukoil, Zarubežnjeft, Gazprom, a neke su veće hrvatske kompanije poput Atlantica već zakoračile u Rusiju. Dakle, ima prostora za suradnju i za financiranje, ali za konkretna je imena još rano.

• **Možete li istodobno raditi na tim ciljevima i na rebrandingu koji još traje?**

- Apsolutno. Istina, rebranding i proces transformacije velik su posao, jer u jedan veliki sustav treba integrirati devet novih banaka u osam zemalja Srednje i Istočne Europe. Sberbank je jedna od najprofitabilnijih i najbrže rastućih financijskih institucija u svijetu, koja zapošljava gotovo 240 tisuća ljudi u oko 19 tisuća poslovnica i brine se o gotovo stotinu milijuna klijenta. Naši prvi koraci bili su usmjereni na naše klijente, jer želimo da se osjećaju sigurno i da znaju da će u smislu našeg poslovanja osjetiti samo pozitivne promjene. Stoga smo sve klijente unaprijed obavijestili o promjeni imena banke, a naši su djelatnici u poslovnicama i kontaktnom centru educirani i osposobljeni odgovoriti na sva njihova pitanja. Naše će poslovanje i nadalje biti usmjereno prema građanima te malim i srednjim poduzetnicima, ali ujedno će se intenzivnije usredotočiti i na tržište većih korporativnih klijenata, ponajprije na kompanije koje posluju s ruskim i istočnim tržištima te na ruske kompanije koje posluju s Hrvatskom ili su zainteresirane za investicije u Hrvatskoj. Neke smo poslove na tom planu već realizirali, a uz to ćemo klijentima u idućim godinama ponuditi i čitavu paletu novih, inovativnih proizvoda te niz dodatnih prednosti i pogodnosti.

• **Koliki su okvirni troškovi modernizacije i rebrandinga?**

- Proces rebrandinga službeno je tek započeo promjenom imena banke, a obuhvatit će dio koji je već odrađen u razdoblju do promjene imena iz Volksbank d.d. u Sberbank d.d. i koji je uključivao promjenu sve dokumentacije, promotivnih materijala, aplikacija i slično, do promjene vizualnog identiteta poslovnica. Riječ je, dakle, o dugotrajnom procesu, koji će se sigurno protegnuti na cijelu 2013. godinu, a moguće i do proljeća 2014. godine. Stoga je u ovome trenutku teško definirati stvarne troškove, tim više što su neki dijelovi procesa još uvijek u fazi planiranja ➔

INTERVJU

ANDREA KOVACS-WÖHRY, predsjednica Uprave Sberbanka

➔ i pripreme. Najveći dio troškova odnosi se na preuređenje poslovne mreže, modernizaciju poslovanja i pozicioniranje novog brenda na tržištu. Dakle, ulažemo u poslovnice, neke ćemo i preseliti, informacijsku tehnologiju i pozicioniranje na tržištu.

• **To je tehnički dio priče. Računate li da bi zbog nepovjerenja prema novom vlasniku dio klijenata, dakle i dio štednje, mogao 'zbrisati'?**

- Ne očekujem takav rasplet, pogotovo što je stanje na europskom i ruskom financijskom tržištu potpuno drukčije - dok se Europa i banke još bore s krizom, rusko se tržište oporavilo, profitabilnost raste. Uostalom, Sberbank je banka s tradicijom poslovanja duljom od 170 godina te među prve tri banke u Europi prema tržišnoj kapitalizaciji, pa doista nema razloga za nepovjerenje. Osim toga kroz krizu se mijenjalo i bankarsko tržište, fokusi ulaganja. Trenutačno je najvažnije ulaganje u privredu. Iza nas je snažan vlasnik, a privredi treba netko tko je spreman financirati. Imamo zeleno svjetlo da rastemo, pa ćemo se fokusirati na mala i srednja poduzeća i velike klijente, posebno kao most prema istočnim tržištima.



• **Prije nekoliko mjeseci na konferenciji za novinare rečeno je da Sberbank najviše zanima tržište Poljske i Turske. Gdje se tu uklapa Hrvatska?**

- Prvi iskorak u ovaj dio Europe bila je kupnja grupe VBI (sada Sberbank Europe), tu se Sberbank pozicionirao u dijelu Srednje i Istočne Europe. Daljnja ekspanzija zamišljena je preko tržišta Poljske i Turske, a realizacija je već počela kupnjom turskog DenizBanka. Riječ je o stra-

teškom pozicioniranju izvan ruskog tržišta, što Hrvatskoj otvara vrata prema istoku.

• **Što je s planovima kupnje Hypo banke?**

- Zasad je plan za hrvatsku banku isključivo organski rast.

• **Koliko je Sberbank investirao u valu europskih akvizicija?**

- Konačna kupoprodajna cijena za grupu VBI iznosila je 505 milijuna eura, a cijena za 99,85 posto dionica turskog DenizBanka iznosila oko 2,8 milijardi eura.

• **Kakva su očekivanja od Sberbanka Hrvatske i giganta poput Sberbanka?**

- Sberbank je treća europska banka prema tržišnoj kapitalizaciji, jedna od 50 najvećih banaka u svijetu. Jedan od pokazatelja snage jest i činjenica da je Sberbank zapravo jedini veliki igrač koji je u trenutku kad je europsko bankarsko tržište ušlo u ozbiljnu krizu realizirao dvije velike akvizicije, grupu VBI i turski DenizBank. Sberbank je s te dvije akvizicije ujedno napravio i velik korak ka svome strateškom cilju da iz najveće ruske banke, na koju otpada gotovo polovica dobiti cjelokupnoga ruskog bankarskog sektora, postane vodeći igrač u svjetskim razmjerima. S druge strane, jedan od strateških ciljeva Sberbanka jest da udjel od međunarodnog poslovanja u ukupnim prihodima banke iznosi do sedam posto do kraja 2014. godine. To znači da se od nas očekuje mnogo, ali smatram da smo dorasli izazovu. ■

Novi prodajni kanali nisu samo nove poslovnice

TRAŽIMO EKSPERTE U POSEBNIM PODRUČJIMA POSLOVANJA

• **Hoće li biti promjena u kadrovskoj politici, pojačanja u Upravi 'nove' banke?**

- Banka trenutačno ima tim profesionalaca koji dobro poznaju tržište, ali nastojat ćemo i dalje angažirati kvalitetan kadar. Posebno su nam zanimljivi, odnosno tražimo kadar s ekspertnim znanjima u posebnim područjima poslovanja. Uz Igora Repina kao člana Uprave zaduženog za financije, timu se na mjestu člana Uprave zaduženog za rizike potkraj 2012. godine pridružio i Dubravko Ante Mikotić, a uskoro ćemo imati i novog člana Uprave zaduženog za poslovanje s pravnim osobama. Cilj nam je u 2013. godini izgraditi visokoeфикасну, inovativnu organizaciju sa snažnom korporativnom kulturom. Kao banka u vlasništvu jednog od najvećih i najpro-

fitabilnijih svjetskih bankarskih brendova, Sberbank d.d. ima cilj postati najpoželjniji poslodavac na hrvatskom bankarskom tržištu.

• **Na koji način kanite povećati tržišni udjel u Hrvatskoj?**

- Planiramo otvarati nove prodajne kanale, koji ne uključuju samo nove poslovnice. S druge strane, namjera nam je razvijati i nove usluge i proizvode krojene prema potrebama naših klijenata, razvijati most prema istočnim tržištima, povezivati se s ostalim pripadnicima grupacije na zajedničkim poslovima financiranja, privlačiti strane investicije u Hrvatsku i poticati postojeće investitore u zemlji na daljnja ulaganja.