

Kreditförsäkringsbranschen på frammarsch

Det är bra tillväxt i kreditförsäkringsbranschen för tillfället. Tillväxten drivs i huvudsak av små och medelstora företag som allt mer börjar försäkra sina kreditrisker.



Henrik Bromée

KREDITFÖRSÄKRINGSBRANSCHEN HAR HISTORISKT varit en relativt marginell försäkringsgren i Sverige, medan den i flera länder på kontinenten har haft en helt annan status.

Kreditförsäkringsföreningen, KFF, som firar fyra år i år, arbetar för att sprida kunskap om kreditförsäkring. Medlemmar i föreningen är försäkringsbolag, försäkringsförmedlare och andra som har intresse av kreditförsäkring i Sverige.

Henrik Bromée, styrelseordförande i KFF och även vd för Euler Hermes i Sverige, tycker att föreningen fyller en viktig uppgift när det gäller att informera och sprida kunskap om kreditförsäkring. Inte minst är det en bra säkerhet för de företag som ska ge sig in på nya marknader och ta in nya kunder med osäker betalningshistorik.

Som ordförande för KFF har Henrik Bromée tre prioriteringar för året.

Det första är ett utökat samarbete med banker.

– Det är en global trend att samarbetet med banker ökar. På många andra marknader har man närmast sig varandra på olika sätt och vi har nu etablerat en relation med Bankföreningen.

Vad kan ni egentligen hjälpa bankerna med?

– Vi har en global bild av riskerna, vilket inte bankerna har i samma utsträckning. Om man ska belåna eller sälja sina fakturor så har bankerna svårt att bedöma risken. Om en bankkund exempelvis handlar med Polen eller Italien, vet inte bankerna hur de ska bedöma risken, men det kan vi. Därutöver finns det under vissa förutsättningar incitament för banker att åstadkomma kapitallättnader genom att flytta risk till försäkringssektorn.

Hur intresserade är bankerna av att samarbeta med er?

– Vi märker ett stort intresse från bankerna att hitta olika sätt för hur de kan utnyttja kreditförsäkring och våra kunskaper om kreditrisker. Intresset varierar mellan olika banker beroende på storlek och geografisk spridning.

Det andra prioriterade området är att öka samarbetet med Exportkreditnämnden, EKN.

– Vi arbetar för att få ett närmare samarbete mellan oss privata aktörer och den statliga sektorn inom kreditförsäkring. Samarbetet går bland annat ut på att vi branschaktörer, Euler Hermes, Atradius och Coface, samarbetar med EKN om att ta fram en kvartalsrapport med antalet kreditförsäkringskunder för hela branschen.

Det tredje prioriterade området är att synas mer i media.

– Vi har en intressant story att berätta. Tillsammans försäkrar den privata kreditförsäkringssektorn trans-

aktioner för hundratals miljarder kronor varje år, och det är främst för företag verksamma inom export. En sektor som står för nästan 50 procent av Sveriges BNP. Vi är en central del av samhällsekonomin, och bland annat genom kvartalsrapporten för branschen försöker vi få mer utrymme i massmedia. Ytterst levererar vi samhällsnytta i form av ökad export som leder till arbetstillfällen, skatteintäkter och välfärd. Som bransch förtjänar vi långt mer uppmärksamhet än vi historiskt fått.

Hur hög är kännedomen om kreditförsäkring i Sverige?

– Den ökar sakta men säkert och här spelar KFF en viktig roll. Ett av de viktigaste strategiska initiativen i branschen är att jobba med små och medelstora företag. Det finns cirka en miljon företag i Sverige och åtminstone 30 000 av dem skulle ha nytta av att teckna kreditförsäkring enligt min bedömning.

Hur stor andel av dessa företag har en kreditförsäkring?

– Alldeles för få. Det finns en enorm tillväxtpotential i branschen.

Vad är det annars som driver den ökade efterfrågan?

– Riskmedvetenheten ökar när konkurserna ökar i Sverige. Och det senaste två månaderna ökade antalet konkurser med 17 procent jämfört med året innan enligt statistik från UC.

Sverige har enligt studier visat sig vara det land där människor litar mest på varandra i hela världen vilket förstås är i grunden positivt. Henrik Bromée påpekar att vi har en tendens att agera naivt i internationella sammanhang.

– Betalningsmönstren skiljer sig markant mellan olika länder, och på flera marknader i Europa är betalningsvillkor om 90 dagar standard vid försäljning mellan företag. Eftersom så långa betaltider är påfrestande för likviditeten, inte minst för snabbväxande företag, efterfrågas kreditförsäkring allt oftare i kombination med olika finansieringslösningar för att frigöra rörelsekapital. Och då har jag inte ens berört risken att motparten faktiskt ställer in betalningarna eller går i konkurs, något som är vanligare än många tror.

Är det något som påverkar viljan att teckna kreditförsäkring, att man tror varandra om gott?

– Ja, svenskar litar mycket på varandra, och när det gäller affärer med andra länder är vi ibland som sagt lite naiva. I Danmark till exempel är det inte alls likadant. Där är det betydligt svårare att få betalt även av danska företag, och där är det också vanligare att även små och medelstora företag tecknar kreditförsäkring för att försäkra sig om att få sina fakturor betalda. Kreditförsäkring är också ett administrativt

långt smidigare verktyg än exempelvis rembursor eller förskottsbetalningar och möjligheten att sälja på kredit är en viktig konkurrensfördel för det säljande företaget.

Vilka länder köper mest kreditförsäkring?

– Det är framför allt länderna i central- och sydeuropa som köper kreditförsäkring. Där märks särskilt Tyskland, Frankrike, Storbritannien, Italien, Spanien och Benelux-länderna. Det är länder som exporterar väldigt mycket och som är beroende av att få betalt av utländska kunder.

På det stora hela ökar alltså intresset för kreditförsäkring i Sverige, och det är främst små och medelstora företag som driver tillväxten.

– Det ökade antalet konkurser i kombination med finansieringsdriven efterfrågan gör att marknaden växer. Vi hjälper företaget att frigöra kapital då vi tar bort risken att inte få betalt på sina fakturor.

Hur påverkas branschen av den globala instabiliteten, till exempel Brexit, framgångarna för populistiska partier i EU och Donald Trumps valseger i USA?

– Vi ser att oron i omvärlden avspeglar sig i ökande efterfrågan på ekonomisk säkerhet. Storbritannien är till exempel Sveriges fjärde största handelspartner och pundet har försvagats avsevärt sedan omröstningen förra året. Det kommer givetvis att få en påverkan på svenska företag som exporterar dit. Kreditförsäkring existerar för att understödja företag i osäkra tider så efterfrågan på branschens tjänster borde öka.

Hur påverkas kreditförsäkringsbranschen av lågränteläget?

– De låga räntorna möjliggör billig finansiering men kan också hålla företag flytande som under mer normala räntenivåer skulle få problem. Skulle räntan höjas ökar risken för konkurser. I det läget blir kreditförsäkringar än mer efterfrågade.

Ökande klimathot och mer extremväder – påverkas ni något av det?

– Om våra kunder får problem som en följd av klimathot och extremväder får vi också problem. Vi försäkrar emellertid endast betalningsrisker, så i den mån sådana uppstår som en konsekvens av klimat och extremväder drabbar det oss. Man kan säkert tänka sig scenarier där den politiska risken ökar i kölvattnet av klimatförändringar och i dessa lägen påverkas vi förstås som alla andra.

Ökar eller minskar priserna inom kreditförsäkring?

– Vi ser generellt en tendens till ökande priser. Konkurserna ökar i Sverige och priset på kreditförsäkring har varit för lågt under de senaste åren så detta är en hälsosam och nödvändig trend.

Har kundernas önskemål ändrats de senaste åren?

– Kunderna förväntar sig hela tiden snabbare och bättre service. Digitala verktyg kommer starkt och automatisering av enklare kreditbeslut kommer bli allt vanligare. Jag tror också att vi kommer att få se nya sätt att distribuera och administrera produkten de kommande åren vilket kommer att förbättra kundupplevelsen.

Har nya typer av kunder kommit in?

– Ja, främst inom SME-segmentet, små och medel-

stora företag. Men vi ser också att branscher som traditionellt inte kreditförsäkrat sig intresserar sig mer och mer. Produkten kreditförsäkring har utvecklats och kan appliceras överallt där försäljning på kredit mellan företag förekommer, vilket gör att potentialen för affärsutveckling är stor.

Hur är konkurrensen inom kreditförsäkring?

– Konkurrensen är hård och inget tyder på att den kommer att minska i intensitet. Men det är en hälsosam konkurrens som är positiv för branschen som helhet.

Den privata marknaden i Sverige omfattar flera aktörer där Euler Hermes, Atradius och Coface är de största.

Är det några nya aktörer på väg?

– Ja, vi ser fler aktörer på marknaden både bland försäkringsmäklare och bland försäkringsbolag eftersom fler har fått upp ögonen för den potential som finns i Sverige. Det kommer nya produkter och nya tjänster i allt högre takt.

Vilka är de viktigaste förändringarna som berör kreditförsäkringsbranschen framöver?

– Globalt handlar det förstås om digitaliseringen, samarbeten med banker och olika regulatoriska frågor. Ur ett svenskt perspektiv handlar det också om dessa frågor men också om att öka kännedomen om tjänsten. KFF:s främsta uppgift är just att driva medvetenheten om försäkringsformen.

Har ni haft problem att anpassa er till Solvens 2-regelverket?

– Jag kan bara svara för Euler Hermes här men kan konstatera att vi var först ut av branschens alla aktörer att få vår interna modell godkänd under Solvens 2.

Är branschen cyklisk och följer konjunkturen?

– Till stor del är det så. Vi har en period bakom oss med förhållandevis låga kreditförluster men mycket talar för att förutsättningarna håller på att förändras. Bankerna rapporterar ökade kreditförluster – om än från en låg nivå – och konkurserna ser alltså ut att öka igen. Exempelvis i detaljhandeln går tre företag om dagen i konkurs i Sverige just nu. Ur ett svenskt perspektiv ska vi vara medvetna om att de senaste sju, åtta årens tillväxt till stor del varit konsumtionsdriven. Om räntan går upp vilket mycket tyder på kommer att ske samt om hushållens disponibla inkomster går ned ytterligare på grund av aviserade skattehöjningar kan det gå snabbt utför i vissa sektorer.

Vilka är branschens största utmaningar just nu?

– Globalt sett att utnyttja ny teknik och de möjligheter och hot som digitaliseringen innebär. Ur ett svenskt perspektiv är den största utmaningen att öka kännedomen om försäkringsformen. Det är branschens högsta prioritet och jag ser en mycket stor potential. Min bedömning är att kreditförsäkringsbranschen i Sverige går en ljus framtid till mötes, säger Henrik Bromée. ■

