

*(BILDTEXT:) Inte din traditionella bankman. Hanna Lood, 22, är inriktad på ekonomi medan Vuokko Rapeli, 34, är inriktad på psykologi. Veronica Källberg, 25, har informatik som specialområde medan Mattias Berglund, 32, är tekniker. Alla går de innovationsprogrammet i Eskilstuna.
FOTO: ALICE MOLANDER*

Studenterna som vill förnya banken – kreativitet som ger avkastning

Mälardalens högskola är unik i sitt samarbete med flera företag i regionen. Genom fadderverksamhet kommer studenter ut på arbetsplatserna. Möt studenterna som hjälper banken att öppna ögonen.

Nordea, före detta Nordbanken, i Eskilstuna är partnerföretag till högskolans innovationsprogram. Samarbetet inleddes redan 1998, samma år som innovationsprogrammet startade. Såväl skolan som banken är nöjda med samarbetet – man har låtit och kommer låta det fortsätta.

Kuriren träffade Nordeas företagsmarknadschef Gunnar Ohlsson och Vuokko Rapeli, student på innovationsprogrammet, för att få en bild av hur det unika samarbetet ser ut.

Fokuserade på köerna

Den nuvarande gruppen studenter – fyra stycken, alla med olika vald inriktning – har under våren framförallt arbetat med idéer om hur man kan minska köerna för bankens kunder.

Eleverna gjorde intervjuundersökningar med kunder och personal. Varför köar man? Vilka är orsakerna? Vad kan man göra åt det?

Det upplevdes som mindre pressande med studenter som ställde frågorna än om bankpersonal skulle stå och trycka enkäter i händerna på folk. Även personalen tyckte det var bättre med anonyma kontakter med tredje person hellre än med närmste chefen.

Studenternas arbete ledde till en rapport som lämnades till bankledningen. Därefter genomfördes en del av de förslag som fanns i rapporten. Framförallt genomfördes stora förändringar av lunch- och morgonrutinerna.

Skulle man helt enkelt inte kunna anställa mer personal för att förbättra servicen?

– Det fungerar inte så. Som serviceföretag är vi redan väldigt kostnadsintensiva. Vi har tillräckligt med personal men problemet är att den inte kan disponeras hur som helst.

Gunnar Ohlsson tar kål på en myt om andelen personal i bankkontoren:

– Sedan 1996 har visserligen antalet transaktioner på bankkontoren minskat, men antalet kunder är detsamma. Det är andra ärenden som sker i kontoren idag. Fonder, pensioner, sparande. Rådgivning om lån och husköp. Samtidigt stänger Posten alla sina kontor vilket ökar tillströmningen till bankerna.

Det finns alltså nästan ett större behov av anställda i bankkassorna idag. Det är ett stort problem att all tillströmning sker i slutet på månaden och kring vissa tider på dagen (läs: lunchen), menar Gunnar Ohlsson.

– Då är det nästan omöjligt att undvika köbildning. Jag tror kunderna har overseende med det. Vad jag inte tror de skulle ha overseende med är om vi underlät oss att informera om att det finns andra sätt att komma i kontakt med banken med, där man slipper köa.

Under hösten har högskolesamarbetet fortsatt i form av att man undersöker hur man från bankens sida kan optimera relationerna med sina företagskunder.

Det handlar för högskoleeleverna ofta om ”skarpa case” såsom Gunnar Ohlsson uttrycker det. De får ta sig an verkliga fall. Tidigare grupper har bland annat tittat närmare på e-handel, användandet av cash-kort samt ett speciellt paket med banktjänster man utformat mot studenter.

Att se med nya ögon

Vuokko nämner ordet kreativitet. Att tänka annorlunda, att hitta nya lösningar. Att se på saker med en annan blick än den invanda.

Gunnar Ohlsson understryker vikten av att våga komma med ”dumma frågor”. Kommer man, såsom studenterna, utifrån har man ett annat perspektiv på organisationen och de rutiner som finns.

– Det är lätt att bli hemmablind. Yngre generationer är dessutom ofta bättre än de äldre på att ifrågasätta.

Att ständigt ifrågasätta verkar vara en nyckelfras för samarbetet. Det är tydligen viktigt för den stora banken med traditioner sedan decennier tillbaka att ta hjälp utifrån för att lära sig se vilka förändringar som kan behöva göras. En hjälp man får billigt tack vare samarbetet med högskolan.

Självklart driver man som kommersiellt företag inte samarbetet av några ideella syften, medger Gunnar Ohlsson. Banken måste tjäna på det i längden, och tveklöst är hjälpen man får av högskoleeleverna värd en hel del. Kvalificerad rådgivning som är nästintill gratis.

– Men vi har också ett samarbete med gymnasieskolor där banken kanske inte får ut lika mycket av det som skolan, påminner Gunnar Ohlsson.

Att samarbeta med lokala utbildningar kan för mindre seriösa företag framstå som en chans att skapa billig goodwill, men för Nordea understryker Gunnar Ohlsson att det handlar om mer än så.

– Det är ett sätt att verka i kommunen. Under samarbetets gång får vi en injektion med nytänkare, och när de tar examen får kommunen samtidigt ut kreativa studenter, som startar företag och blir kunder hos oss

Finns det inte ett stort ansvar hos företagen? Att försäkra sig om att man inte bara suger upp studenternas idéer utan att ge något tillbaka?

– I och med att vi har haft det här samarbetet så länge, med ständig kontinuitet och utvärdering, anser jag att den risken är väldigt liten, menar Gunnar Ohlsson.

Han poängterar att banken inte räknar kallt med att de alltid ska få ut något konkret av samarbetena.

— Kommer studenterna med några användbara förslag så försöker vi realisera dem, men det är inget vi alltid räknar med. Blir det något så blir det, annars inte.

— Dessutom märks det direkt om samarbetet inte skulle fungera, fortsätter Vuokko Rapeli. Det krävs såväl en bra grupp som bra företag. Vissa grupper har fått säga upp samarbetet när det inte har fungerat.

Studenterna är i varje fall nöjda. Andra partnerföretag som ingår i projektet är bland annat Apoteket, Telia Research, Mälarenergi och KontorAB.

— Jag tycker det är ett jätteviktigt jobb som högskolan gör med det här nära samarbetet med näringslivet. Att de "lägger örat mot marknaden" och ser vad som behövs. Hur samarbetet sedan kan se ut kan förstås skifta, men det viktiga är att de gör det, avslutar Gunnar Ohlsson.

JONAS ANDERSSON

Fakta om Innovationsprogrammet

Utbildningsprogrammet Innovation-Människa-Teknik-Organisation (IMTO) är en flervetenskaplig utbildning på 120 poäng. Syftet är att främja studenten som utvecklare av nya varor och tjänster. Fokus ligger på teknik/design, ekonomi, psykologi eller informatik.

Sedan utbildningen startade 1998 har det byggts upp ett IMTO-samarbete med ca 60 partnerföretag. Ett viktigt inslag i programmets pedagogik är att studenterna ska arbeta mycket i projektgrupper gentemot företag, så kallade partnerföretag.

I styrdokumentet för Mälardalens högskola står det att högskolans grundutbildning ska kännetecknas av att bland annat särskilt prioritera samverkan med näringsliv och samhälle. Idén med partnerföretag är ett exempel på detta.