

A private banking ÚJ DIMENZIÓJA

• *Miben más az SPB a többi piaci szereplővel összehasonlítva?*

Az SPB Befektetési Zrt. alapvetően olyan konzervatív befektetési szolgáltató, amelynek – a nagybanki háttérű privátbanki szolgáltatókkal szem-

ben – nincs saját terméke, hanem – folyamatosan bővítve a választékot – harmadik felek termékeit kínálja. Az általunk vallott független private banking lényege, hogy a piacon fellelhető valamennyi terméket elérhetővé tesszük az ügyfeleknek, akiknek így nem kell kényszerű kompromisszumokat kötniük.

Magyarországon jelenleg a privátbanki piac újrafelosztása zajlik. A hagyományos nagy szolgáltatókkal szemben az új generációs, kisebb, független piaci szereplők teret nyernek,

mert sokkal jobban fókuszálnak az ügyfelek valódi igényeire – mi az utóbbiak közé tartozunk. Ráadásul kedvező helyzetben vagyunk olyan szempontból is, hogy az alapításkor meghatározott stratégiánkon a válság miatt sem kellett változtatnunk, sőt a krízis kifejezetten keresetté tette ezt a fajta kockázatterülő stratégiát. Az ügyfelek pedig egyre inkább értékelik a következetességet.

• *Az ügyféllimitet viszonylag alacsonyan, 25 millió forintnál húzták meg. Miért?*

Még nem tartunk ott, hogy pusztán az SPB név nagy vagyonokat hozzon be, nekünk még bizonyítanunk kell. Ma már a privátbanki ügyfél tipikusan három-négy szolgáltatónál tartja a pénzét. Célunk, hogy látva működésünket, egy idő után egyre nagyobb bizalmat szavazzon nekünk és bővítse itteni portfólióját. Ez működik: 2013 végén 970 ügyfélszámlán összesen mintegy 40 milliárd forint értékű vagyont

kezeltünk, mindkét érték több mint kétszerese az egy évvel korábbinak. Kis szolgáltatóból most lépünk át a közepes kategóriába, a legnagyobb dinamikát produkálva a piacon.

• *Eljött az alacsony hozamok kora. Hogyan lehet ilyen környezetben érvényesülni?*

Ügyfeleink többsége nem hozammaximalizáló, hanem hozamoptimalizáló, azaz a kockázat és az elvárható hozam alapján fogalmazzák meg elvárásait befektetésekkel kapcsolatban. Ez azt is jelenti, hogy a többség megértette: a megváltozott környezetben elég nehéz két számjegyű hozamokat elérni. Még a válság elején elkezdtünk foglalkozni európai vállalati – azon belül nagybanki – kötvényekkel. Ezek megfelelő hozamot biztosítottak, ráadásul a folyamat a mai napig tart: ez a portfólió tavaly 16-17 százalékon teljesített euróalapon, idén pedig 6-7 százalékos érhető el. Jelenleg világszerte sokan sokat várnak a feltörekvő piacoktól Ázsiában, Kelet-Európában és Dél-Amerikában. A válságot túlnyomórészt kötvénytúlsúlyos portfóliók kialakításával kezeltük, ezzel szemben a jövőben várhatóan nő a részvények súlya.

• *Az SPB Luxemburgban akar leányvállalatot alapítani. Hogy áll ez a folyamat?*

Az elsősorban magyar ügyfeleket megcélzó luxemburgi vagyongazdálkodási teljes keretrendszerét létrehoztuk, jelenleg a cég bejegyzése zajlik. Lépésünk oka, hogy ügyfélkörünk egy része csak részben kezelheti itthon a vagyont. Eközben a nagy nyugat-európai szolgáltatók elkényelmesedtek, hírnevük mára meggyengült. Kiderült az is, hogy sokan szívesen választanák az SPB-t, ha lenne külföldi cége.

• *Hogyan tudja az SPB megkülönböztetni magát külföldön?*

Kint komoly brandekkel kell megküzdenünk. Csak hogy a patinás versenytársak alapvetően ügyfélsémákban gondolkodnak. Megbízóikat fejlett piaci ügyfélként kezelik, az annak megfelelő kockázatvállalással és befektetési stratégiával. Viszont a minket választó kinti magyar ajkú ügyfelek valójában nem fejlett piaci ügyfelek, más struktúrára vágnak, amit tőlünk megkaphatnak. Filozófiánk, hogy minden ügyfél saját egyedi portfólióval rendelkezik. A jelenlegi hozamkörnyezetben a nagy nyugat-európai szolgáltatóknak is sokkal jobban kellene differenciálniuk az ügyfelek között, előtérbe helyezve azok tényleges igényeit.



Az SPB a HSBC – a világ egyik legnagyobb bankja – integrált globális kereskedési rendszerét használja. A GEOS kereskedési rendszer révén a teljes nemzetközi OTC kötvénypiac, a világ 71 országának tőzsdéje, valamint 700 alapkezelő 15 ezer befektetési alapja érhető el.