

Dariusz Korczakowski

## „Bankowość Prywatna – podstawowe zagadnienia.”

listopad 2003

### Definicje

Terminem „Bankowość Prywatna”, „Private Banking” czy „Wealth Management” (ostatnie dwa określenia są oczywiście zaczerpnięte z terminologii zachodniej) określane są usługi oferowane najzamożniejszym Klientom banków. Zgodnie z definicją (L. Dziawgo, Bank i Kredyt 2/2003) Private Banking – to zindywidualizowany i kompleksowy system finansowej obsługi zamożnego klienta indywidualnego przez bank.

### Kategorie Klientów

Według standardów światowych do kategorii zamożnych Klientów, zwanych HNWI (high-net-worth individuals) zaliczamy Klientów dysponujących co najmniej 1 milionem USD – zgromadzonych w aktywach finansowych.

Oczywiście grupa Klientów Zamożnych nie jest niejednorodna – i tak Klientów wśród Klientów HNWI można jeszcze wyróżnić podgrupy – przy czym podziałów można oczywiście dokonywać na wiele sposobów, m.in.:

- 1) wyróżnienie z grupy HNWI podgrupy U-HNWI (ultra-high-net-worth individuals) – czyli grupy Klientów dysponujących aktywami finansowymi w wysokości powyżej 30 milionów USD (wg. Merrill Lynch / Gemini Consulting, World Wealth Report 2000)
- 2) podzielenie Klientów Zamożnych na grupy (J. Pietrzak, „Dwa oblicza private banking” za Financial Times):

- Bardzo zamożni - HNWI (high-net-worth individuals) – o aktywach finansowych powyżej 1 mln USD,
- Wyjątkowo zamożni – Extremely wealthy – o aktywach finansowych powyżej 5 milionów USD.
- Super bogaci – Super rich – o aktywach finansowych powyżej 35 milionów USD.

### Rozwiązania organizacyjne bankowości prywatnej

Początków bankowości prywatnej należy szukać w Anglii w XVII wieku. Tam też wąska grupa Klientów – arystokratów i ziemiaństwa oraz bogatych fabrykantów i kupców - korzystała ze specjalnych indywidualnie przygotowanych usług banków prywatnych. Kolejnym centrum bankowości prywatnej stała się Genewa – w której do dziś mieszczą się najlepsze tradycyjne banki, takie jak: Julius Baer, Pictet, Lombard Odier.

W **tradycyjnych** bankach prywatnych usługi adresowane są do specjalnie dobranej grupy Klientów – głównie osób pochodzących z bardzo bogatych rodzin, gdzie źródłem bogactwa są fortuny dziedziczone z pokolenia na pokolenie. W bankach tych oprócz legitymowania się odpowiednim poziomem bogactwa trzeba również mieć referencje któregośkolwiek z dotychczasowych Klientów a także udokumentować pochodzenie społeczne. Korzystanie z usług tradycyjnych banków prywatnych przypomina więc wstępowanie do elitarnego klubu. Również zarządzanie aktywami w bankach tradycyjnych nastawione jest bardziej na

utrzymanie wartości bogactwa, niż na jego pomnażanie. Oczywiście następstwem takiego zachowania banków tradycyjnych jest ich dość niska skala obrotów i udział w rynku. Banki te nastawione są jednak na działalność niszową – stawiają głównie na elitarność, doradztwo i wysokie marże jednostkowe.

W związku z faktem, że coraz więcej Klientów zamożnych to ludzie, których majątki zostały wypracowane przez nich samych (m.in. zyski z giełdy, twórcy z branży informatycznej, artyści) a także ze względu na dochodowość bankowości prywatnej, segmentem tym zainteresowały się Banki uniwersalne. W **nowoczesnym** private bankingu można wyróżnić następujące rozwiązania organizacyjne (J. Pietrzak, „Dwa oblicza private banking”):

- a) private banking oferowany przez odrębne, wydzielone departamenty dużych banków detalicznych, najczęściej przyjmują one markę banku macierzystego (np. Lloyds Private Bank, UBS Private Banking);
- b) private banking oferowany przez specjalne jednostki organizacyjne banków inwestycyjnych (np. Kleinwort Benson Private Bank, Flemings Private Bank);
- c) przejmowanie tradycyjnych banków prywatnych przez nowych właścicieli i świadczenie usług private bankingu pod starą, niezmienną marką, ale w ramach nowej struktury właścicielskiej.

Dziesiątka największych banków private banking wg stanu na czerwiec 2000 przedstawia się następująco (FT Research, July 2000):

**Union Bank of Switzerland** - o zarządzanych aktywach: 422 mld USD,

**CSPB** - o zarządzanych aktywach: 288 mld USD,

**JP Morgan Chase** - o zarządzanych aktywach: 230 mld USD,

**Deutsche** - o zarządzanych aktywach: 180 mld USD,

**Citibank** - o zarządzanych aktywach: 140 mld USD,

**Merrill Lynch** - o zarządzanych aktywach: 137 mld USD,

**ABN Amro** - o zarządzanych aktywach: 133 mld USD,

**Bank of America** - o zarządzanych aktywach: 128 mld USD,

**HSBC** - o zarządzanych aktywach: 121 mld USD,

**BNP Paribas** - o zarządzanych aktywach: 100 mld USD,

Jak widzimy z powyższego zestawienia aktualnie na rynku dominują banki nowoczesne – choć jeszcze przez długi czas będzie na rynku miejsce dla Banków tradycyjnych (dla porównania wartość aktywów zarządzanych przez największy bank private banking typu tradycyjnego – Julius Baer wynosi: 84 mld USD).

### **Zakres usług**

Usługi w ramach bankowości prywatnej są przygotowywane indywidualnie dla każdego Klienta – w zależności od oczekiwań Klienta, jego skłonności do ryzyka, horyzontu czasowego inwestycji. Niemniej można wyróżnić następujące obszary produktów oferowanych w ramach bankowości prywatnej („Wealth Management. Achieving Profitability and Long-Term Growth in a Competitive Marketplace”, ATKEARNEY an EDS company, 2002):

#### 1) Produkty inwestycyjne:

- a) Akcje (equity),
- b) papiery o stałym dochodzie (fixed income),

- c) fundusze hedgingowe (hedge funds),
- d) produkty strukturyzowane (structured products),
- e) opcje (options).

#### 2) Zarządzanie ryzykiem:

- a) produkty związane ze strategią dywersyfikacji portfolio (portfolio diversification strategies),
- b) strategie opcji giełdowych (stock option strategies).

#### 3) Tradycyjne usługi bankowe:

- a) Pożyczki (loans),
- b) kredyty hipoteczne (mortgages),
- c) rachunki oszczędnościowe, oszczędnościowo – rozliczeniowe (checking / saving accounts),
- d) rachunki firmowe (business accounts).

#### 4) Planowanie i doradztwo w zakresie finansów i nieruchomości:

- a) doradztwo podatkowe (tax planning),
- b) doradztwo w zakresie nieruchomości (estate planning),
- c) administrowanie funduszami powierniczymi (trust administration),
- d) administrowanie nieruchomościami (estate administration),
- e) ubezpieczenia, asekuracja (insurance).

### **Dlaczego Klienci korzystają z usług bankowości prywatnej ?**

Celem świadczenia usług bankowych dla Klientów Zamożnych jest oczywiście osiągnięcie przez banki godziwych zysków. Dlaczego więc Klienci korzystają z tych dość kosztownych usług ? Podstawą bankowości prywatnej jest indywidualna obsługa – świadczona zwykle przez Doradcę (lub w niektórych przypadkach zespół Doradców) – kompetentnego i całkowicie oddanego Klientowi – za którego pośrednictwem załatwia on wszelkie sprawy bankowe. Jest to chyba najważniejsza wartość dodana dla Klientów. Ważne jest też, że banki oferują Klientom Zamożnym ofertę kompleksową i „szytą na miarę” – tak więc dostosowaną do profilu danego Klienta w zakresie akceptowalnej strategii inwestycyjnej, sytuacji majątkowej itp. Dla wielu Klientów ważniejsze jednak od realnych korzyści są jednak poczucie snobizmu i elitarności – poczucie, że jest się dla Banku najważniejszym Klientem.

#### Literatura:

1. „Private Banking – istotny element współczesnej bankowości”, L. Dziawgo, „Bank i Kredyt” nr 2/2003.
2. „Dwa oblicza private banking”, J. Pietrzak, „Bank” 11/2003
3. „World Wealth Report 2000” – Merrill Lynch International, Gemini Consulting, 2000
4. „Wealth Management. Achieving Profitability and Long-Term Growth in a Competitive Marketplace”, ATKEARNEY an EDS company, 2002

#### **Zastrzeżenia:**

Autor niniejszego artykułu nie ponosi żadnej odpowiedzialności za decyzje podjęte na podstawie lektury artykułu. Wszystkie zawarte w artykule dane mają jedynie charakter informacyjny i nie mogą być przedmiotem jakiegokolwiek odpowiedzialności autora artykułu. Wykorzystanie artykułu lub jego części może się odbyć za zgodą autora poprzez serwis [www.privatebanking.pl](http://www.privatebanking.pl).

**Więcej artykułów z zakresu Bankowości Prywatnej / Private Banking / Wealth Management w serwisie internetowym [www.privatebanking.pl](http://www.privatebanking.pl).**