

# Hiába várjuk, nem lesznek új slágertermékek a befektetésekben

A pénzügyi és megtakarítási piacon legtöbbször a nagy változások kényszerítik ki az innovációkat, ilyen volt idén a koronavírus berobbanása és a digitalizációra való átállás. Ettől függetlenül hosszabb távon az emberek szeretik a megszokott és bevált befektetési lehetőségeket, a piaci szereplők pedig úgy látják, nagy horderejű változás ebben nem is várható a jövőben sem. A Portfolio Öngondoskodás konferenciájának záró panelbeszélgetésén a szakemberek elmondták, senki ne várjon új slágerterméket a következő 10 évben.

Az Öngondoskodás 2020 hibrid konferencia záró panelbeszélgetésén a résztvevők arról beszélgettek, mit hoz a következő 10 év a lakossági megtakarítások piacán:

**Póth Viktor**, az OVB Magyarország üzletfejlesztési igazgatója szerint az elmúlt tíz év azt mutatta meg, hogy az ügyfelek akkor elégedettek, ha minél több termékkel lehet őket kiszolgálni. A minőségi tanácsadás a jövőben még jobban felértékelődik.

Szerinte nem élünk nagyon más időket ma, mint tíz évvel ezelőtt, ha az ügyfelek felfogását vagy kiszolgálását nézzük. A változást mindig olyan dolgok idézik elő, amit előre nem várunk. Hosszú távon azonban úgy véli, ugyanaz az igénye az ügyfeleknek a megtakarítási termékeket nézve, ilyen szempontból pedig fontosabb szerepe van a személyes kapcsolatépítésnek.

**Parádi-Varga Tamás**, az SPB Befektetési Zrt. vezérigazgatója egyetért azzal, hogy minél szélesebb termékpalettát érdemes az ügyfeleknek felkínálni. Ma már olyan sok befektetési termék van a piacon, hogy ezeket emberi szemmel követni már lehet, ezt a döntéstámogatást kell megadniuk a piaci szereplőknek.

Az elkövetkező tíz évet szemlélve most kicsit torzítja a képet a COVID-hatás. Nagy változások a termékpalettában szerinte nem várható a következő 10 évben. Az biztos, hogy a fenntarthatóság és ESG-szemponatok nem csak divathóbort a fiataloknál, ők ezt valóban komolyan veszik.

**Nyitrai Győző**, az OTP Bank Nyrt. Megtakarítási Szolgáltatások Főosztályának igazgatója szerint a legfontosabb felismerés az volt az elmúlt 10 évben, hogy az ügyfelet egész életén keresztül kell kiszolgálni, élethosszig tartó partnerséget kell kiépíteni.

Tíz évvel ezelőtt is lehetett bizonyos szolgáltatásokat és ügyeket elektronikusan intézni, azt látni, hogy a portfóliók azóta érdemben nem változtak a meglévő ügyfeleknél: akik tíz éve értékpapírt vettek, azok ma is vesznek. Az OTP-nél azt látják, hogy 15-20%-nál több ügyfél nem lép be a valós megtakarítások piacára.

**Kerek Norbert**, az MKB Bank lakossági divízió igazgatója úgy véli, hogy a mintaportfóliók jelentős segítséget adnak az ügyfeleknek a befektetési döntések meghozatalában. A jövőben egy rendszeres díjas megtakarítást szeretnének a piacra dobni.

Az ügyfelek pénzügyi tudatossága jelenleg nagyon elmarad attól a szinttől, amire igazán építeni lehet szolgáltatóként. Az ESG-portfóliók kapcsán kiemelte, hogy a jó hozamok és a fenntarthatóság kéz a kézben jár, ebben viszont egyre tudatosabbak az emberek.

**Bilibók Botond**, a Hold Alapkezelő vezérigazgatója úgy véli, hogy nagyon új termék, slágertermék nem lesz a jövőben, legalábbis olyan, amit eddig ne láttunk volna. Ha egyet ki kellene emelni, akkor az várható, hogy az értékalapú befektetések ismét átveszik az uralmat a növekedési részvényektől.

A mai pénzügyi közvetítő rendszerben bár zajlanak a fejlesztések, még mindig a kőkorszaki jellegzetességeket viseli magán. Ebben nagy változást vár, ami nemcsak átalakítja a megtakarítási piacot, hanem demokratizálja is. Összességében azonban nagyon nagy változások az öngondoskodási piacon nem lesznek szerinte.

**Morafcsik László**, a Fundamenta-Lakáskassza vezérigazgató-helyettese, az Igazgatóság tagja úgy látja, hogy a lakástakarék-pénztári termékek egyszerűbb helyzetben vannak, ezek hosszú távú öngondoskodási termékek, itt nagy változások nem várhatóak. Ott van azonban a generációváltás, azt látni, hogy a mi szüleink, mi és a gyerekeink is teljesen más szempontok szerint választanak terméket – mondta. A generációváltás ki fogja kényszeríteni az innovációkat a termékfejlesztőkből – tette hozzá.

A KATA-val kapcsolatos adójogszabályok megváltoztak, ugyanakkor szerinte ez nem jelent majd érdemi tanácsadói kiesést a piacokon. Kitért arra, hogy régebben nem volt ilyen adózási lehetőség, és akkor is jól működött a tanácsadói piac.

forrás: <https://www.portfolio.hu/befektetes/20201110/hiaba-varjuk-nem-lesznek-uj-slagertermekek-a-befekteteseekben-456774>