



Uw financieel DNA on

Leer een cliënt beter kennen op beleggingsgebied met behulp van uitvoerige vragenlijsten. Een nieuwe methode om de juiste adviseur aan de juiste belegger te koppelen » Tom Loonen en Arjen Schepen

Met de invoering van de nieuwe Wet op het financieel toezicht (Wft) is de financiële onderneming (zoals tussenpersoon of bank) verplicht om informatie over de financiële situatie van de cliënt te verkrijgen en te interpreteren. Er dient bij het advies dus rekening gehouden te worden met aspecten zoals bezit van onroerend goed, de financiële lasten, het inkomen, opgenomen kredieten en pensioenvoorzieningen. Deze financiële gegevens dienen afgezet te worden tegen de doelstellingen van de cliënt. Vervolgens dient de adviseur een conclusie te trekken: is de doelstelling haalbaar of niet? Welke aanpassingen dienen in het financiële beleid gedaan te worden om te bereiken dat de kansen dat de doelstellingen alsnog gerealiseerd worden, toenemen?

Met dit inventariseren wordt voldaan aan het zogenoemde ken-uw-clientbeginsel. Over dit beginsel is (nog steeds) veel te doen. Wát dient er vastgelegd te worden? En moet dit alleen bij aanvang van de relatie gebeuren? Wanneer dient er gewaarschuwd te worden dat er te agressief (of wellicht té defensief) wordt belegd?

Met regelmaat komen deze vragen terug. In de praktijk zijn hierover door de Klachtencommissie DSI klachten behandeld van particuliere beleggers. Deze menen dat er

onzorgvuldig onderzoek verricht is naar hun financiële omstandigheden. Er zou onvoldoende doorggevraagd zijn, of er worden onjuiste conclusies getrokken door de beleggingsdeskundige.

De vraag is natuurlijk: weet de particuliere belegger wel precies wat zijn doelstellingen zijn en kent de beleggingsdeskundige zijn cliënt goed genoeg om te kunnen spreken van het ken-uw-clientbeginsel? De

'WAT VOOR SOORT MENS BENT U?', 'WAT ZIJN UW VALKUILEN?', 'WAARAAN HEEFT U EEN HEKEL?'

conclusie is dat de communicatie in nogal wat gevallen verbeterd kan worden.

Althans dat is de mening van Hugh Massie van Financial DNA, een Amerikaanse firma die zich richt op banken in de Verenigde Staten en sinds kort ook Europa. Het komt kort gezegd hierop neer: met behulp van een uitvoerige (en aardige) vragenlijst wordt als het ware het 'financiële DNA' van de cliënt vastgesteld. 'Wat voor soort mens bent u eigenlijk?', 'Wat zijn uw valkuilen?', 'Waar heeft u een hekel aan?', 'Wat zijn uw

sterke kanten?' Allemaal vragen die nuttig zijn om te weten over uzelf.

Zo relevant als het kan zijn voor de adviseur om de persoon achter de cliënt te kennen, zo interessant kan het omgekeerd zijn voor de cliënt om de adviseur beter te leren kennen. De firma Financial DNA biedt de mogelijkheid het 'DNA' van de betreffende adviseur vast te stellen en te combineren met het DNA van de cliënt. Centraal staat de vraag: zijn er voldoende raakvlakken om met elkaar een profijtvolle adviesrelatie aan te gaan?

Op deze manier kunnen beide partijen, adviseur én cliënt, van elkaar leren. Zij kunnen zo als het ware 'beter aansluiting zoeken bij elkaar'. Dit stelt Financial DNA althans. Daarbij merkt Hugh Massie in zijn boek *Financial DNA. Discovering Your Unique Financial Personality for a Quality Life* op dat de meeste financiële beslissingen gerealiseerd zijn aan menselijk gedrag, inclusief onze relatie met familie, zakenpartners en adviseurs. De bedoeling is dat deze methodiek — het is tegen betaling geheel online beschikbaar — door vooral private banks in Nederland gebruikt gaat worden. Wereldwijd gebruiken reeds 3500 adviseurs dit programma, stelt Symon Jagersma van Financial DNA Netherlands.

Als de diepgelegen wens van Massie c.s. is

dat door kennis van beide individuen de communicatie tussen cliënt en adviseur verbeterd wordt, dan is dit een nobel streven. Alle serieuze pogingen om zo volledig mogelijk aan het wettelijk verplichte ken-uw-clientbeginsel te voldoen, dienen omarmd te worden. Uit recent onderzoek is namelijk gebleken dat een van de grootste klachtenbronnen het gebrek aan of de wijze van communiceren is. Ook kan een (potentiële)

EEN VAN DE GROOTSTE KLACHTENBRONNEN IS HET GEBREK AAN OF DE WIJZE VAN COMMUNICEREN

belegger zich bij een adviseur anders voordoen dan hij werkelijk is, of doet omgekeerd de adviseur dit jegens de cliënt. Dat dit een vruchtbare relatie op termijn niet ten goede zal komen behoeft geen betoog. Financial DNA vertaalt op een aardige wijze als het ware uw persoonlijkheid in beleggingsstijlen, waardoor mogelijk de kans op niet-passende adviezen afneemt.

Waar de DNA-methodiek eveneens een toegevoegde waarde kan hebben, is bij de zogenaamde 'intake' van een nieuwe cliënt.

Flight or fight

Tijdens het debat dat na de gemeenteraadsverkiezingen in 2002 werd gevoerd, leed PvdA-voorman Ad Melkert een dramatische nederlaag. Terwijl Pim Fortuyn op theatrale wijze victorie kraaide, kwam Melkert niet verder dan met een zuur gezicht de andere kant uitkijken. Zijn strategische fout was dat hij als een 'lame duck' bleef zitten. Daarmee toonde hij zich een slechte verliezer en verspeelde hij zijn gezag.

In een bedreigende situatie kunnen mensen twee dingen doen: zich uit de voeten maken of terugvechten. Flight or fight, in termen van biologen. In beide gevallen is dat een effectieve reactie. Je schudt de tegenstander van je af of je brengt hem om zeep. De zittenblijver wordt door zijn aanvaller opgepeuzeld. Melkert had een voorbeeld moeten nemen aan Paul Rösenmuller, die met een frontale aanval Fortuyn van het podium joeg.

ABN Amro-topman Rijkman Groenink blijft tegen beter weten in ook zitten. In een interview afgelopen zaterdag in NRC Handelsblad gaf hij toe dat het bod van het bankentrio beter is. Je hoeft geen wiskundige te zijn om dezelfde conclusie te kunnen trekken. Het bod is niet alleen hoger dan dat van Barclays, maar ook beter omdat er meer in contanten wordt betaald. Na zaterdag zijn de kansen voor Barclays niet wezenlijk verbeterd. Het bod is weliswaar nog wat opgerekt omdat Aziatische financiers een deel meefinancieren, maar het bizarre van deze situatie is dat Barclays daarmee ook een uitweg voor zichzelf heeft geregeld.

Er zijn meer overeenkomsten tussen Groenink en Melkert. Beiden zijn intelligente en snelle denkers. Hun denkkracht combineren ze met groot strategisch inzicht. Verder kenmerken zij zich beiden door een zeer grote mate van doelgerichtheid en ambitie.

Melkert wist als minister een paar lastige dossiers goed af te wikkelen. Dat geldt ook voor Groenink als bankier. Hij loodste zijn bank door heikele dossiers zoals DAF en HCS. Daarbij zeilde zowel Melkert als Groenink scherp aan de wind. De eerste kreeg harde kritiek voor de manier waarop hij met Europese subsidies omging. Over dossiers HCS zijn de meningen over het handelen van Groenink op zijn minst verdeeld.

Waarom ging het met beide leiders fout toen ze eenmaal de top hadden bereikt? Ik denk dat het uiteindelijk hun gebrek aan charisma en authenticiteit is geweest. Van beide heren heb ik Melkert eenmaal persoonlijk ontmoet. Dat was tijdens een interview dat ik in 2005 afnam bij Business News Radio. Wat mij toen opviel, was zijn afstandelijkheid. Tijdens het gesprek zelf — dat een uur duurde — en tijdens het voor- en nagesprek toonde hij op geen enkele wijze belangstelling voor de mensen om hem heen. Geen persoonlijke noot, geen vleugje humor of relativering. Groenink ken ik slechts van een afstand. Ik woonde zijn lezing bij op de Dag van het Aandeel in 2000. Daar ontvouwde hij zijn plannen om ABN Amro een efficiëncyslag te laten maken. De boodschap was prima en zeer goed te rechtvaardigen, maar de toonzetting getuigde van rauwheid en kilte.

Beiden slaagden ze er niet in om zakelijkheid en menselijkheid te combineren. Wat mij het meeste opvalt, is dat geen spindokter daaraan wat kan veranderen. Toen Melkert bij de training van Feijenoord verscheen, hoonden mijn Rotterdamse zoons dat hij in Amsterdam wel zou zeggen dat hij voor Ajax was. Groenink had het in interviews opeens over de crèche van zijn kinderen en hij zou kinderboeken voorlezen. Het heeft niet mogen baten. Authenticiteit valt niet te regisseren. ■

Jaap Koelewijn is hoogleraar en lector corporate governance aan Nyenrode respectievelijk Hogeschool Inholland.



ILLUSTRATIE: R. VENKE VAN GEERIK

der de loep

Doordat deze veel (persoonlijke) gegevens verstrekt en de adviseur van zijn of haar kant hetzelfde doet, krijgen beide partijen snel een beeld over en weer en weten zij in grote lijnen wat voor 'vlees zij in de kuip hebben'. Daarbij komt nog een ander potentieel voordeel: de DNA-methodiek kan mogelijk het verschil tussen aangeleerd en aangeboren gedrag van de cliënt onderscheiden. In stressloze situaties kan een cliënt volstrekt ander (beleggings)gedrag vertonen dan in stressvolle situaties (zoals een beurskrach). Onderzoek naar behavioural finance leert dat een cliënt die in een beurscrash een agressief ingestelde belegger is die wel van een 'gokje' houdt, bij een (sterke) daling van de beurskoersen regelmatig plotsklaps een hypernerveuze man blijkt te zijn die slecht tegen verlies kan. Financial DNA kan dit verschil in gedrag met zijn systeem heel aardig in beeld brengen; en voordat er ongelukken gebeuren.

Bedenkingen

Toch hebben wij ook wat bedenkingen tegen deze methodiek. Eerst is daar de beperkte doelgroep van Financial DNA. Dit lijkt niet de retailcliënt met een bescheiden vermogen bij een willekeurige grootbank. De DNA-methodiek zal daar al snel te veel geld en tijd kosten. Jammer, want juist deze doelgroep zou best eens behoefte kunnen hebben aan een langdurige vertrouwensband met een financieel adviseur. De doelgroep van Financial DNA zijn eerder de pri-

vate banks en hun clientèle. Deze groep cliënten mogen zich in veel gevallen reeds verheugen in veel aandacht. Daar is de mens achter de cliënt vaak al relevant. Die moet zich serieus genomen voelen en zo meer aandacht krijgen voor zijn financiële mogelijkheden en onmogelijkheden. En als we ervan uitgaan dat het verloop van adviseurs bij de private banks beperkt is en het wederzijdse vertrouwen groot, dan is het de vraag of dit programma daar echt wat toevoegt.

Een tweede bedenking: veel financiële beslissingen zijn relatief simpel maar worden complex gebracht of gemaakt. Bepaalde wensen of doelstellingen zijn voor sommigen eenvoudigweg nooit realiseerbaar en zullen dus ook geen onderdeel vormen van een advies. Een (potentiële) belegger kan wel een bepaald 'type' mens zijn, maar bepaalde beleggingstechnische handelingen zijn simpelweg noodzakelijk of juist uitgesloten in bepaalde gevallen. Een belegger die moet leven van zijn vermogen kan niet zeer offensief in aandelen beleggen. Het zo volledig mogelijk inventariseren van de financiële positie van een cliënt en het hierop afstemmen van het advies is vaak al een hele opgave. Daar is, vooralsnog, geen Financial DNA bij nodig, maar gezond — financieel — verstand in combinatie met kennis van zaken. ■

Tom Loonen en Arjen Schepen zijn werkzaam bij Bank Insinger de Beaufort nv als respectievelijk senior bankier en manager financiële planning. Zij schrijven dit artikel op persoonlijke titel.