

column Arnoud W.A. Boot

Economen, Delta Lloyd en 'beursgang' bonus...

TEKST **Arnoud W.A. Boot**

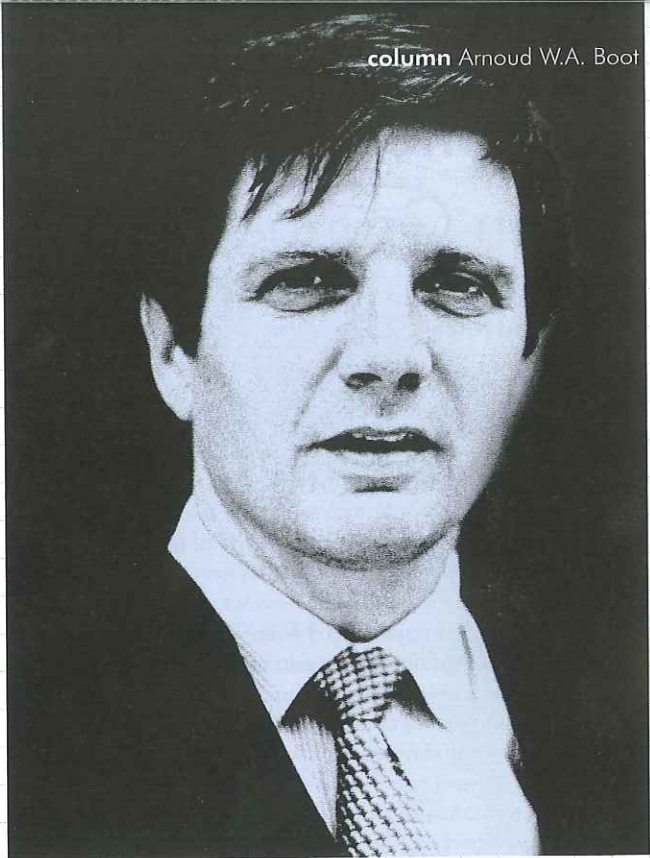
ALS ONAFHANKELIJK ECONOOM VRAAG JE JE AF OF HET LEVEN OOIT WORDT ZOALS VROEGER. TOEN KON AL JE TIJD BESTEDEN AAN WETENSCHAP. AF EN TOE SCHREEF JE EEN STUKJE VOOR DE KRANT EN ZO NU EN DAN GAF JE COMMENTAAR AAN DE MEDIA. DE WERELD STAAT NU AL TWEE JAAR OP ZIJN KOP, EN TELKENS ZIJN ER WEER BELANGRIJKE ONTWIKKELINGEN WAAR JE JUUST ALS ONAFHANKELIJK ECONOOM COMMENTAAR OP MOET GEVEN. EN NIET ZO MAAR VANWEGE HET COMMENTAAR, MAAR VANUIT DE GEDACHTE DAT JE HET HOPELIJK IETS KUNT BIJSTUREN. WAT LEES IK NU NET WEER IN DE KRANT TUSSEN TOKYO EN AMSTERDAM?

Delta Lloyd bestuurder Niek Hoek verdedigt de 'beursgang' bonus voor de top van Delta Lloyd. Hij zegt dat deze bonus door haar huidige aandeelhouder gezien wordt als absoluut noodzakelijk voor de 'alignment' van het bestuur met de aandeelhouders. Is dit zo? En hoe pakt die alignment uit voor de klant?

Normaliter denk je dat goede service en klanttevredenheid uiteindelijk in het belang is van het bedrijf en daarmee ook van de aandeelhouders. Aandeelhouder alignment kan dus heel goed samengaan met het goed zorgen voor je klant. Anti-aandeelhouder fundamentalisten, die het sturen op aandeelhouderswaarde hoe dan ook als ongewenst zien, hebben dan ook ongelijk. Dus vooruit, gun de top van Delta Lloyd die extra in de schoot geworpen aandelen als de beursgang lukt?

Dit vereist een wat genuanceerdere kijk op hoe verzekeringsmaatschappijen in de afgelopen decennia invulling hebben gegeven aan hun missie. De sleutelvraag is: gaan de verzekeraars zich in de toekomst echt beter gedragen? Zijn de woekerpolissen verleden tijd?

Ik ben pessimistisch. Toen ik een aantal maanden geleden telefonisch mijn deposito bij Robeco wilde verlengen, werd mij gevraagd of ik gezien de lagere rentes niet mijn geld in hun nieuwe spaarproduct wilde stoppen. Dit was een uniek product werd mij verteld, dat tussen de 2 en 6 procent opbrengt. Het precieze percentage was afhankelijk van 'ontwikkelingen op de financiële markten'. Gefascineerd door deze ongevroegde 'aanbieding' – ik belde immers om mijn depositie te verlengen – deed ik enige moeite om het product te begrijpen. Ik vroeg, wanneer is het 2 en wanneer is het 6



procent? Dat viel niet te zeggen, het was 'afhankelijk van ontwikkelingen op de financiële markten'. Hoezo transparantie, hoezo zorgplicht? Robeco had de verkoopinstructie uitgevaardigd dat iedereen die om een verlenging van zijn deposito vroeg, in dit nieuwe product moest worden geduwd.

Als dit al voor Robeco geldt, toch een van de fatsoenlijker spelers in de Nederlandse markt (dochter van de Rabobank), wat kunnen we dan van verzekeraars verwachten? Ik ben er niet gerust op. Verzekeraars moeten geld verdienen, en dat loopt denk ik niet parallel met de belangen van de klant.

De vraag die nu centraal staat bij de verschillende financiële spelers is welke producten onmiddellijk bijdragen aan de winstgevendheid, maar tegelijkertijd een niet te groot afbreukrisico hebben. Deze afweging zet enige rem op toekomstige uitwassen, maar er is geen enkele reden om aan te nemen dat we rustig kunnen gaan slapen. Het dure apparaat van verzekeraars kan alleen in stand blijven bij hoge marges. Met transparante producten valt er weinig te verdienen, dus er dreigt weer wildgroei aan complexe (en dure) producten die niet in het belang zijn van de klant.

Dus geen beursgang? Dat hangt er van af. Robeco (of Rabobank) staat immers ook niet op de beurs, en dat – zie eerder – biedt geen garantie. Een belangrijke vraag is of Delta Lloyd bereid is zwaar in de kosten te snijden, om zodoende in staat te zijn een reputatie op te gaan bouwen voor low cost transparante producten. Het scherper sturen op korte termijn financiële grootheden, waar bij een beursgang bijna niet aan te ontkomen is, vereist anders hoge kosten producten. Ik ben sceptisch. Verstandiger lijkt mij ervan uit te gaan dat de gewenste 'alignment' tussen aandeelhouders en management, waar Delta Lloyd bestuurder Niek Hoek het over heeft, niet in het belang is van de klanten van Delta Lloyd. En daarmee is de bonus voor het management van Delta Lloyd een slag in het gezicht van haar klanten. ●