

‘WE MOETEN COLLECTIEF VAN REACTIEF NAAR PROACTIEF’

Door Baart Koster

De maatschappelijke roep om transparante dienstverlening zwelt de laatste jaren aan. In dat licht lijkt er ook het nodige te winnen in de kostentransparantie van vermogensbeheer. Bij KAS BANK gingen Bob Meijer (KAS BANK), Herman Prummel (BlackRock) en Gerard Warmerdam (Stichting Pensioenfonds Achmea) daarover in gesprek onder leiding van Jolanda de Groot van Financial Investigator.



Foto: Archief KAS BANK

CV

Bob Meijer is als senior Sales & Business Development Manager werkzaam bij KAS BANK N.V. Van 2011 tot 2015 heeft hij voor AXA Investment Managers (Amsterdam Branch) gewerkt als Client Relationship Manager. Daarvoor heeft Meijer gedurende 15 jaar in diverse commerciële functies en managementfuncties eerder voor KAS BANK gewerkt. Meijer heeft een afgeronde opleiding Commerciële Economie aan de Hogeschool voor Economische studies en daarnaast diverse vakgerelateerde trainingen en opleidingen gevolgd.

Naar goede Socratische traditie startte de ronde tafel met het vaststellen van de definitie van het gespreksthema. Volgens Warmerdam is kostentransparantie eenvoudig concreet te maken. ‘Het houdt in dat wij als Stichting Pensioenfonds Achmea (SPA) voor onze deelnemers moeten weten wie waarvoor wat verdient in de serviceketen.’ Meijer beaamt dat ook zijn cliënten middels kostentransparantie in beeld moeten krijgen wat ze betalen en waarvoor. ‘Belangrijk is bovendien dat cliënten door die geboden transparantie een eerlijke, eenduidige vergelijking kunnen maken tussen hun verschillende opties.’ Prummels definitie sluit daarbij aan, met als toevoeging dat het geboden inzicht in de onderliggende kosten van een dienst of product altijd in samenhang moet worden gezien met de daarvoor geleverde prestatie. ‘Kosten en prestatie zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Uiteindelijk betekent een dergelijke transparantie dat de cliënt bewustere en betere keuzes kan maken voor een beleggingsdienst of -product.’

LAAT ZIEN WAT JE DOET

Overigens zijn de heren van mening dat kostentransparantie een autonome verantwoordelijkheid is en dus zeker niet louter berust op de maatschappelijke geluiden die klinken. ‘Op een helder inzicht in wat je betaalt voor welke service hebben onze cliënten simpelweg recht’, aldus Meijer. ‘Je wilt überhaupt voorkomen dat zij bij de factuur tegen onaangename verrassingen aanlopen. Het is daarom voor ons als dienstverleners zaak eerlijk en transparant te zijn over kosten. Dus om helder inzicht te bieden in de kosten zoals die over de hele serviceketen verdeeld zijn en zo inzicht te geven in hoe die tot de eindprijs leiden.’ Daaruit volgt als vanzelf de vraag hoe die transparantie dan precies geboden kan worden. Warmerdam geeft aan dat je

de vermogensbeheerkosten uiteraard conform wet- en regelgeving communiceert in je jaarverslag, maar dat je er daarmee nog niet bent. 'De cijfers van het jaarverslag komen pas beschikbaar rond de maand juni volgende op het jaar waarop ze betrekking hebben. Dat is wat mij betreft veel te laat, je zou die informatie op een actueler moment moeten verstrekken. Een idee is bijvoorbeeld om ze al eerder op je website te publiceren. Onderdeel van die informatie zou dan kunnen zijn dat je laat zien wat je hebt gedaan om voor je deelnemers of klanten een goede deal te realiseren. Voor een pensioenfonds kan dit bijvoorbeeld door te laten zien dat je budgetteert en dat je goede afspraken hebt gemaakt met vermogensbeheerders.'

KOSTENBENCHMARKING

Kijk je naar de vele kostencomponenten die een rol spelen bij vermogensbeheer en naar de complexiteit daarvan, dan dringt zich de vraag op hoe deelnemers en cliënten daar eigenlijk chocolade van moeten maken. Meijer en Prummel vinden dat de eerste stap is om, het liefst op Europees niveau, te komen tot uniforme methodieken voor de presentatie van kosteninformatie en tot een uniform kader voor rapportagerichtlijnen. 'Zo krijgt de ontvanger eenduidige informatie waarbij geen ruimte is voor misinterpretatie', verduidelijkt Prummel. 'Mis je die uniforme methodiek, dan is het onmogelijk de cliënt zinvolle en vergelijkbare informatie te geven. Zeker ook met betrekking tot het technische aspect van de vele individuele kostencomponenten, is eenduidigheid vereist wil de cliënt überhaupt tot goede beleggingsafwegingen kunnen komen.' Indachtig zijn doelgroep van deelnemers die veelal geen diepgaande beleggingskennis bezitten, vindt Warmerdam dat benchmarking en een heldere toelichting hand in hand moeten gaan. 'Het helpt wanneer je laat zien wat jouw kostenbenchmark is, of in jip-en-janneketaal: waar je mee vergelijkt. En vooral dat je duidelijk uitlegt wat je allemaal doet voor de in rekening gebrachte kosten.'

KAS BANK werkt met kostenbenchmarks op verschillende niveaus. 'Die worden gevormd door het beleggings-universum van onze relaties die bij ons de FTK-rapportages (Financieel Toetsings Kader) afnemen', haakt Meijer in. 'Het kostenniveau in die FTK-rapportages is feitelijk de basis voor het rapporteren van kosten aan de Nederlandse toezichthouder. Wij gebruiken dat gemiddelde ook als benchmark. Wij rapporteren ook aparte benchmarks voor bijvoorbeeld bedrijfstakpensioenfondsen of pensioen-

Op een helder inzicht in wat je betaalt voor welke service hebben onze cliënten simpelweg recht.

fondsen met, zeg, vier miljard euro beheerd vermogen, om te kunnen kijken hoe je scoort in vergelijking met andere soortgelijke fondsen.'

DE DOELGROEP BEPAALT DE COMMUNICATIE

'Bij BlackRock bedienen we zowel de professionele als de retailbelegger', aldus Prummel. 'Hoe gedetailleerd de informatie is die je verstrekt, of je dat in een paar A4'tjes tekst doet of middels grafieken met een korte toelichting, hangt af van de vraag met wie je communiceert. De professionele belegger wil gedetailleerder geïnformeerd worden dan de gemiddelde retailklant. Ik maak graag de analogie met het koekje. De klant wil weten of het een lekker koekje



Foto: Archief BlackRock

CV

Herman Prummel is sinds 2011 Chief Operating Officer (COO) van BlackRock in Nederland, de Isle of Man, het Midden-Oosten & Afrika (MEA) en Scandinavië. Tevens is hij lid van het Europese (EMEA) Operating Committee. Daarvoor was hij business manager voor BlackRock's EMEA Institutionele business in Londen. Zijn diensttijd bij het bedrijf gaat terug tot 2002, met inbegrip van zijn jaren bij het Philips Pensioenfonds en Merrill Lynch Investment Managers (MLIM), dat in 2006 met BlackRock fuseerde. Voordien was hij co-manager externe mandaten bij het Philips Pensioenfonds. Vóór 2002 was Prummel vermogensbeheerder bij Effectenbank Stroeve N.V. in Amsterdam. In 1995 studeerde hij af als bedrijfseconoom aan de Universiteit van Maastricht.

tegen een fatsoenlijke prijs is, maar de banketbakker wil weten wat de componenten meel en gist in het koekje moeten zijn. Wat goede communicatie is, wordt dus door de doelgroep bepaald.' De vier componenten die in elk geval onderdeel moeten uitmaken van iedere kostentransparante communicatie zijn naast de kosten ook risico, rendement en tijd, stelt Prummel. 'Op het moment dat je vermogensgroei nastreeft op de lange termijn, moet je de belegger meenemen in het volledige verhaal. Pas als men over die vier componenten geïnformeerd is, kan men goede keuzes maken. Kosten 'an sich' zeggen helemaal niets.'

COLLECTIEF VAN REACTIEF NAAR PROACTIEF

Naast de interne relatie met retail- en professionele beleggers alsmede met deelnemers, speelt ook de relatie met de buitenwereld een rol. De perceptie van de



Foto: Archieff St. Pf. Achmea

CV

Gerard Warmerdam, RBA QC, is Voorzitter van de Commissie Balansmanagement bij Stichting Pensioenfonds Achmea. Tevens zit hij in de Beleggingscommissie van Yarden Uitvaartverzekeringen N.V. Hiervoor bekleedde hij diverse asset management functies binnen Achmea. Warmerdam volgde een postdoctorale opleiding Hoger Financieel Administratief Management, volgde diverse leergangen bij SPO en is opgeleid tot Register Beleggings Analist (RBA).

Kosten 'an sich' zeggen helemaal niets.

financiële sector is door bijvoorbeeld een tv-programma als 'Zwarte Zwanen' behoorlijk negatief geworden. Bovendien is de toezichthouder al enkele jaren geleden veel dichter op de branche gaan zitten. Zijn dat uitdagingen of kansen? 'Traditioneel is de pensioensector misschien te reactief geweest' reageert Meijer. 'Voor het eerst sinds jaren zitten ook pensioenfondsbestuurders in het verdomhoekje, terwijl die tot enkele jaren geleden als onberispelijk werden gezien. Maar ik denk dat om iets aan die beeldvorming te doen we als sector collectief een vuist moeten maken. We moeten eigenlijk collectief van reactief naar proactief.' Prummel legt het accent op goede samenwerking met de toezichthouder. 'Ik deel veel kritiek op de toezichthouder niet. De intentie om de sector gezond te maken, is daar zeker aanwezig. We moeten als sector dan ook samen met toezichthouder en wetgever optrekken. Wij hebben regelmatig contact met partijen als DNB, AFM, het Ministerie van Financiën en bijvoorbeeld DUFAS (Dutch Fund and Asset Management Association). Wij willen continu in dialoog zijn met wet- en regelgevers om de wensen van onze klanten terug te koppelen naar deze partijen en ze te informeren over wat er speelt in de markten en in onze sector.'

HET GLAS IS HALFVOL

Warmerdam ziet ook veel in het scenario van samen optrekken. 'Stringente regelgeving zou eigenlijk niet nodig moeten zijn. Het verhoogt de regeldruk en kosten voor de sector en is een handenbinder. Wij zouden juist bezig moeten zijn met het behalen van resultaten voor onze klanten en deelnemers. Dat kán ook als we het als sector gewoon goed doen, collectief het initiatief pakken en zo gezamenlijk met de regelgever en toezichthouder tot een kwaliteitsverbetering komen. Dat helpt ons dan meteen om te voorkomen wat je in het verleden helaas soms zag; dat de toezichthouder regels opstelt zonder de sector daarbij te betrekken.' De deelnemers benadrukken overigens dat er de afgelopen vijf jaar al proactieve initiatieven zijn genomen in de pensioensector. Het glas mag wat dat betreft dus halfvol genoemd worden. Meijer bevestigt tot slot het beeld dat gaandeweg het gesprek al contouren kreeg: 'We zien het als opdracht om duidelijk te benoemen welke kosten we maken en om duidelijk te maken waarom we ze maken. Niemand hoeft ons te motiveren om daar als sector open en transparant over te zijn.' «