Het vermogen om dromen waar te maken

Klanten van ABN AMRO MeesPierson hebben vrijwel zonder uitzondering oog voor de maatschappelijke impact die ze met hun vermogen kunnen maken, vertellen Choy van der Hooft en Eran Habets. In toenemende mate zijn dat ondernemers die na de verkoop van hun bedrijf iets willen terugdoen voor de maatschappij.

"Klanten die een onderneming hebben of hadden zijn graag nauw betrokken bij het beheer van hun vermogen", zegt Choy van der Hooft, Managing Director Private Banking Nederland bij ABN AMRO MeesPierson. "Eens een ondernemer, altijd een ondernemer."

Eran Habets, Managing Director Products & Solutions, beaamt dat. "Zij zijn gewend zelf de touwtjes in handen te hebben en zetten bijvoorbeeld een stichting op, investeren in veelbelovende jonge ondernemingen of adviseren een volgende generatie ondernemers met wie we hen dankzij het uitgebreide netwerk van de bank in contact kunnen brengen."

Ondernemers maken een steeds groter deel uit van het klantenbestand van ABN AMRO MeesPierson, de allround marktleider in private banking met een breed palet van producten en diensten, van dagelijkse bankzaken tot specialistische diensten zoals vermogensstructurering, vermogensplanning en beleggen.

"De markt voor overdrachten is gunstig", aldus Van der Hooft. "Het gaat economisch goed en er is heel veel geld beschikbaar bij partijen die ondernemingen willen kopen. Veel ondernemers zien die kans en willen die marktomstandigheden benutten." In ABN AMRO MeesPierson vinden ondernemers een partner die hen kan helpen om een overdracht van a tot z in goede banen te leiden. Ter illustratie wijst ze op de nauwe samenwerking met de zakenbank. "Voor klanten is het een voordeel dat we gezamenlijk optrekken." Verder heeft de private bank ruime ervaring met thema's die ondernemers bezighouden, is er veel aandacht voor de totale financiële situatie van de ondernemer en maakt de bank de impact van veranderingen in de financiële situatie inzichtelijk met verschillende scenario's.

Eran Habets en Choy van der Hooft-Cheong

DEEL ONLINE

'WE HELPEN KLANTEN BIJ HET REALISEREN VAN HUN AMBITIES VOOR EEN DUURZAMERE WERELD'

Filantropie Advies

Ondernemers hebben na de verkoop van hun bedrijf vrijwel zonder uitzondering oog voor de maatschappelijke impact die ze met hun vermogen kunnen maken, signaleert Van der Hooft. "Wij hebben de specialisten in huis die kunnen helpen met de maatschappelijke invulling vanuit een duurzaamheidsgedachte." Het is uiteindelijk uiteraard aan de klant om een passende keuze te maken. "Ze moeten er hun eigen normen en waarden in kwijt kunnen. Klanten die hechten aan een goede opleiding voor hun kinderen vinden het vaak ook belangrijk dat kansarme kinderen opleidingskansen krijgen. Zij steunen dan projecten en initiatieven die daarop inzetten of zetten er zelf een op."

Aandacht voor maatschappelijke impact en duurzaamheid sluit naadloos aan bij het motto van de bank, zegt Habets. 'Banking for better, for generations to come', luidt dit. "We willen klanten echt helpen in de transitie naar een betere, duurzamere maatschappij." Hij vertelt over een klant die op 55-jarige leeftijd zijn bedrijf verkocht. Opeens had de klant tijd en vermogen waarmee hij iets wilde betekenen voor de maatschappij. "Collega's van Filantropie Advies gingen in gesprek met de klant, zijn vrouw en hun twee kinderen. Samen kwamen ze uit bij de oprichting van een ANBI-stichting die elk gezinslid ruimte geeft voor de eigen interesse en passie, van medisch onderzoek tot duurzame oplossingen voor milieuvervuiling. Met de stichting kan het gezin zich inzetten voor maatschappelijke vragen die hen aan het hart gaan, in eerste instantie met geld en op termijn ook met tijd en kennis."

The Exit Years

Zulke praktijkvoorbeelden zijn inspirerend voor andere ondernemers, weet Van der Hooft. Dit blijkt bijvoorbeeld duidelijk uit de grote belangstelling voor The Exit Years, een boek waarin ondernemers vertellen over de verkoop van hun bedrijf. Het zijn heel verschillende verhalen, met onder meer een hotelier die zijn bedrijf in goede harmonie overdroeg aan de volgende generatie, een ondernemer die na de verkoop van het bedrijf dat ze mede oprichtte in een fonds met vrouwelijke investeerders stapte en iemand die zijn bedrijf achteraf te vroeg had verkocht. "Een grote kracht van The Exit Years is dat ondernemers aan het woord komen uit het netwerk van de bank. Zij begrijpen elkaars taal: het zijn verhalen van ondernemers voor ondernemers."

De verhalen uit de praktijk impliceren dat de begeleiding van klanten tijdens en na een bedrijfsoverdracht maatwerk vereist. Habets: "Elke situatie is anders. Is er een volgende generatie, en zo ja, wil die het bedrijf overnemen? Welke rol heeft de familie bij de plannen? Klanten vertellen ons hun dromen. Wij helpen hen bij de stappen die nodig zijn om die waar te maken, met begeleiding die optimaal op de klant is afgestemd. Grote beslissingen, zoals de verkoop van hun bedrijf, nemen ondernemers meestal maar één keer in hun leven. Voor ons is het dagelijks werk." <<