

VERTROUWEN IS HET GROOTSTE VERMOGEN

Rendement blijft belangrijk. Maar in een onvoorspelbare wereld zoeken vermogenden ook overzicht, rust en een partner die meedenkt over spreiding, structuur en overdracht. ABN AMRO MeesPierson biedt dat vertrouwen met een exclusieve, persoonlijke aanpak voor klanten met een vrij besteedbaar vermogen vanaf één miljoen euro.

"In tijden van toenemende onzekerheid is het logisch dat mensen houvast zoeken", zegt Ralph Hendriks, Managing Director ABN AMRO MeesPierson. "Dat begint bij vertrouwen, en dat ontstaat pas als je iemand écht begrijpt. Daarom begint ons advies niet bij rendement of beleggen, maar bij de mens. Wat zijn iemands waarden? Hoe speelt vermogen een rol in het leven dat iemand wil leiden of nalen? En hoe zorgen we dat keuzes van vandaag ook in de toekomst blijven kloppen?" Juist nu is er behoefte aan een holistische benadering, een die verder kijkt dan producten en inspeelt op de complexiteit van moderne vermogensvraagstukken. Persoonlijk, generatiegericht en met oog voor de lange termijn.

DIEPGANG GEEFT RICHTING

Bij ABN AMRO MeesPierson draait vermogensadvies om inzicht en structuur. "We starten bij de fundamenten, niet bij het product", aldus Hendriks. "Pas als we weten wat iemand écht

belangrijk vindt, en dat gaat vaak veel verder dan enkel beleggen of fiscaal voordeel, dan bouwen we samen aan een plan dat klopt." Die aanpak is breed en diepgaand. Van vermogensstructurering en estateplanning tot filantropie, familiebeeraad en begeleiding bij complexe vraagstukken. Klanten krijgen toegang tot een multidisciplinair team dat verder kijkt dan cijfers. "We brengen niet alleen het vermogen in kaart, maar ook de waarden die eraan ten grondslag liggen", zegt Hendriks. "Juist die overtuigingen vormen de basis voor duurzame keuzes."

PERSOONLIJK, GERICHT, BETEKENISVOL

Vertrouwen ontstaat wanneer klanten worden gehoord – wanneer het gesprek niet alleen over vermogen gaat, maar over intenties, toekomstbeelden of overdracht naar volgende generaties. "Een ondernemer heeft andere vragen dan een jonge erfgenaam", zegt Hendriks. "En dus voeren we ook andere gesprekken. Dat maakt het advies betekenisvoller."

Ralph Hendriks >>>



“ WE KIJKEN NIET ALLEEN NAAR HET VERMOGEN, MAAR OOK NAAR HET VERHAAL ERACHTER



DEEL ONLINE

Met circa duizend medewerkers is de bank groot genoeg om diep te specialiseren, maar klein genoeg om het persoonlijk te houden. Klanten worden bewust gekoppeld aan adviseurs die passen bij hun generatie, levensfase of achtergrond. "Onze kracht zit in de diversiteit van ons team én in het vermogen om de juiste mensen met elkaar aan tafel te zetten."

VAN KENNIS NAAR KEUZE

Die persoonlijke benadering wordt versterkt door technologie. Met interactieve scenario's en slimme tools krijgen klanten direct inzicht in de impact van hun keuzes. "We verzamelen vooraf veel informatie en combineren die met actuele inzichten. Zo bouwen we samen aan een plan dat klopt, voor nu én later", zegt Hendriks. Vooral de generatie tussen de 35 en 55 jaar, vaak de ontvangers van vermogen, waardeert deze aanpak. Men wil zelf keuzes maken, maar wel met begeleiding. Daarom breidt ABN AMRO MeesPierson haar dienstverlening uit. Bijvoorbeeld op het gebied van beleggen wordt het aanbod verbreed, met oplossingen die passen bij uiteenlopende risico-profielen en doelstellingen.

GROEI VRAAGT OM VISIE

De markt voor private banking groeit sneller dan de economie als geheel. Een belangrijke aanjager is de vergrijzing onder ondernemers; zij verkopen hun bedrijven eerder en zijn op zoek naar begeleiding bij de volgende stap. "Dat vraagt om een proactieve benadering", zegt Hendriks. "Niet alleen kijken naar het vermogen, maar ook naar het verhaal erachter." Deze aanpak werpt zijn



vruchten af. In het jaarlijkse MT1000-onderzoek, waarin zakelijke beslissers hun waardering uitspreken over dienstverlening, klantgerichtheid en uitvoering, krijgt ABN AMRO MeesPierson hoge waardering binnen alle relevante categorieën van Private Banking & Wealth Management. "Het is een mooie bevestiging van de koers die we samen met onze klanten varen."

RELATIES BOUWEN DE TOEKOMST

Toch ziet de bank haar huidige positie niet als eindpunt. "Voortdurende vernieuwing is essentieel om te blijven voldoen aan de veranderende verwachtingen van onze klanten", aldus Hendriks. "Dat vraagt om investeringen in technologie én

mensen. Want uiteindelijk is het de kwaliteit van de relatie die bepalend is voor duurzame waardecreatie." Die relatie ontwikkelt zich. Waar voorheen de focus lag op de individuele vermogende klant, is er nu steeds meer aandacht voor het bredere familieverband – ouders, kinderen en kleinkinderen gezamenlijk. Dit vraagt om een andere benadering, met ruimte voor nieuwe perspectieven en maatwerkoplossingen die recht doen aan de complexiteit van moderne vermogensvraagstukken. In een wereld waarin zekerheden steeds schaarser worden, blijkt één kapitaalbestanddeel juist waardevoller dan ooit: vertrouwen. En precies dáár ligt de kracht van ABN AMRO MeesPierson. <