



**BELEGGEN DOEN
OOST-DUITSCERS
NOG MINDER DAN
WEST-DUITSCERS
WAARDOOR ZE
RELATIEF WEINIG
VERMOGEN
OPBOUWEN**



met gevoel voor understatement. "Het is ook geen kwaliteitskenmerk dat een bedrijf om de hoek is gevestigd."

Kapitalisme is in het oosten nog niet erg doorgebroken. Een aandelencultuur is er niet. Beleggen doen Oost-Duitsers nog minder dan West-Duitsers waardoor ze relatief weinig vermogen opbouwen. Volgens onderzoek van Comdirect van vorig jaar heeft niet meer dan 1,6 procent van de Oost-Duitsers in beleggingsfondsen of aandelen geïnvesteerd. Een groot deel daarvan woont in Berlijn. In de landelijke gebieden wordt vrijwel niet belegd.

"Dat komt door onze mentaliteit", zegt Hering. "Mensen praten niet graag over geld. De Duitser is zeer bezorgd over risico's, in het oosten maar ook in het westen. Aandelen zijn natuurlijk verbonden met risico's." De volatiliteit op de beurs maakt mensen nerveus en heeft ook problemen gebracht, zegt hij. Niet alleen bij Sachsenring uit Zwickau maar ook met volksaandeel Deutsche Telekom en de jonge Duitse beurs Neue Markt die na 2000 instortte.

Beleggen wordt voornamelijk door welvarende Duitsers gedaan. "Aandelen worden doorgaans gezien als speculatie", zegt Gropp. "Als iets duisters. Er is een gebrek aan inzicht in wat een aandeel eigenlijk is, namelijk de toekomstige winst van een bedrijf. Het openbare pensioenstelsel is in Duitsland misschien ook te goed. Vooral in het oosten hebben mensen het gevoel dat de staat voor gepensioneerden moet zorgen en niet de financiële markten. Dit idee leefde natuurlijk in de planeconomie, maar is over heel Duitsland verbreid. Frankfurt is misschien een uitzondering, daar praat men nog over beleggen."

Een belegging in Oost-Duitse fondsen zou overigens nog helemaal geen slecht idee geweest zijn. Lutz Hering werkte op verzoek zijn oude index bij. De ossi-index laat vooral sinds 2017 een scherpe lijn omhoog zien.



– Column –



Met liefde gebakken

Het is tegenwoordig niet gemakkelijk om een brood te kopen waarvan de verpakking niet vermeldt dat het met liefde, dan wel met passie is gebakken.

Ook in de productie van andere voedingswaren wordt steeds meer hartstocht gestoken, zo lijkt het wel. Grote multinationals hebben allemaal een 'missie' om de wereld te verbeteren en hun logo's staan bol van de vogelnestjes, bloemen en andere blije symbolen. Natuurlijk – een woord dat in deze context veel wordt gebruikt – moeten we enige overdrijving bij het aanprijzen van waren voor lief nemen, maar ik zou u niet met deze observaties lastig vallen, als achter die missies en passies geen zorgwekkende ontwikkeling schuilging.

Wij weten al tweeënhalve eeuw dat het niet uit liefde of passie is dat de medewerkers van broodfabrieken nog voor het ochtendkrieken naar hun werk gaan of dat supermarkt-medewerkers halfbakken broden afbakken. Adam Smith observeerde in 1776: "Het is niet vanwege de goedheid van de slager, de brouwer of de bakker dat wij ons eten verwachten, maar vanwege hun eigenbelang."

De bakker bakt om geld te verdienen. Dat is goed voor de hele maatschappij. Smith

vervolgt: "Nobody but a beggar chooses to depend chiefly upon the benevolence of his fellow-citizens."

De boodschap die de stromen van reclame de laatste tijd de bevolking inpompen, is echter diametraal tegengesteld aan die analyse van de specialisatie van arbeid en de daaruit resulterende welvaart. We moeten blij zijn dat de bakker niet uit passie bakt, weten we dankzij Smith.

Toch worden eigenbelang en winst weer verdacht gemaakt. Dat is gevaarlijk. Het door de VEB aan de kaak gestelde besluit om de variabele beloning van KPN-directeuren niet langer afhankelijk te maken van de geboekte winst, is één van de bubbels, die uit dit duistere schuim oprijst. Weest op uw hoede voor deze vervuiling van het denken: er worden zoete broodjes gebakken.



PAUL FRENTROP

is expert op het gebied van corporate governance