

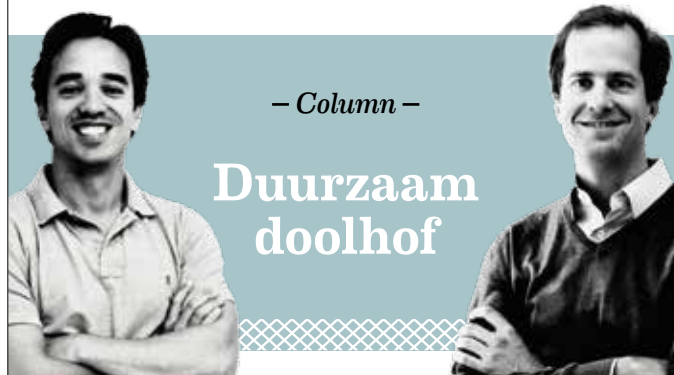


'IK DENK NIET
DAT IEMAND
TWIJFELT
AAN HET
POTENTIEEL
VAN
BLOCKCHAIN'

11 Door de coronacrisis groeide de omzet vorig jaar bijna niet. Waar kwam dat door?

"Het was moeilijk om nieuwe projecten en nieuwe klanten binnen te halen. Veel van onze nieuwe omzet komt uit de hoek van de financiële afdeling van klanten. Zij nemen in gesprek met ons de beslissing dat wij bepaalde besluiten voor hen moeten verwerken. Door het wegvallen van het dagelijks contact met klanten kwam die omzetgroei niet. Een ander pijnpunt was ons partnernetwerk. Een groot deel van de nieuwe klanten komt uit dat netwerk. Dat we niet in staat waren om naar conferenties te gaan en in gesprek te gaan met onze partners heeft het aantal nieuwe klanten naar beneden getrokken. Dat het onmogelijk is om te reizen en in persoonlijk contact te komen met partners en klanten is wat ertoe heeft geleid dat we op hetzelfde niveau zijn blijven hangen. We beginnen nu wel te zien dat de stroom weer toeneemt. Ik ben ervan overtuigd dat er een achterstand is in nieuwe omzet die we kunnen binnenhalen als mensen weer terug naar kantoor komen."

12 Door de crisis nemen veel bedrijven hun toeleveringsketen onder de loep. De globalisering gaat wellicht een stapje terug. Hoe pakt dat voor Intertrust uit? "Ik denk dat het een kans is voor ons. Bedrijven gaan dan nieuwe infrastructuur opzetten, nieuwe locaties en nieuwe samenwerkingen en moeten hun wereldwijde organisatie opnieuw vormgeven. Ze komen dan bij ons om dat te doen. Brexit leidde ook tot meer omzet omdat bedrijven op het Europese vasteland zich moesten vestigen in het Verenigd Koninkrijk. Ik denk in het algemeen dat verandering voor ons eerder goed uitpakt dan dat het ons raakt."



– Column –

Duurzaam doolhof

Ambachtelijk gebakken bolletjes! Je krijgt er spontaan trek van, maar wat betekent ambachtelijk eigenlijk? Feitelijk bijzonder weinig, want het is geen beschermde term. Misschien komen die bolletjes dampend uit de oven van je lokale bakker, maar ze kunnen net zo goed op een grauw industrieterrein van de lopende band zijn gerold.

Iets soortgelijks geldt voor 'duurzame' beleggingsfondsen. Omdat er geen eenduidige definitie van duurzaamheid bestaat, wordt die term zowel gebruikt door beheerders die milieu- en sociale problemen serieus willen aanpakken, als door fondsmanagers die het voornamelijk zien als een mooi marketinglabel om wat extra vermogen aan te trekken. Duurzaam beleggen is immers populairder dan ooit: volgens Morningstar was begin 2021 wereldwijd 2.000 miljard dollar in duurzame fondsen belegd, een ruime verviervoudiging in vier jaar.

Gelukkig schoot de EU begin dit jaar te hulp met een aantal spelregels waaraan duurzame beheerders moeten voldoen. Maar er blijft volop onduidelijkheid. Ten eerste is de term duurzaam een verzamelbak aan subthema's: klimaatverandering, diversiteit, discriminatie, gedegen toezicht en gezondheid, om er maar een paar te noemen. Daarnaast is er een woud aan standaarden, elk met hun eigen nadruk en methodologie. Zo krijgt een bedrijf als Boeing van de ene duurzame beoordelaar een 9, terwijl een andere een 3 uitdeelt.

Zijn duurzaamheidslabels dus nutteloos? Dat niet, maar het is lastig om in je eentje de weg door het duurzame doolhof te vinden. Een duurzaam label is hierbij een gids met beperkte waarde. Om financieel bij te dragen aan voor jou belangrijke thema's kun je misschien beter een deel van je vermogen heel gericht inzetten. Bijvoorbeeld door te investeren in een impactfonds dat zich expliciet en transparant op een strak omschreven onderwerp concentreert.

De rest van je vermogen kun je dan als vanouds verstandig spreiden. Die goede, trouwe beurs blijft ook hier een prima bron van informatie. Bedrijven die lak hebben aan duurzaamheid lopen risico's die door zowel duurzame als niet-duurzame beleggers worden afgestraft.



**MARIUS KERDEL EN
JOLMER SCHUKKEN**

zijn oprichters van Triple Partners en auteurs van *De Beleggingsillusie*

www.debeleggingsillusie.nl