

## ‘Je moet als bank enorm investeren in het verdienen van vertrouwen’



er allemaal schuldig aan. De kredietcrisis is voor mij de bevestiging van een niet zo optimistisch mensbeeld. Wij, de mensen, zijn het enige dier dat plannen maakt en die onrust maakt ons roekeloos. Onze cultuur is een vrachtwagen die rijdt met de snelheid van een racewagen. Nu is er wantrouwen ten opzichte van financiële instellingen, maar eigenlijk moet je het omdraaien en vaststellen dat er te veel vertrouwen was in producten. Het ging te goed. Geld werd steeds weer opnieuw uitgeleend.’

Wat kunnen banken doen om het vertrouwen te herstellen? ‘Wees matig in je uitstraling als bank. Het weelderige karakter van veel banken onderstreept eigenlijk maar een ding: de illusie dat de bomen tot in de hemel groeien. Spaarders zijn voorzichtiger geworden. Men gelooft niet meer in gouden bergen. Ik denk dat de belangstelling voor duurzame beleggingen zal blijven groeien. Het beste is als banken dingen doen voor hun klant waar ze echt in geloven. Het belang van de klant laten prevaleren boven de eigen targets. Een bank moet op een gegeven moment genoeg nemen met een bepaald rendement. Alleen zo krijg je be-

schaving in de economie. En zoek de mensen weer op. Ik krijg heel wat wederverkopers aan de deur, maar mijn bank zit daar niet bij.’

### Lessen voor de bank

Ook Theodoor Gilissen Bankiers kan zich niet onttrekken aan de imagoschade die de financiële sector heeft opgelopen. ‘Anderhalf jaar geleden kon je met trots vertellen dat je bij een bank werkte. Nu niet meer’, aldus Tanja Nagel, directievoorzitter. ‘Dat die vertrouwenscrisis iedere bank raakt, is niet terecht. Er zijn mensen die voor het grote geld gingen, producten ontwikkelden waar al snel niemand meer wat van begreep. In onze organisatie is die graaicultuur helemaal niet aan de orde. Het vertrouwen van onze cliënten in onze bank is gelukkig gebleven. Wat niet wil zeggen dat we als bank geen lessen moeten trekken. Ook bij ons zijn cliënten teleurgesteld over het behaalde beleggingsrendement. Ook ons is de markt overvallen. Mijn leermoment is wel dat als je de cliënt goed kent, je hier goed uit moet komen.’

De vraag die we ons moeten stellen is: wat voor bank wil je zijn? Transparantie is een onderscheidende factor. Het betekent bijvoorbeeld dat je in alle openheid aangeeft wat je voor een cliënt doet en hoeveel je daar als bank aan verdient. Dat prijskaartje moet je als cliënt willen betalen. Je moet als bank de “trusted advisor” zijn en bereid zijn enorm te investeren in het verdienen van dat vertrouwen. Blijven bouwen aan de relatie. Een kleine bank als de onze moet het echt hebben van vertrouwen. Het verschil dat je wilt maken, gaat over mensen. Uitgangspunt is dat je verplaatst in je cliënt. Op producten kun je het onderscheid niet maken. Hoe belangrijk is vertrouwen voor een bank? Een jaar geleden was dat een obligate vraag. Nu is het ons bestaansrecht voor de komende jaren.’ ■

## Vertrouwen verbeeld

Het gebeurt niet snel dat de topmannen van Theodoor Gilissen stilvallen. Maar toen Heidi Linck haar plannen voor het kunstproject ‘Vertrouwen verbeeld’ had laten zien, was er eerst alleen stilte. ‘Ze waren verrast’, vertelt de beeldend kunstenaar.

‘Vertrouwen verbeeld’ is een initiatief van Art Partner, dat kunstenaars matcht met het bedrijfsleven. ‘Naar aanleiding van de kredietcrisis en het gebrek aan vertrouwen in de banken hebben wij, samen met twaalf kunstenaars, vijftig opinieleiders in de financiële sector geïnterviewd over het begrip *vertrouwen*, vertellen Sandra Boer en Robert Tordoir van Art Partner. ‘Wat betekent dit voor hen, hoe kunnen ze het vertrouwen dat ze verloren hebben weer terugkrijgen en welke rol kunnen kunstenaars daarin spelen?’ De ondervraagden waren niet alleen topmanagers of leden van de Raad van Bestuur, maar ook mensen die het directe contact met de cliënten onderhielden en zelfs een aantal cliënten. Theodoor Gilissen heeft, net als veel andere banken, een indrukwekkende kunstcollectie. ‘Er wordt inderdaad veel kunst gekocht’, beaamt Boer. ‘Maar het creatieve vermogen van kunst-

naars, die net als de meeste bankmedewerkers hoogopgeleid zijn, wordt niet of nauwelijks benut in het bedrijfsleven. Kunstenaars zijn gewend te reflecteren, kritisch naar zichzelf, hun werk en de wereld te kijken. In deze tijd mag je ook van een bankier verwachten dat hij reflecteert, nadenkt over begrippen als vertrouwen, in plaats van steeds maar door te denderen.’ Om hierbij te helpen, kun je volgens haar kunstenaars inzetten, maar ook bijvoorbeeld regisseurs. Mensen die anders tegen zaken aan kijken. ‘In ons onderzoek kwam naar voren dat het grootste verschil tussen bankiers en kunstenaars de manier is waarop ze omgaan met onzekerheden en kwetsbaarheid. Voor kunstenaars zijn dit bijna voorwaarden om goed te kunnen functioneren, bankiers willen dit juist koste wat het kost vermijden. Maar of je het wilt of niet, je hebt er toch mee te maken. Ook in de financiële wereld zijn er geen zekerheden, dat hebben we wel gezien. Als ze zien hoe een kunstenaar onzekerheid en kwetsbaarheid juist omarmt en er een kracht van maakt, kan dat inspireren.’



De lichtprojectie van Heidi Linck is vanaf het begin van 2010 te zien op het Amsterdamse kantoor Theodoor Gilissen en waarschijnlijk op een of meerdere van de andere kantoren. Voor meer informatie: [www.art-partner.nl](http://www.art-partner.nl) en [www.heidilinc.nl](http://www.heidilinc.nl).



‘Waar Heidi mee kwam, was precies raak’

Theodoor Gilissen gaf Art Partner de opdracht dit uit te werken. Boer: ‘We hebben vervolgens een aantal kunstenaars gevraagd met een idee te komen hoe ze zo’n abstract begrip als *vertrouwen* vorm zouden geven. Uiteindelijk is gekozen voor Heidi Linck.’

### Projectie

Linck begon met het interviewen van veel verschillende medewerkers van de bank. ‘Wat ik bijzonder vind is de diversiteit’, vertelt ze. ‘In eerste instantie zag ik die niet. Interne afspraken over onder meer kleding en gedrag maken dat iedereen op het eerste gezicht op elkaar lijkt. Maar als je de mensen spreekt, blijken ze

allemaal toch weer heel anders.’

Haar kunstwerk wordt een lichtprojectie van de lichtval van de zon door ramen. ‘Het zijn echter niet de ramen van het kantoor, maar van medewerkers en cliënten van de bank’, gaat Linck verder. ‘In mijn onderzoek zag ik dat de bank vertrouwt op informatie die op computerschermen in de vorm van cijfers verschijnt. Dit zijn de vensters waarmee zij de wereld bestudeert. Tegelijk is de bank zich bewust van de emotionele kant van vertrouwen, die misschien wel belangrijker is dan de rationele. Hierdoor worden andere vensters belangrijk. Mijn gebruik van ramen in dit werk verwijst naar die andere, meer persoonlijke vensters, omdat dit de vensters zijn waarmee de medewerkers en cliënten de hun omringende eigen wereld bekijken. Ook brengen zij, verwacht ik, de diversiteit in beeld: geen enkel raam zal hetzelfde zijn.’

Theodoor Gilissen deed waar Sandra Boer en Robert Tordoir op hoopten. Het bedrijf heeft de kunstenaar de vrije hand en zijn vertrouwen gegeven. Linck: ‘De medewerkers wisten niet wat ze konden verwachten en het is bijzonder ze mee te kunnen nemen in mijn visie op hun organisatie.’ Boer: ‘Waar Heidi mee kwam, was precies raak.’ ■

■ Bent u geïnteresseerd in de kunstcollectie van Theodoor Gilissen? U bent van harte welkom voor een bezichtiging. Neem hiertoe contact op met uw private banker of met Huib Vermeulen, namens de kunstcommissie van de bank, via (020) 527 65 57 of [h.vermeulen@gilissen.nl](mailto:h.vermeulen@gilissen.nl).