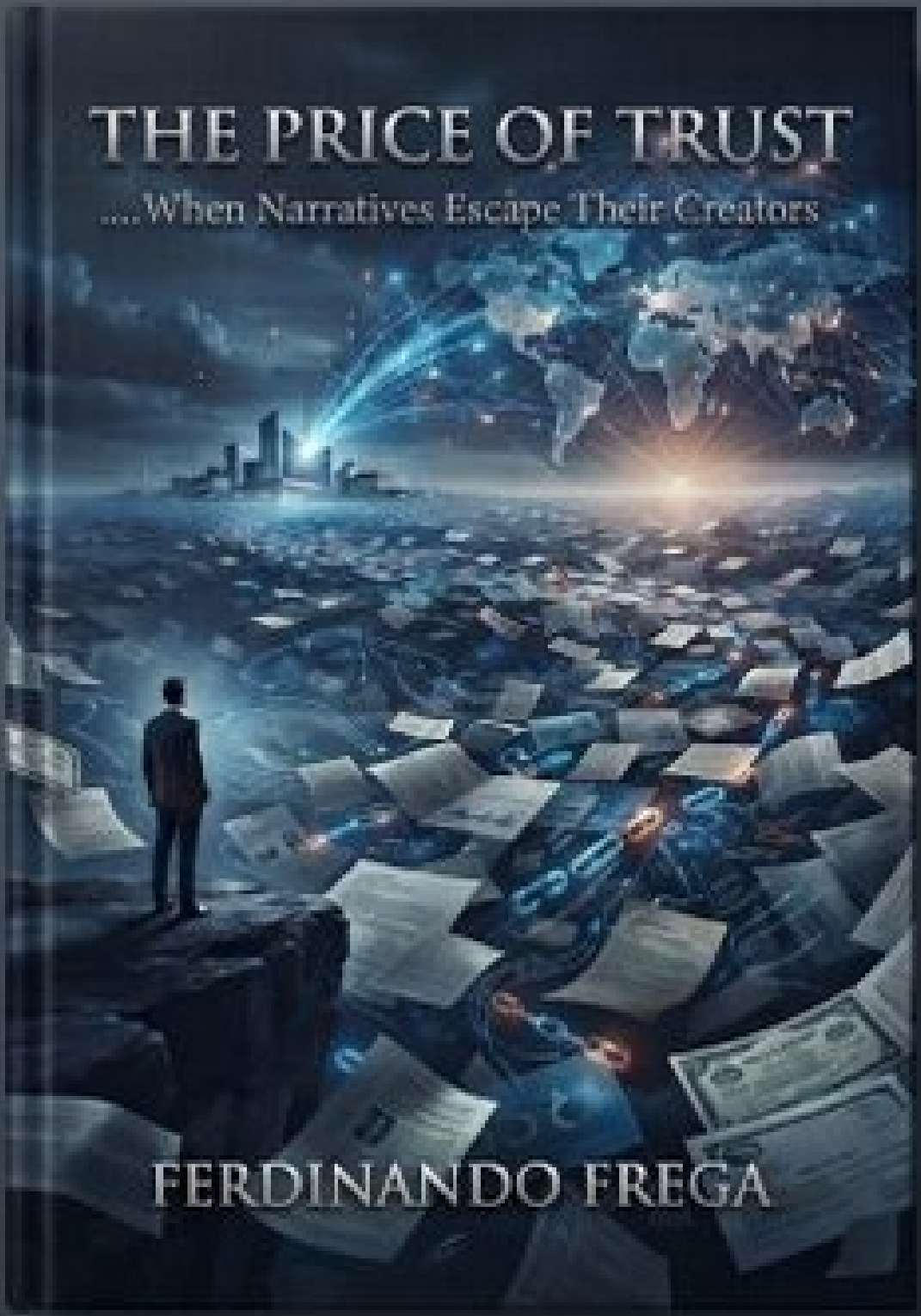

THE PRICE OF TRUST
...When Narratives Escape Their Creators
FERDINANDO FREGA

DIE PRYS VAN VERTROUE

Wanneer narratiewe hulle skeppers ontsnap.

Een van die domste dinge wat die mensdom keer op keer gedoen het, is om mag aan te val en dan te hoop om dit te verslaan.

Mag word nooit so verslaan nie.

In plaas daarvan probeer jy dit verstaan en, waar moontlik, dit deel.

Selfs wanneer jy baie min daarvan besit, soos ek in my skryfwerk.

’n Kort uitstappie in die antropologie sou genoeg wees om te verstaan dat die eerste groot verloorder in die geskiedenis die man was toe hy die vrou teëgekom het, en dat ná miljoene jare niks verander het nie.

Die bewyse stapel net op.

Iemand gryp mag.

Iemand verloor dit.

Iemand glo hy besit dit.

Iemand vertel dit.

En dit is presies die punt wat ek wil maak.

Want toe ek na die aandelemark begin kyk het, het ek besef dat die meganisme baie soortgelyk is.

Ook daar is mag nie altyd waar dit lyk of dit is nie.

En ook daar is die narratief geweldig belangrik.

Maar vandag wil ek oor aandele praat.

Mense wat hulle spaargeld belê, bereik nooit die aandelemark direk nie.

Hulle bereik dit deur tussengangers wat kommissie vra vir hulle werk en vir die dienste wat hulle lewer.

En dit is reg dat hulle betaal word.

Maar wat gebeur wanneer hulle, benewens die uitvoer van transaksies, advies gee, menings uitspreek, ontledings versprei en beleggers aanmoedig om verslae te lees wat dikwels sorgvuldig saamgestel is?

Wat gebeur, is dat die belegging wat as ideaal voorgehou word, nie altyd die een is wat die grootste wins vir die belegger oplewer nie.

Baie dikwels is dit die een wat die grootste voordeel bring vir die persoon wat dit aanbeveel.

En dis waar die ketting van die begin af siek is.

Nie korrup nie.

Siek.

Want die probleem is nie een persoon nie.

Dit is die stelsel van aansporings.

’n Klein skeefheid wat stap vir stap groei totdat dit enorm word.

Die makelaar word die sentrale speler.

Dit is hoe die makelaar ’n bestaan maak.

En dit is nie die enigste manier nie.

Maar hoe openbaar die onsigbare siekte homself?

’n Genoteerde maatskappy het sy eie ontledings.

Sy eie kenners.

Sy eie konsultante.

Sy eie narratiewe.

En baie dikwels beskryf daardie narratiewe nie bloot die maatskappy nie.

Hulle verfraai dit.

Hulle vergroot dit.

Hulle maak dit aantrekliker in die oë van die mark.

Die mark koop immers nie net maatskappye nie.

Dit koop ook die stories wat oor daardie maatskappye vertel word.

Markte prys nie net maatskappye nie.

Hulle prys ook die narratiewe wat buite daardie maatskappye oorleef.

Vertroue is die eerste markkapitalisasie.

Stel jou ’n multinasionale korporasie voor met sewentig handelsmerke wat hulle onderskeie markte lei.

Tagtig miljard dollar se inkomste.

Sy markkapitalisasie is vyf keer sy jaarlikse verkope.

Stel jou ’n verslag voor wat ’n jaarlikse wins van agtien persent toon.

Pragtige syfers.

Aantreklike syfers.

Oortuigende syfers.

Maar wat gebeur as daardie selfde narratief baie minder aandag gee aan die feit dat bestuur en bedryfstrukture byna vyf-en-twintig persent van die inkomste opslurp?

Die narratief verander.

Tog bly die mark op die helderste deel van die foto fokus.

En so kom ons by die punt.

'n COO kan agtien miljoen dollar per jaar betaal word.

Miskien 'n buitengewoon intelligente mens.

Miskien hoogs opgevoed.

Miskien uitsonderlik bekwaam.

Maar miskien ook iemand wat nog nooit 'n enkele produk in die regte mark verkoop het nie.

En hier is my uitdaging.

Miskien sou 'n pakhuisman wat produkte, palette en markte verstaan, behoorlik vergoed vir sy kundigheid, genoeg wees om almal te herinner waar waarde werklik begin.

Nie omdat 'n pakhuisman 'n multinasionale korporasie sou kon bestuur nie.

Maar omdat hy die werklikheid verstaan wat inkomste voortbring.

Hy verstaan die produkte.

Hy verstaan die beweging van goedere.

Hy verstaan die mark wanneer dit ophou om ’n PowerPoint-skyfie te wees.

Die kwessie is nie agtien miljoen dollar nie.

Die kwessie is die afstand tussen dié wat in die mark leef en dié wat die mark vertel.

En daardie afstand is vir aandeelhouers baie belangriker as wat hulle dink.

Want die aandeelhouer behoort te stop.

Lees.

Waarneem.

Verstaan.

En dan ’n eenvoudige vraag vra.

Koop ek ’n maatskappy?

Of koop ek die narratief wat rondom daardie maatskappy gebou is?

Want wanneer niemand daardie vraag vra nie, gebeur iets buitengewoons.

Die narratief begin meer werd te wees as die werklikheid.

Alles raak versteek binne ’n ketting waarin dié wat die stelsel veronderstel is om te monitor, dikwels die eerstes is wat belang daarby het om die narratief lewend te hou.

En skielik word ’n aandeel wat dalk nie meer as vyftig dollar werd is nie, gekoop vir honderd vyf-en-sestig dollar en twee-en-dertig sent.

Ag, hahahaha.

Wat ’n wonder.

Wat ’n skouspel.

Wat ’n buitengewone geloof in die narratief.

Maar om so ’n stelsel af te breek, verg nie oorloë nie.

Dit verg nie revolusies nie.

Dit verg nie aanvalle op mag nie.

Want mag verloor selde wanneer dit aangeval word.

Wat eerder nodig is, is om die maatskappy se geskiedenis te bestudeer.

Sy kultuur.

Sy gedrag.

Sy aansporings.

Sy narratief.

En om een baie eenvoudige ding te verstaan: Waarde en die narratief van waarde is twee verskillende dinge.

Van daardie oomblik af verander die aandeelhouer.

Die aandeelhouer kyk nie meer net na die prys nie.

Die aandeelhouer begin kyk na die narratief wat daardie prys ondersteun.

En sodra daardie proses begin, word dit baie moeilik om te stop.

Want die aandeelhouer ontdek dat aandele nie bloot die storie van maatskappye vertel nie.

Hulle openbaar die verhouding tussen mag, vertroue en werklikheid.

En mag kan nie verslaan word nie.

Maar baie min is nodig om dit te deel.

Selfs dié wat dit besit, het geen begeerte om dit te laat gaan nie.

Ferdinando Frega

DIE LAASTE GEDEELTE

Jare lank is ons geleer dat om ’n maatskappy te verstaan, beteken om te lees wat die maatskappy oor homself geskryf het.

Toe het ek iets interessanters ontdek.

Die ware storie begin wanneer jy die amptelike webwerf verlaat.

Wanneer ’n narratief die domein ontsnap wat dit geskep het en voortleef deur soektogte, skakels, ondersoeke en onafhanklike paaie, ontstaan iets wat nie meer aan sy skepper behoort nie.

Die eerste gerug.

Nie omdat dit waar is nie.

Nie omdat dit vals is nie.

Maar omdat dit op sy eie begin loop het.

Die eerste gerug verskyn wanneer die narratief buite die beheer van sy skepper begin leef.

Die skermskoot hieronder wys nie ’n maatskappy nie.

Dit wys nie ’n balansstaat nie.

Dit wys nie ’n aandeel nie.

Dit wys ’n narratief wat die huis verlaat het.

En wanneer ’n narratief die huis verlaat, hou die intelligentste aandeelhouer op om net na die prys te kyk.

Hy begin die spoor volg.

“Wanneer ’n narratief die domein ontsnap wat dit geskep het, het die mark reeds begin om dit te prys.”

Ferdinando Frega
BLADEFREGA · Nando the Scribe