

## DE SCHEPPING VAN...

**Jeroen Smit** (1963) studeerde bedrijfskunde en was een paar jaar organisatie-adviseur. Daarna redacteur bij Het Financieel Dagblad, chef economie AD en hoofdredacteur van FEM/Business. Zijn boek 'De prooi' (Uitg. Prometheus, ISBN 9789044613124, € 19,95) verschijnt op 30 oktober.



COMING VAN HUN BOEK

'Hoe is het mogelijk dat de belangrijkste bank van Nederland de regie over de eigen toekomst verliest? Deze vraag zette zich in april 2007 vast in mijn hoofd. Een half jaar later betaalden Fortis, RBS en Santander 71 miljard euro voor ABN Amro en scheurden deze nationale icoon in drie stukken.

Een jaar later heeft de financiële crisis orkaankracht en is de wereld haar vertrouwen in banken en bankiers helemaal kwijt. Overal grijpen overheden driftig in om hun bankiers met staatsgaranties overeind te houden. Bankiers die door een combinatie van hoogmoed en hebzucht vergeten waren dat ze ook een belangrijke nutsfunctie hebben en ze voor alles de risico's van hun banken goed moeten managen. De problemen in de sector vormen de kern van wat er de afgelopen jaren

zo dramatisch is mis gegaan bij ABN Amro. In ongeveer negen jaar veranderde *De bank in De prooi*, een hulpeloze prooi.

De afgelopen anderhalf jaar heb ik 133 *off the record* gesprekken gevoerd met alle mogelijke betrokkenen. Ze vertelden mij, vaak diep gefrustreerd, hun verhaal, want het geheugen helpt ons allemaal veilig door de tijd. Door al die waarheden op elkaar te leggen, te vergelijken en te combineren met de bekende feiten ontstond een vanuit het perspectief van de alwetende verteller geschreven reconstructie. Tientallen slimme maar ook zelfingenomen bankiers boven in de bank weigerden elkaar jarenlang te verstaan. Er werd zoveel geld verdiend dat dit lang kon worden gemaskeerd. Maar uiteindelijk vertrouwden ze elkaar helemaal niet meer en gingen ze

vooral voor hun eigen hachje. Feitelijk versplinterde ABN Amro nog voor de bank werd overgenomen. Vier jaar geleden reconstrueerde ik in 'Het Drama Ahold' hoe ijdelheid en hebzucht aan de macht kwamen. Door hun weergalozes succes gingen Ahold-bestuurders zo in hun eigen waarheid geloven dat ze dachten dat ze over water konden lopen. Ook bij ABN Amro waren het verstandige mensen die onverstandige dingen deden. De logica was dwingend maar in veel situaties bleef het gat tussen gelijk hebben en gelijk krijgen peilloos diep. De *homo economicus* legt het steeds weer af tegen zaken als afgunst, boosheid, ijdelheid en vriendjespolitiek. Ik ben daar trouwens niet boos of teleurgesteld over. Integendeel: die menselijke maat houdt het leven origineel.'

