

## Geld en jou emosies

### Uitgawe 75: Augustus 2016

Ons geniet die advertensieveldtogte van fondsbestuurders en ander finansiële instellings. Dit is bondig, kreatief en vermaaklik. Bv. 'n storie oor 'n blinde dokter wat omgee vir sy pasiënte (deur Coronation); die terugkeer van Ali en Foreman se geveg in Kinshasa (deur Sanlam); die hervereniging met 'n geliefde na die val van die Berlynse muur (deur Allan Gray). Ons almal kan 'n emosionele konneksie met baie van hierdie stories maak, maar van watter inligting voorsien hulle ons om 'n beleggingbesluit te help neem?

#### Hoekom belê jy?

Indien jy 'n belegger sou vra wat hy van sy belegging sou verwag, is die antwoord heel waarskynlik kapitaal groei. Meir Statman (sy studies fokus op gedragswetenskappe en finansies) het in 'n artikel daarop gewys dat terwyl dit 'n voor-die-hand-liggende antwoord mag wees, daar ook ander oorwegings is. As jy kyk na die voordele van 'n diens of 'n produk (dit mag finansiële advies insluit), is daar 3 soorte voordele wat mense tipies sou oorweeg nl. die gebruikswaarde, ekspressiewe sowel as emosionele voordele. Kom ons kyk na elkeen van hulle:

- Die gebruikswaarde verwys na die "nut" wat jy kan trek uit 'n diens of produk. Byvoorbeeld: Wat beteken dit vir my? Of, hoe kan ek baat vind by die gebruik van 'n diens of goeie finansiële advies? Die gebruikswaarde voordeel van 'n voertuig sou wees om jou van punt A na B in 'n veilige en tydige wyse te neem. Vir 'n belegging dit kan wees om 'n persoon se welvaart te verhoog of om 'n voorspelbare passiewe maar ook belastingeffektiewe inkomste te genereer;
- Ekspressiewe voordele dra ons eie status en waardes aan ander oor. Hierdie voordele kan 'n vraag beantwoord soos: Wat sê hierdie produk of diens oor my, vir ander mense? Eksklusiewe klubs of om die nuutste Bentley model te besit, kan 'n hoë sosiale status bevestig. As sodanig, kan 'n belegging in 'n verskansingsfonds met hoë prestasiefooie (ook dikwels ontwerp vir ryker individue) 'n soortgelyke boodskap oordra;
- Emosionele voordele kan die antwoord op 'n vraag wees soos: Hoe laat hierdie produk, of diens my voel? Bv. om 'n omgewingsvriendelike voertuig te ry maak dat jy dalk meer verantwoordelik voel. 'n Belegging in 'n maatskappy wat sy waarde verdubbel het, kan jou 'n gevoel van euforie en vertroue in jou eie besluitnemingsvermoëns gee.

Daar is niks fout met die koop (as jy dit kan bekostig) van 'n duur motor nie. Daar mag ook 'n emosionele voordeel daarin wees. Maar is jy werklik bereid om 'n aansienlike premie te betaal vir daardie voordele, selfs al is die voertuig nie meer funksioneel as 'n baie goedkoper ene nie? So, is beleggers bewus van die ekspressiewe en emosionele redes wat 'n rol speel in hul beleggingsbesluite?

#### Die media en jou geld

Nou ja, watter rol speel die media (en meer spesifiek bemaking) wanneer ons beleggingsbesluite neem? In wese kan ons onderskei tussen twee soorte inligting:

1. Opbrengste, enige waarborge, kostes en voorwaardes is rasonale feitlike inligting wat 'n

voornemende belegger kan help om besluite met gebruikswaarde as fokus te neem. Die vraag is, hoe om die verskillende alternatiewe te vergelyk.

2. Beelde of poëtiese en metaforiese taal met sterk emosies en kulturele simbole om 'n handelsmerk te bevorder, het geen gebruikswaarde nie. Hoe moet jy hierdie boodskappe interpreter?



"Legal says we could get by with the term 'super' but adding 'duper' might be pushing it."

ingeligte besluite. Adverteerders voer dikwels aan "dit gaan nie alles oor die geld nie". Beleggers, aan die ander kant het verskeie doelwitte en soek 'n aanknopingspunt met sy of haar leefstyl. Dus vereis die promosies van finansiële instellings dikwels verdere ondersoek.

Jane Bryant Quinn, 'n bekende Amerikaanse finansiële joernalis, is nogal krities oor die gedrukte media en beskryf baie van finansiële joernalistiek as "finansiële pornografie" – aantreklik, maar heeltemal sonder inherente waarde. Hou ook in gedagte dat joernaliste dikwels iets moet bemark, of dit 'n tydskrif of diens is wat hulle bevorder. Hulle kapitaliseer op die feit dat ons 'n beperkte hoeveelheid artikels kan skryf wat op die basiese beginsels fokus naamlik: **beplan, diversifiseer, hou koste laag, nie te slim probeer wees nie, en moenie te veel verhandel of omskakelings maak nie.** Kort voor lank raak die refrein afgesaag.

#### Jou finansiële raadgewer

Hoe help jou finansiële adviseur om hierdie subtiele boodskappe te interpreteer en die gebruikswaarde van finansiële instrumente gepas te beoordeel? Fokus jy op die eienskappe wat die waarskynlikheid het om jou finansiële doelwitte te haal? Dit kan die volgende insluit:

- Om 'n goed gestruktureerde finansiële plan te verstaan;
- Wat is diversifikasie en hoe kan ons dit deur bateklasse of verskillende bestuurstyle bekom?
- Evaluering van deursigtigheid ten opsigte van fooie en die oorweging van alternatiewe.

Ons kan ook vra: Waarna kyk beleggers wanneer hulle vir 'n raadgewer soek? Beleggers moet seker wees dat hulle oorweging vir hierdie besluit op rasonale gronde berus en nie emosioneel is nie.

By Afrafin wil ons glo dat ons, ons kliënte bemagtig om 'n finansiële doelhof te ontfel. Dit is 'n proses wat tyd neem en 'n bewese manier om vertroue te bou.