

PATRICK WIERCKX

‘Niet de winst per aandeel telt, maar de klant die blijft terugkomen’

Beleggers zijn gewend te kijken naar winst per aandeel, marges en groeiverwachtingen. Maar volgens belegger Patrick Wierckx is dat niet waar de echte waarde zit. In zijn nieuwe boek *Hidden Monopolies* draait hij het perspectief om: kijk niet naar concurrentie, maar naar de klant. Niet alleen naar wat bedrijven verkopen, maar vooral waarom klanten blijven. Want dáár zit de voorspelbaarheid van de kasstroom en dus de waarde voor aandeelhouders.

Lang geloofde Patrick Wierckx in het klassieke idee van concurrentievoordelen. Strategiegroeroe Michael Porter leerde generaties economen en beleggers dat een succesvolle strategie draait om toetredingsbarrières, marktmacht en schaalvoordelen. Maar gaandeweg begon dat te schuren.

“Uiteindelijk komt de kasstroom uit één hoek: de klant. En of die klant terugkomt, is nauwelijks onderdeel van het traditionele waarderingsvak”, zegt Wierckx, die voor pensioenfondsen miljarden heeft belegd.

Hij begreep niet waarom

beleggers zich druk maakten over concurrentievoordelen, maar vergaten te vragen waarom klanten überhaupt blijven. Juist dát bepaalt hoe robuust de kasstroom is.

Die observatie werd het startpunt van *Hidden Monopolies*. In dit boek verlegt hij de focus van concurrentie naar klantrelatie. Niet: hoe uniek of innovatief is je product? Maar wel de cruciale vraag: hoe moeilijk is het voor klanten om los te komen van een bedrijf?

“Als je goed kunt inschatten hoelang een klant blijft, dan kun je vrij precies voorspellen hoe de kasstromen zich ontwikkelen. En dus wat het bedrijf waard is.

**‘IK VERMIJD
BEDRIJVEN
DIE GEEN
DUURZAME
KLANTRELATIE
HEBBEN’**

Dat geeft rust, en beleggers een grotere *margin of safety*.”

Maar wie wil weten of klanten blijven, moet verder kijken dan cijfers. Inschatten of een klant loyaal is, vraagt om inzicht in gedrag, gewoontes en psychologische drempels. Daarvoor heb je ander gereedschap nodig dan spreadsheets of het Porter-model waarmee generaties zijn opgegroeid.

In gesprek met de VEB legt Wierckx uit waarom juist klantfrictie de sleutel is tot succesvol beleggen. Welke bedrijven vallen af en waar zit wél structurele waarde? En wat moeten beleggers morgen anders doen?