

## Fondsen poepen

Op de top van de beurshausse eind jaren negentig worden door de Postbank met grote regelmaat van de klok 'huisfondsen' naar de markt gebracht. Het tempo is zo hoog dat de term 'fondsje poepen' zijn intrede doet.

Elke introductie overvleugelt zijn voorganger door nog meer geld op te halen bij de introductie van het fonds. Zo word in maart '99 het Postbank Communicatietechnologiefonds naar de beurs gebracht.

Als projectleider wilde ik daar graag, geheel in lijn met het karakter van het fonds, een moderne wijze van inschrijven bij introduceren. Tot op dat moment werd namelijk nog gewerkt met papieren coupons welke handmatig werden overgetikt.

Helaas was online bankieren nog niet zo volwassen en was het girotel pakket een beetje ouderwets en alleen toegankelijk voor klanten. Om de on-line suggestie te wekken, werd een inschrijfformulier op de Postbankwebsite geplaatst waarmee klanten konden inschrijven.

De voorkant zag er gelikt uit, maar de achterkant...

Door het ontbreken van een goede koppeling met de beleggingssystemen en beperkingen in het e-mail afhandelingspakket moest worden uitgeweken naar andere middelen. Het verzenden van de webpagina met het inschrijfformulier genereerde daarom een mailtje dat buitenom werd verstuurd naar een mailbox welke op een afgedankte PC via Outlook expres werd binnengehaald met een piepend 14k4 modempje.

Het succes was overweldigend! Al de eerste dag kwamen duizenden mails binnen op het oude PC-tje welke op een klein printertje werden uitgeprint en alsnog handmatig moeten worden verwerkt.

De grote hoeveelheid mail leidde bij het leeghalen van de mailbox steevast tot een vastlopende PC waardoor het ritueel meerdere alen opnieuw moest worden uitgevoerd.

De inleg van het fonds overtrof wederom zijn voorganger, maar bij het daaropvolgende fonds is toch maar weer gekozen voor de vertrouwde papieren coupon...

