



VERBOND VAN VERZEKERAARS

VERZEKERD!

4

DECEMBER 2016

MARCO ZANNONI,
VEILIGHEIDSKUNDIGE

‘De
risico’s
worden
alleen
maar
groter’

Verstekelingen
verstoren transport

FinTech
in Europa

**NEDERLANDSE
VERZEKERAARS HEBBEN
VORIG JAAR**

**440
MILJARD EURO**

BELEGD



JAARLIJKS LOPEN ZO'N

**65.000
MENSEN**

**LETSEL OP
IN HET VERKEER**

EEN GEMIDDELDE
UITVAART DUURT

105
MINUTEN



68%
VAN DE
VERZEKERINGS-
FRAUDEURS
IS MAN



INHOUD

**'ALTIJD
EN OVERAL
DEKKING?
NEE TOCH!'**



Marco Zannoni schuift geregeld aan bij (praat)programma's als terreurdeskundige en heeft de nodige ellende voorbij zien komen. Net na de zomer leidde hij een dialoogsessie tussen verzekeraars, waarin hij de bedrijfstak een spiegel voorhield. 'Als je niet oppast, wordt er altijd en overal dekking verwacht.' Volgens Zannoni moeten verzekeraars duidelijker zijn. 'En als het enigszins kan met één mond praten.'

IO

**'IK VOEL
ME
OP EN TOP
LIBERAAL'**



Haar vader heeft zijn hele leven bij ABN AMRO gewerkt en was ontzettend teleurgesteld toen *De Prooi* uitkwam. 'Als ik er iets aan kan doen om de sector weer saai te maken, zal ik dat niet nalaten.' Europarlementariër Cora van Nieuwenhuizen (VVD) is sinds kort rapporteur voor FinTech en voelt zich op en top liberaal. 'Als mensen premiekorting willen in ruil voor data, prima, maar dan moeten ze daar wel bewust voor kiezen.'

32



8

**INNOVATIE EN
AANSPRAKELIJK-
HEID**

Innovatie zet de wereld van verzekeraars behoorlijk op zijn kop. Wie is er aansprakelijk als de techniek faalt? De fabrikant? De eigenaar? De softwareleverancier? Jan de Jongh geeft zijn visie en trekt een parallel met voetbal. 'De spelregels zijn er nog niet, maar de wedstrijd is al begonnen.'



I6

**MEER DAN KOFFIE
EN CAKE**

Zo'n tien miljoen mensen in ons land hebben een uitvaartverzekering. Waarom sluiten ze die af? En wat kun je er eigenlijk mee? *Verzekerd!* liep een dag mee met Tjerk de Vries van Yarden. 'Ik wil dat de dood bespreekbaar wordt.'

ONZEKERHEID



BREXIT

Op 23 juni kozen de Britten voor een Brexit. En nu? Carol Hall van de *Association of British Insurers* steekt haar teleurstelling niet onder stoelen of banken en gaat in op de gevolgen voor Britse verzekeraars.



DE PROBLEMEN VAN CALAIS

Het illegale vluchtelingenkamp bij Calais is ontruimd en de transportsector lijkt zijn wonden. Nederlandse transporteurs hebben miljoenen euro's schade geleden door de illegale migranten die aan boord van hun trucks klommen. Boy Boom van het gelijknamige transportbedrijf: 'Het was gewoon oorlog.'

EN VERDER:

IN 'T KORT	6
COLUMN	15
DIALOOG	18
WELLES-NIETES	22
GLUREN BIJ DE BUREN	24
VIJF VRAGEN	30
OPMERKELIJK	31
LAATSTE WOORD	35
COLOFON	35



Richard Weurding,
algemeen directeur

We leven in onzekere tijden. Economisch lijkt het tij aan te trekken, maar onder andere de Chinese economie geeft onzekerheid. Ook geopolitieke spanningen leiden momenteel wereldwijd tot onzekerheid. Datzelfde geldt voor het veranderende klimaat en voor onze veiligheid, door bijvoorbeeld terrorismedreiging. Dan de onzekere politieke situatie. Eerst de verras-

sende uitkomst van het Oekraïne-referendum in ons land. Vervolgens kozen de Britten, tot ieders verrassing en ondanks alle polls, voor een Brexit. En daarna gebeurde min of meer hetzelfde in de VS. Alle peilingen wezen op een riantte winst voor Clinton, maar uiteindelijk ging de winst naar Trump. Analisten signaleren een disconnectie tussen het establishment en het volk.

Ik ben benieuwd wat dat betekent voor de verkiezingen die volgend jaar in Europa en in ons land worden gehouden. Onzekerheid is de realiteit van ons dagelijks leven geworden en dat geldt natuurlijk niet alleen voor de politiek. Onzekerheid raakt ook onze sector, op veel terreinen. Dat blijkt eens te meer in dit nummer van Verzekerd!, waarin het Britse Verbond van Verzekeraars zijn licht laat schijnen op Brexit en de gevolgen voor de Engelse markt. En waarin het vizier ook wordt gericht op terreur en dreiging. Hoe moeten wij omgaan met onzekerheid als het onze veiligheid betreft? En wat houdt goed risicomanagement in? Lees het coverinterview met terreurdeskundige Marco Zannoni en u weet het.

In onze Gedragscode Verzekeraars, die voor de hele branche geldt, is "zekerheid bieden" één van de drie kernwaarden. De vraag rijst of dat, in de onzekere wereld van vandaag, nog wel reëel is. Daar zullen we komend jaar het debat over moeten aangaan. Voor de toekomst staat de vraag centraal hoe we moeten omgaan met onzekerheid. Wij zullen ons als sector maximaal moeten inspannen om onze klanten te helpen hun risico's en onzekerheden zo goed mogelijk te managen. <

Ik wens u een fijne kerst en een veilig 2017!



JONGEREN EN HET KLIMAAT

Jongeren van 18 tot 25 jaar maken zich wel zorgen over de gevolgen van klimaatverandering, maar doen er zelf weinig mee. Uit onderzoek van GfK, in opdracht van Achmea, blijkt dat het overgrote merendeel (87 procent) verwacht dat onze samenleving sterk verandert door klimaatverandering. Toch houdt slechts dertig procent zich ook echt bezig met de gevolgen. Volgens de jongeren moeten vooral het bedrijfsleven en de overheid maatregelen nemen, omdat 'je als individu weinig kunt doen'. Vrouwen blijken wat optimistischer ingesteld te zijn dan mannen, maar in vergelijking met ouderen zijn de jongeren weer wat pessimistischer.

TOP 5

'De bestemming van de as' prijkt op de eerste plaats in de top 5 van conflictveroorzakers onder nabestaanden. Op de tweede plaats staan 'de kosten van het afscheid', gevolgd door de 'tekst op de rouwkaart' en de 'lijst van genodigden'. Op de vijfde plek staat de 'muziekkeuze'. Dat valt te lezen in het klantverslag over 2015 van uitvaartorganisatie Yarden.



VEILIG RITJE OP ZONDAG

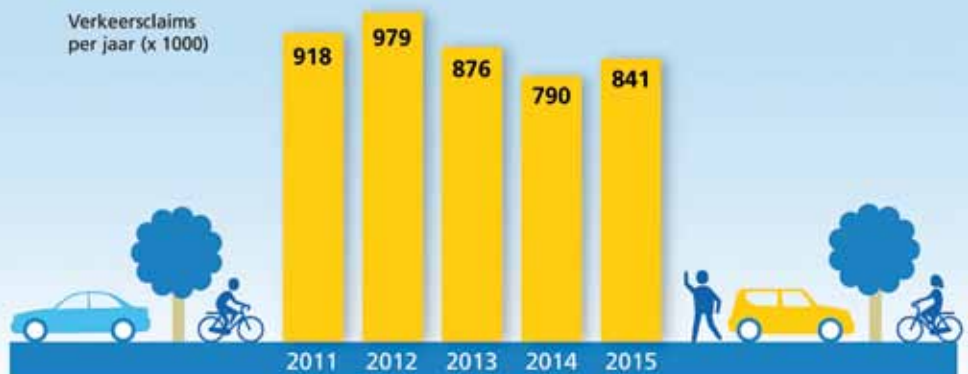
Zondag is veruit de veiligste dag om de weg op te gaan. Dan ligt in ieder geval het percentage van het aantal claims dat verzekeraars binnenkrijgen, het laagste: acht procent. Vrijdag is de minst 'veilige' dag, met zeventien procent. En de dinsdag/donderdag (beide zestien procent) en maandag en woensdag (beide vijftien procent) doen niet

veel voor elkaar onder. Dit zogenoemde verkeersrisico per dag is een van de onderdelen uit de Risicomonitor Verkeer die het Verbond dit najaar heeft uitgebracht. Uit de monitor blijkt verder dat het aantal verkeersclaims na een jarenlange daling weer stijgt. In 2015 is het aantal met 6,5 procent gestegen ten opzichte van 2014, tot in totaal 841.000.

VERKEERSCLAIMS PER JAAR

Het aantal verkeersclaims neemt weer toe

Ten opzichte van 2014 is het aantal verkeersclaims in 2015 met 6,5% toegenomen.



Risicogroepen

De jongste (18-20 jaar) en de oudste (ouder dan 81 jaar) bestuurders zorgen voor de meeste claims in het verkeer. Bij de jongsten ligt het percentage op 21,9 procent en bij 81-plussers op 31,1 procent. De minste aanrijdingen worden veroorzaakt door de groep 61-65 jaar (4,2 procent) en de bestuurders tussen de 50 en 70 jaar (4,8 procent).

Week van het geld

Onder de noemer *Fix je risk* doet het Verbond ook in 2017 weer mee aan de *Week van het geld*. Werkzaam in de sector en altijd al eens voor de klas willen staan? Dan is dit je kans om op een basisschool te vertellen over risico's, kansen en gevolgen. De week vindt plaats van 27 tot en met 31 maart. Meer info: fixjerisk.nl.

DODEHOEKONGEVALLLEN VOORKOMEN

IN
'T KORT



Het Duitse Verbond van Verzekeraars (de GDV) pleit voor een verplicht detectiesysteem op zware vrachtauto's om dodehoekongevallen te voorkomen. Bij onze oosterburen hebben vorig jaar in totaal 3.226 botsingen tussen fietsers en vrachtwagens plaatsgevonden. Daarbij zijn 72 fietsers omgekomen en 665 zwaargewond geraakt.

Uit een evaluatie van onderzoeksinstituut Unfallforschung der Versicherer (UDV) blijkt dat bijna een derde (ruim dertig procent) van dergelijke ongelukken kan worden voorkomen met een waarschuwingssysteem. Dit systeem bestaat uit sensoren die fietsers in de dode hoek zowel voor- als naast de vrachtauto signaleren. De GDV voorspelt een daling van het aantal dodelijke slachtoffers met 31,4 procent, terwijl het aantal zwaargewonden afneemt met 43,5 procent.

Een van de grote transportverzekeraars van ons land, Delta Lloyd, noemt het een goed initiatief. 'Een vrachtwagenchauffeur komt altijd ogen en oren tekort, met name tijdens ritjes in een stedelijk gebied. Een dodehoekongeval is in bijna alle gevallen met een fietser, een kwetsbare verkeersdeelnemer, en de impact van zo'n ongeval is groot. Zowel voor het slachtoffer als de chauffeur.

Door de aandacht van de chauffeur te vragen, via het oog en het gehoor, wordt de kans om een ongeval te voorkomen veel groter. Wij verwachten dan ook dat het aantal ongelukken afneemt als de overheid zo'n waarschuwingssysteem verplicht stelt en de autofabrikanten het initiatief oppakken', aldus Peter van Kan, Manager Expertise Service Center.

GRATIS GIDS

Tijdens het jaarlijkse forum *Business and Human Rights* van de Verenigde Naties is de gids *Doing Business With Respect for Human Rights* gepresenteerd. Deze gids is een update van een eerdere versie uit 2010 en bevat diverse praktische adviezen om de principes van de Verenigde Naties te vertalen naar de dagelijkse praktijk. De gids kan gratis worden gedownload van de website businessrespecthumanrights.org.

Cybercrime

Uit het jaarlijkse Norton Cybersecurity Insights Report blijkt dat zeker 2,3 miljoen Nederlanders in het afgelopen jaar slachtoffer zijn geworden van cybercrime. In totaal zijn 54 miljoen Europeanen getroffen. Als belangrijkste oorzaken worden goedgelovigheid en risicovol online gedrag genoemd. Ook zijn cybercriminelen de consument vaak een stap voor.



Rookmelders

Rookmelders worden vaak verkeerd geplaatst waardoor ze niet of onvoldoende werken. Uit de Risicomonitor Woningbranden, die het Verbond voor de derde keer op rij heeft uitgebracht, blijkt dat slechts 35 procent op de juiste plek hangt én werkt. Meer preventietips zijn te vinden op www.verkleindekansopbrand.nl.

'DE WEDSTRIJD IS ALLANG

Innovatie zet de wereld behoorlijk op zijn kop. Ook die van verzekeraars. Wie betaalt de schade als een zelfsturende auto een ongeluk veroorzaakt? En, nog belangrijker, wie is er aansprakelijk? De fabrikant? De eigenaar? De softwareontwikkelaar? Jan de Jongh staat, als voorzitter van het Platform Aansprakelijkheid, voor een lastige taak. 'De spelregels zijn er nog niet, maar de wedstrijd is al wel begonnen.'

KANS

Er wordt bij innovatie vaak gesproken in termen van kans of bedreiging, maar ik vind beide van toepassing. Het gaat om een kans, maar je moet het wel realistisch benaderen. Innovatie houdt in dat zaken anders moeten worden aangepakt, terwijl je vooraf niet weet hoe het uitpakt. Om het in voetbaltermen te stellen: zowel de scheidsrechter als de coach zitten nog in de kleedkamer, maar de spelers staan al op het veld. Sterker nog, de bal rolt al. En wij moeten ons nog "even" buigen over de beste opstelling. Daarmee bedoel ik dat we, samen met alle stakeholders, de maatschappelijke meerwaarde van innovatie moeten beoordelen. We zien immers ook een trend van "nieuw" naar "relevant" en moeten kijken hoe we ermee om moeten gaan. Het Rathenau Instituut noemt dat maatschappelijk verantwoord innoveren en stelt voor een platform te creëren waar maatschappelijke organisaties hun belangen kunnen inbrengen, zodat er een geïnstitutionaliseerde programmatische aanpak komt. Een mooi initiatief waarbij verzekeraars ook zeker van de partij moeten zijn.

SPELREGELS

Wij kunnen, om de voetbalterminologie door te trekken, deze bal niet wegschoppen of doorpassen. We zullen moeten mee voetballen. En natuurlijk is dat best lastig, met name omdat de spelregels nog niet bekend zijn, maar de wedstrijd is al begonnen. De drones vliegen al, de 3D-printers worden steeds vaker ingezet en de deeleconomie floreert. En ik snap dat kennisdeling vanuit concurrentieoogpunt niet altijd en overal juichend wordt begroet, maar we moeten proactief zijn. Als we niks doen en de bal laten liggen waar die ligt, dan weten we nu al wat er gaat gebeuren. Dan bepaalt de rechtspraak de markt van morgen. Ik heb het al eens eerder gezegd: de techniek van morgen begint vandaag en het recht volgt overmorgen. Grofweg kunnen wij nu drie dingen doen:

1. Niets, het systeem in stand houden en de rechtspraak afwachten. Het recht biedt weliswaar geen concreet houvast voor technologische ontwikkelingen, maar het aansprakelijkheidsrecht kent veel open normen, dus voor de rechter flexibiliteit om in te spelen op de ontwikkelingen.
2. Het aansprakelijkheidssysteem in stand houden, maar de overheid de verantwoordelijkheid laten nemen zodra de verzekeraarbaarheid in het gedrang komt.
3. Uitgaan van het systeem waarbij de consument het meest gebaat is, bijvoorbeeld een *first party* verzekering. Dat is een directe verzekering, waarbij de klantwaarde hoog is en de verzekeraar een klant helpt die schade heeft, omdat die laatste niet op zoek hoeft naar een aansprakelijke partij.

ROL VERZEKERAARS

De rechtspraak zit voorlopig nog even op de reservebank. Naast aansprakelijkheidsverzekeraars moeten vooral klanten, de overheid, de wetenschap, de ethici en een partij als TNO speeltijd krijgen in het platform zoals Rathenau dat omschrijft. De klant hoeft alleen maar te vertellen waar zijn behoeften liggen. Een klant zoekt zekerheid. Dat kunnen verzekeraars bieden. In het kader van een *connected car* wil de klant ook kunnen vertrouwen op de techniek, maar zijn wens moet wel leidend zijn voor verzekeraars. Uiteindelijk wil je als verzekeraar je klanten helpen, meer niet. Een verzekeraar die zelf innoveert, zal makkelijker kunnen doorgronden wat de klant wil: de zogenoemde *customer experience*. Verzekeraars moeten dus zeker meedoen aan de wedstrijd. We moeten een speler zijn in het debat en meedenken over risico's en schade, kijken naar de mogelijkheden en meepraten over randvoorwaarden. Innovatie biedt ons veel mogelijkheden, waaronder veel klantdata en dus nog meer inzicht in onze klanten en de verschillende type schades. Dat betekent echter niet



BEGONNEN'

dat we als sector bij elke wedstrijd aanwezig moeten zijn. Bij nano voorspel ik een vol veld, net zoals bij de *smart mobility* en *smart industry*, maar ontwikkelingen als de deeleconomie en cyber, hoe ingewikkeld ook, zijn meer kwesties voor individuele verzekeraars.

TEGENSTANDERS

De rol van het Verbond lijkt me duidelijk. Als je aan een gemeenschappelijk belang moet denken, zit je al snel in een coachende rol. Het zijn wellicht open deuren, maar ik denk dan vooral aan kennis delen, bewustwording, informeren en lobbyen. TNO noemt dat de interventieladder van het Verbond en daar kan ik me wel in vinden. De rol van de overheid is ook duidelijk. Zij moet als een scheidsrechter fungeren: de regels opstellen, zorgen voor naleving en nadenken over nieuwe regels.

Tja, en dan heb ik een van de belangrijkste aspecten nog niet genoemd: de tegenstanders. Tegen wie spelen we? Iedereen heeft het altijd over de Googles en Apples van deze wereld. Terecht, want zij zijn machtig, hebben veel kapitaal en vooral veel data. Zulke organisaties zijn in staat om kennis om te zetten in producten met geïntegreerde verzekeringsoplossingen, maar er zijn er meer. Ook (auto)producenten kunnen hun producten verkopen met alles erop en eraan, dus inclusief verzekering. Als wij als sector willen overleven, moeten we aan de slag. *Smart industry* vraagt om *smart insurance*. Dat is een complex proces, waarbij de vraag op ons bordje ligt wat we met de aansprakelijkheid gaan doen. Misschien moeten we wel meer richting een directe verzekering gaan, zoals dat nu ook bij *smart mobility* gebeurt. Daar geldt de directe verzekering niet zozeer voor het product, maar voor "het proces". Dat houdt in dat verzekeraars schades van hun eigen klant afwikkelen, ook al is een ander aansprakelijk. Een goede ontwikkeling, omdat we daarmee onze klanten ontzorgen en weg blijven van het lastige aansprakelijkheidsvraagstuk. Bij *smart mobility/industry* kan er ook alleen zuivere vermogensschade ontstaan zonder dat er sprake is van materiële schade. Systemen vallen bijvoorbeeld stil vanwege een bug in de software, met bedrijfsschade als gevolg. Hoe groot zijn de gevolgen en wie draagt deze? Ook dit is een voorbeeld waarbij een *first party* verzekering meer zekerheden biedt. Ik denk daarom dat we moeten onderzoeken of we de weg van een *first party* verzekering ook kunnen inslaan bij andere vormen van aansprakelijkheid, zoals werkgeversaansprakelijkheid.

NIEUWE RISICO'S

Nieuwe risico's zijn er in alle soorten en maten. TNO heeft het vooral over *smart mobility* en *smart industry*. Sommigen zeggen dat de vierde industriële revolutie eraan komt en we met steeds snellere en meer digitalisering te maken krijgen. Denk bij *smart industry* aan digitalisering en verweving van apparaten, productiemiddelen en organisaties (IoT). En hoewel we snel geneigd zijn aan schade te denken, kan digitalisering ons ook helpen om de schade te beperken. Zo kunnen we *real time* zien of inbraakbeveiligingssystemen of blussystemen werken. Ik vind nanotechnologie een lastige. Het kent zoveel toepassingen en de maatschappelijke waarde is dusdanig groot dat ik het eerlijk gezegd ook wel eens beangstigend vind. Zijn we in staat de risico's van al deze toepassingen goed te doorgronden? We moeten koste wat het kost voorkomen dat we een nieuw asbestdossier op ons bord krijgen. Asbest 2.0. Daarom pleit ik ervoor om grenzen aan te geven. Als verzekeraars moeten we soms nee zeggen. We kunnen niet alles verzekeren. De overheid zal dan zijn verantwoordelijkheid moeten nemen. In de voorfase, de *warming-up*, zie ik een grote rol voor de wetenschap, die ons kan voorlichten. Bij asbest dachten we immers ook lange tijd dat het safe was.

Als ik kijk naar het klimaat, dan is dat een mooi voorbeeld van hoe het ook kan. We zijn veelvuldig in gesprek met de wetenschap, delen onze kennis en hebben in ieder geval een beeld van wat er op ons afkomt. We zullen als sector moeten bepalen welke wedstrijden we wel en welke niet willen spelen. Zien we een gemeenschappelijk belang en doen we mee, dan moeten we ook bepalen hoe we in de wedstrijd willen zitten en welke tactiek we gaan toepassen. Zeker is dat we niet veel tijd hebben. En we spelen niet alleen op nationaal niveau, maar ook internationaal. Ik voorspel een druk seizoen. <

'SMART
INDUSTRY
VRAAGT OM
SMART
INSURANCE'

MARCO ZANNONI, DIRECTEUR COT
INSTITUUT VOOR VEILIGHEIDS-
EN CRISISMANAGEMENT

‘Een
CRISIS
IS
verslavend’



'VERZEKERAARS MOETEN VOORAL DUIDELIJK ZIJN'

Toen hij nog studeerde, kwam hij al in aanraking met crisismanagement. Zo reconstrueerde hij na de vuurwerkramp in Enschede de vergunningverlening. 'Ineens werd dat saaie bestuurskunde heel concreet.' Sindsdien is hij verslaafd aan crises en aan de dynamiek die daarbij hoort. Maar er komt ook veel ellende voorbij, waaronder zedenzaken, asbestcases en aanslagen. 'Mijn naïviteit is weg, maar om nou te zeggen dat ik bang ben? Nee.'

Marco Zannoni is directeur bij het COT Instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement en hard op weg een bekende Nederlander te worden. Zo was hij dit voorjaar een graag geziene gast in Hilversum om de aanslagen in Brussel te analyseren. En was hij de man die 'onze' vragen mocht beantwoorden over "het signaal" op Schiphol. Of de adviseur die aansloot bij het crisisteam rond de Amsterdamse zedenzaak. 'Nee, ik heb geen foto's gezien. Bewust niet. Ik heb die beelden niet nodig voor mijn werk. Ik ben geen hulpverlener.'

Zannoni weet wat hij wil. En wanneer hij gewent is. 'Ken je die vreselijke zaak in Roermond waarbij zes kinderen overleden? De vader had het huis in brand gestoken en wij onderzochten die zaak. Toen ben ik met een collega wel naar de uitvaart geweest, omdat ik vond dat wij daar bij moesten zijn, vanuit betrokkenheid.' Eerder dit jaar heeft Zannoni een dialoogsessie tussen verzekeraars geleid. Hoe moeten verzekeraars met terreurdreiging omgaan? Kunnen ze zich daarop voorbereiden? Hebben ze überhaupt een rol bij terreur? Tijdens die sessie hield hij verzekeraars vooral een spiegel voor. 'Als je niet oppast, wordt er altijd en overal dekking verwacht, onder de noemer dat verzekeraars een maatschappelijke taak hebben. In mijn ogen moeten verzekeraars vooral duidelijk zijn, en als het enigszins kan met één mond praten.'

DE TOON IS GEZET. MENSEN, OF HET NOU BURGERS, BEDRIJVEN OF VERZEKERAARS ZIJN, IEDEREEN MOET ZICH VERDIEPEN IN VEILIGHEID?

'Ja, veiligheid is een belangrijk onderwerp. Voor mensen en voor organisaties. Wij merken dagelijks dat bedrijven klaar willen zijn voor een crisis. En dan heb ik het niet over een incidentje of een korte stroomstoring, maar over iets onverwachts en iets groots dat een hele organisatie raakt. En vergis je niet, in een wereld die zo connected en transparant is als de onze, worden de risico's alleen maar groter.'

WE ZIJN VOORAL BANG VOOR ONTWRICHTING?

'Klopt. Juist daarom proberen wij mensen mentaal voor te bereiden op het onverwachte. We oefenen veel met klanten en werken

onder meer met oefenscenario's. Voorbeeld van een training bij een verzekeraar kan zijn dat we een team voorbereiden op een grote cyberaanval. Welke stappen zet je dan? En in welke volgorde? Hoe ziet je crisisteam eruit? Hoe koppel je techniek aan communicatie, aan HR, aan juridische zaken? We leren de CEO om kritieke beslissingen te herkennen en ze ook te nemen.'

HOE KOMEN JULLIE AAN CASES?

'Die ontwerpen we vaak zelf, maar wel na een behoorlijke research. Het zou gek zijn als wij een cyberaanval op een verzekeraar laten plaatsvinden en een van de deelnemers zegt na een kwartier: "dat kan nooit!" Het moet wel kloppen. En, niet onbelangrijk, we maken vaak gebruik van de actualiteit en van eerdere lessen. Wij zijn zelf bij de echte crises aanwezig en kunnen dus ook uit de dagelijkse praktijk putten.'

U BENT BETROKKEN GEWEEST BIJ DE VUURWERKRAMP, BIJ APELDOORN, DE TROONSWISSELING, DE AMSTERDAMSE ZEDENZAAK EN ZIET MEER DREIGING EN RISICO VOORBIJKOMEN DAN DE GEMIDDELDE NEDERLANDER. WAT DOET DAT MET JE?

'Als ik door Nederland rijd, herken ik plaatsen vooral door specifieke zaken. Soms van een ernstige zorgcalamiteit, van een asbestbrand of van een terroristische dreiging, maar ik word er niet angstiger van. Ik weet hoe het werkt en heb het volste vertrouwen in onze inlichtingendiensten en de politie, maar ik kijk in een hotel wel meteen waar de nooduitgang is. En je zult mij op een festival nooit op het drukste plekje vinden.'

LEUK WERK DAT CRISISMANAGEMENT ...

'Dat is het wel hoor. Sterker nog, crisis is verslavend. Waar je normaal gesproken veel moeite moet doen om veranderingen door te voeren, wordt bij een crisis alles gedaan wat nodig is. Alle mensen komen bij elkaar, bureaucratie verdwijnt, iedereen wil helpen. Wij noemen dat de Honeymoonfase. Vaak horen wij later, maanden na een crisis, mensen verzuchten waarom het niet altijd zo kan zijn. De saamhorigheid verwatert snel. Ineens zegt die ene collega die jouw reguliere werk overneemt: "ik doe dit nu



FOTOGRAFIE: IVAR PEL

al zes maanden. Ben je nou nog met die ramp bezig?” Daarom maken wij vaak een plan van aanpak voor de nafase. Als er een aanslag is gepleegd is dat heel heftig, maar ook in de weken en de maanden erna moet er nog van alles gebeuren.’

WAT IS UW GROOTSTE ANGST?

‘De grootste dreiging zit op dit moment in risico’s die met continuïteit en IT te maken hebben: cybercriminaliteit en terrorisme. Wij zijn zo kwetsbaar geworden dat we niet meer zonder IT kunnen. En ik merk dat onze klanten zich zorgen maken over terrorisme. Dat is ook ongrijpbaar. Je kunt direct slachtoffer worden, maar ook indirect schade lijden, bijvoorbeeld door overheidsmaatregelen. Kijk naar Brussel dat een paar dagen lang de stad op slot doet. Moet je je voorstellen dat je daar een winkel hebt. Waar kun je dan terecht met je schademelding?’

IEDEREEN WIJST AL SNEL NAAR DE OVERHEID ALS HET GAAT OM VEILIGHEID. IS DAT TERECHT?

‘Naar wie moeten we anders wijzen? De overheid heeft nu eenmaal het geweldsmonopolie. Zij beschikt over de wapens en heeft een inlichtingendienst. Het liefst ontdekt ze een plot, houdt ’m tegen en weet niemand ervan. Maar ook als er wel iets gebeurt, stuit je op overheidstaken. Denk maar aan hulpverlening aan slachtoffers of aan de opvang van buurtbewoners. De overheid kan een gijzeling beëindigen en verdachten opsporen en berechten. Dat kan ik allemaal niet als burger.’

DE OVERHEID KAN HET TOCH OOK NIET ALLEEN? IS DE LES VAN VEEL INCIDENTEN NIET DAT EEN GEÏNTEGREERDE AANPAK NODIG IS?

‘Eens. Iedereen heeft ook een eigen verantwoordelijkheid. Als jij een groot bedrijf hebt, mag je rekenen op de overheid voor de hulpverlening, maar die overheid gaat niet jouw interne crisismanagement regelen, je klanten informeren en ervoor zorgen dat jouw medewerkers aan het werk kunnen. Er zijn eigen verantwoordelijkheden. De overheid benadrukt in die zin ook steeds vaker dat de burger zelfredzaam moet zijn en focust zelf op een faciliterende rol. Maar, als je bijvoorbeeld kijkt naar de rol van de overheid bij de MH17-ramp, dan kun je achteraf concluderen dat de overheid op sommige onderdelen te veel naar zich heeft toetrokken. Als iemand weet hoe je na een vliegcrash een callcenter inricht en met nabestaanden van slachtoffers moet omgaan, dan is het een luchtvaartmaatschappij. Neem dat niet over, maar sluit er liever op aan. Die samenwerking tussen overheid en bedrijfsleven kan beter.’

EN WAAR VINDEN OVERHEID EN VERZEKERAARS ELKAAR?

‘Bij calamiteiten. Als een bedrijf is afgebrand, vindt de overheid vooral het slachtoffer belangrijk. De overheid zet ook na een aanslag in op maatschappelijke veerkracht. Dat is mooi, maar als er geen verzekeraar is die snel handelt en snel durft uit te keren, staat zo’n slachtoffer met lege handen. Of een bedrijf kan geen doorstart maken. Als de middelen er niet zijn om door te gaan, ➤

- ▶ houdt alles op. Ieder slachtoffer is gebaat bij een goede en snelle schadeafwikkeling. Verzekeraars kunnen daarnaast ook een bijdrage leveren door een goede voorbereiding op crises te stimuleren. Een goede crisisrespons beperkt de schade.’

GELDT DAT OOK BIJ TERRORISME?

‘Snel duidelijkheid bieden bij de schadeafwikkeling helpt altijd. En als de overheid na een terroristische aanslag wil dat de samenleving zich snel herpakt en weer kan doordraaien, dan is de verzekeringswereld héél belangrijk. Uit gesprekken met verzekeraars merk ik dat zij behoefte hebben aan duidelijkheid. Is er wel of geen sprake van terrorisme? Dat maakt nogal wat uit voor de schadeafwikkeling, omdat verzekeraars bij terrorisme een beroep kunnen doen op de NHT (een pool voor terrorismedekking). Als het goed is, merkt de klant daar overigens niets van, omdat de verzekeraar gewoon handelt en het dus meer een kwestie is die zich aan de achterkant afspeelt. Een belangrijk vraagstuk aan de voorkant is wat we moeten doen met dreiging.’

HOE BEDOELT U DAT?

‘Dreiging is nu geen verzekerd event, want er is immers geen sprake van terrorisme, maar er kan wel schade optreden. Als die winkel in Brussel dagenlang dicht moet, heeft de winkelier schade, maar waar kan hij die verhalen? Ik ben benieuwd hoe verzekeraars in de toekomst omgaan met dreiging, ook na een aanslag. Als er ergens een gasexplosie is, hoef je je niet af te vragen of er een half uur later nog één volgt, terwijl je bij terrorisme altijd rekening moet houden met nog een aanslag. En als er na een aanslag rellen uitbreken, is die schade dan gedekt? Is de veiligheid van je eigen mensen ter plekke gegarandeerd? Terrorismen is niet beperkt tot één event. Dat maakt het ingewikkeld.’

KUNNEN VERZEKERAARS OMGAAN MET TERREURDREIGING? WAT MOETEN ZE DOEN?

‘De verzekeringswereld moet goed georganiseerd zijn. Daarom is het een goed idee om dialoogsessies te houden en is het slim dat het Verbond zijn *Draaiboek bij rampen en crises* heeft geactualiseerd. Om als sector goed te kunnen functioneren, moeten verzekeraars in noodsituaties als collectief kunnen optreden, liefst door met één mond te praten, maar in ieder geval door allemaal hetzelfde te handelen. Het helpt als verzekeraars een collectief standpunt kunnen innemen, bijvoorbeeld over dreiging. Dat helpt de gedupeerden. Bovendien helpt een gezamenlijke en uniforme aanpak bij het imago, hoewel ik best snap dat verzekeraars allemaal autonome, commerciële bedrijven zijn en individuele beslui-



PERSONALIA

Marco Zannoni (1979) is directeur bij het COT Instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement, een onderdeel van Aon. Hij adviseert bestuurders en directies voor, tijdens en na crises en bij complexe veiligheidsvraagstukken. Zo was hij als adviseur onder meer betrokken bij de aanslag in Apeldoorn en de Amsterdamse

zedenzaak. Zannoni studeerde Bestuurskunde in Leiden en raakte tijdens zijn studie al betrokken bij het werk van het COT. Hij is getrouwd, heeft 1 dochter en woont in de gemeente Westland.

ten nemen. Dat moet ook, want als het Verbond zorgt voor een mooi draaiboek, terwijl de leden individueel het crisismanagement niet op orde hebben, gaat het natuurlijk niet werken.’

WAT IS EEN GOED VOORBEELD VAN DAT SAMEN OPTREKKEN, DE REACTIE OP DE MH17?

‘Ja, maar er zijn er meer geweest. Ik vond de tsunami ook een goed voorbeeld. Elke ramp heeft zijn eigen bijzonderheden. Bij de tsunami was het bijzondere dat lichamen niet zijn teruggevonden en was de vraag cruciaal wanneer je iemand als overleden mag verklaren: na twee jaar, drie jaar, vijf jaar? Verzekeraars hebben toen gezegd dat iedereen die niet was teruggevonden als overleden werd beschouwd. Daarmee hebben ze vooral duidelijkheid verschaft. Verzekeraars zullen wat dat betreft bij iedere crisis op zoek moeten gaan naar de bijzonderheden. De ene keer is dat een verklaring van overlijden, de volgende keer de kosten van een dreiging en weer een andere keer iets wat we nu nog niet kunnen verzinnen. Dan helpt het als je als sector een plek hebt om te overleggen en je standpunten te bepalen.’

MOETEN VERZEKERAARS DAT PROACTIEF DOEN OF IS DAT PER DEFINITIE REACTIEF?

‘Liefst vooraf natuurlijk. Neem voorspelbare dilemma’s die je in scenario’s verwerkt. Zoals een grote cyberaanval, waarvan je niet weet wie erachter zit. Is dat terrorisme? Wat is het voor soort schade? Je kunt vooraf de nodige lastige dilemma’s bedenken en je daar op voorbereiden, maar het is onmogelijk om overal op voorbereid te zijn. Dat hoeft ook niet. Je mechanisme moet kloppen, zodat je flexibel en adequaat kunt reageren op onverwachte omstandigheden: er moet een crisisteam zijn, de alarmering moet werken, net zoals de wijze van communiceren met je achterban en het contact met de overheid. Dan hoef je echt geen duizend scenario’s door te lopen voor het geval dat; een paar is genoeg. Verzekeraars zijn gewend om in risico’s te denken en steeds na te gaan of aannames nog kloppen. Als ik verzekeraar was, zou ik het de moeite waard vinden om als collectief de dilemma’s van bijvoorbeeld een cybercrisis bij de kop te pakken zoals we dat ook bij terrorisme hebben gedaan. Vergeet niet dat elke crisis het begin is van verlies van vertrouwen, dus wat je kunt voorkomen: doen!’ <

‘EEN GOEDE CRISISRESPONS BEPERKT DE SCHADE’

ARBEIDERS

En ineens dook hij op: de arbeider. Preciezer gezegd: de oudere blanke industriearbeider uit de Amerikaanse “roest regio”. Na de verkiezing van Donald Trump als de 45^{ste} president van de Verenigde Staten kwamen de zelfbenoemde deskundigen in de media snel met een verklaring: de *steel workers* en de *coal miners* uit de *Rust Belt*, het voormalige industriële hartland van de Verenigde Staten, hadden de doorslag gegeven. Ooit waren de mijnwerkers en industriearbeiders van Pennsylvania, Ohio, Indiana, Michigan en Wisconsin trouwe leden van de Amerikaanse vakbeweging en solide stemmers op de Democratische Partij. Die boden bescherming. De kinderen en kleinkinderen van Europese immigranten bouwden een zekere welstand op. Decennialang vormden de kolenmijnen, staal- en auto-industrie de ruggengraat van de Amerikaanse economie. Maar door strengere milieueisen, veranderende productiemethoden, technologische doorbraken en buitenlandse concurrentie hebben deze sectoren te kampen met krimp, fabriekssluitingen en banenverlies. De trots is verdwenen. Geen wonder, was de rede-nering, dat ze zich aangesproken voelden door de slogan *Make America Great Again*.

OVERWINNING TRUMP

Deze verklaring voor de overwinning van Trump klopt – maar voor een deel. De afkalving van de traditionele industrie is al tientallen jaren aan de gang en op zichzelf is dat een natuurlijk proces. Het heeft grote sociale en economische gevolgen, maar die zijn al langer bekend. Los hiervan: ook andere bevolkingsgroepen dan de “witte arbeiders” hebben Trump aan zijn overwinning geholpen.

Dat deed aan de populariteit van de verklaring niets af. In krantenartikelen en in praatprogramma's over de Amerikaanse verkiezingsuitslag werd voortdurend verwezen naar een woord dat in de Nederlandse verhoudingen lang geleden is verbannen naar de sociale geschiedenisboekjes: de Arbeider. We kennen in ons taalgebruik de Partij van de Arbeid, de Arbeidswetgeving en de Stichting van de Arbeid, begrippen die stammen uit de periode van wederopbouw na de Tweede Wereldoorlog. Maar arbeiders? In Nederland hebben we het over werknemers, medewerkers of personeel, tegenwoordig ook over zelfstandigen zonder personeel.

NOESTE KERELS

Arbeiders zijn karikaturen uit de sociaal-realistische kunst van de Sovjet-Unie: noeste kerels met gespierde armen en een

bezweet bovenlijf die zwaaien met een voorhamer bij de gloeiende vuren van een hoogoven, mijnwerkers met helmen, vegen roet op hun gezicht en een pneumatische boor in hun handen, machinebankwerkers en mannen in overalls die aan zware metalen wielen van imposante machines draaien. Modelarbeider Stachanov. Charlie Chaplin in de film *Modern Times* en de tekening van Albert Hahn *Heel het raderwerk staat stil, als uw machtige arm het wil*. Dat werk.

NOSTALGIE

Misschien kent het Nederlands geen treffender vertaling voor het Amerikaanse *worker* dan arbeider. Maar uit het woordgebruik spreekt ook nostalgie. Anders dan in de Verenigde Staten hebben we in Nederland de arbeidersklasse als politieke en sociale factor weggepoetst. We leven immers in een post-industriële samenleving. De grootste werkgevers zijn de dienstensector, de zorg en de overheid. Traditionele arbeidersbastions zoals de textielindustrie en scheepsbouw zijn goeddeels verdwenen, de containerhavens zijn geautomatiseerd, de steenkolenmijnen zijn al een halve eeuw gesloten. Industrie is *high tech* geworden. Niet het roet van fabrieksschoorstenen, maar de stofvrije ruimtes van hoogwaardige technologische bedrijven zijn symbolen van de succesvolle hedendaagse industrie. Staken doen tegenwoordig de piloten van een luchtvaartmaatschappij of de schoonmakers van de treinen.

VOORHOEDE

Er is nog iets merkwaardigs aan de hand met de omarming van het begrip arbeiders in verband met de Amerikaanse verkiezingsuitslag. In de klassieke communistische leer vormde de arbeidersklasse de voorhoede van de revolutie. Zij zouden het kapitalisme ten val brengen en de socialistische staat vestigen. Het proletariaat als agent van een sociale omwenteling. Nu kan de overwinning van Donald Trump best als een radicale politieke verandering worden beschouwd en als de stem van de traditionele arbeidersklasse daarin de doorslag zou hebben gegeven, zou de oude Marx met zijn 19^{de} eeuwse theorie aan het begin van de 21^{ste} eeuw alsnog zijn gelijk hebben gekregen. Dat kan. Maar niet op de manier zoals hij voorspelde. Marx zou zich omdraaien in zijn graf. <

© Roel Janssen, Den Haag



Roel Janssen is financieel-economisch journalist en heeft lang voor *NRC Handelsblad* gewerkt. Hij schrijft thrillers en non-fictieboeken over economie. Eind februari verschijnt *Alles Verloren*, een spannend boek over de vluchtelingen-crisis.

'MEER DAN KOFFIE



Ruim tien miljoen Nederlanders hebben een uitvaartverzekering. Waarom sluiten mensen zo'n verzekering af? Wat krijgen ze ervoor terug? En hoe werken de acht natura-uitvaartverzekeraars die ons land rijk is? Verzekerd! liep een dag mee met Yarden, een vereniging met bijna één miljoen leden die de uitvaartverzekering in een heel nieuw jasje heeft gestoken.

Het is mistig weer en het industrieterrein in Almere krijgt daardoor een wat mistroostige aanblik. Binnenin het hoofdkantoor van uitvaartorganisatie Yarden is het warm en de ontvangst is hartelijk. Tjerk de Vries is sinds vier jaar MT-lid/Manager Commerciële Zaken en kent een rijke verzekeringshistorie. 'Ik heb hiervoor jarenlang als interim bij verzekeraars gewerkt en ken de sector dus goed. In eerste instantie moest ik er niet aan denken om in loondienst te gaan. Ik was ondernemer. Maar Yarden is zo'n leuk bedrijf. Groot verschil met 'gewone' verzekeraars is dat wij wel altijd uitkeren.' Hij moet er zelf om lachen, en vervolgt dan weer serieus: 'Het is mooi om aan de achterkant te zien wat er gebeurt in de uitvaartverzorging. Ik heb veel respect voor mensen die het voor elkaar krijgen om in alle verdriet en emotie bij iemand aan de keukentafel te zitten en samen met nabestaanden allerlei zakelijke beslissingen te nemen. Wij doen zoveel meer dan koffie en cake, maar we hebben het er nooit over. De dood is eng. Ik knok ervoor, ook op verjaardagen, dat de dood bespreekbaar wordt.'

COMMERCIEEL OVERLEG

De Vries blijkt een spraakwaterval. Hij zit vol met plannen, praat veel en maakt een ongelooflijk bevoegen indruk. Zijn assistente Leyla blijkt de spreekwoordelijke spin in het web te zijn. 'Ze schept orde in de chaos.'

Elke werkdag van De Vries begint dan ook met Leyla: 'Ik bel haar als ik in de auto zit en dan nemen we de dag door. Perfect, want als ik hier binnenkom, weet ik al precies hoe mijn dag eruitziet.'

Deze dag start met het Commercieel Overleg dat eens in de twee weken plaatsvindt. Aan tafel zitten de managers Telefonie, Indirecte Distributie, Online, een marketeer en de manager New Business. Gesprek van de dag is de nieuwe verzekering die Yarden een paar weken geleden heeft gelanceerd: de Mijn Laatste Wensen uitvaartverzekering, door De Vries afgekort tot de LUV. Hij is zichtbaar trots op het product dat hem veel tijd en energie heeft gekost. 'Het duurt ontzettend lang voordat zo'n product klaar is om de markt op te gaan. Iedereen moet en mag er wat van vinden, van de AFM en DNB tot

onze eigen marketeers, Compliance Officers en actuarissen. Maar als het er eenmaal is, is dat ook echt een feestje.'

NIEUW PRODUCT

In het overleg laat De Vries de verkoopcijfers van de diverse verkoopkanalen (telefoon, intermediair en online) zien en alle aanwezigen kijken tevreden. Volgens De Vries is het echt een product van deze tijd: 'Wij geven hiermee de regie aan onze klanten.' Het product kenmerkt zich vooral door keuzevrijheid. 'Wij verkopen geen standaardpakketten. Dat is niet meer van deze tijd. De klant mag zelf kiezen bij welke uitvaartverzorger hij welke diensten wil afnemen. Ook zijn kinderen niet meer tot achttien, maar tot 21 jaar gratis meeverzekerd. En wij hebben een zogenoemde 'ernstig ziekclausule' ingebouwd. Dat betekent dat iemand die terminaal ziek is de helft van het verzekerde kapitaal eerder uitgekeerd kan krijgen. Bijvoorbeeld om het mogelijk te maken thuis te overlijden. Of een reis te maken. Of om vervoer van en naar het ziekenhuis voor een nabestaande makkelijker te maken. De verzekerde mag helemaal zelf weten wat hij met de uitkering doet.'

Sinds de lancering heeft De Vries elke dag wel een keer overleg over de LUV. Om de omzetcijfers op de voet te volgen, heeft hij zelfs een app op zijn telefoon gedownload. 'Je bent commercieel of niet', knipoogt hij.

EN CAKE'

EEN
DAG
MET



FOTOGRAFIE: IVAR PEL

KLANTMANAGER

De volgende afspraak staat op het programma. De Vries verkast naar een andere vergaderzaal waar hem een presentatie van collega Maaïke Wagenveld wacht. 'Ik noem haar vaak de verandermotor van onze organisatie. Het is geweldig wat zij allemaal boven water krijgt. In het begin vroeg iedereen zich af wat dat dan oplevert, zo'n klantmanager. Tja, dat weten we dus niet, maar ik ben blij dat ze er is. Best vernieuwend ook, toch?'

Tijdens de presentatie blijkt onder meer dat klanten vinden dat het afkoopproces van Yarden te lang duurt. Wagenveld signaleert niet alleen, maar geeft ook adviezen om dit soort knelpunten op te lossen. 'Als klanten iets roepen, bijvoorbeeld op social media, dan moeten wij daar wat mee', zegt De Vries. 'Alles, maar dan ook alles wat we doen, moeten we doen vanuit klantperspectief.'

LEIDERSCHAP

Er is even tijd om wat mail bij te werken en De Vries gaat achter zijn eigen bureau zitten in een moderne, maar sfeervolle kantoortuin. Hij heeft geen eigen kamer. Bewust niet. 'Ik zit het liefst tussen de mensen. Dan hoor en zie ik alles en ben ik veel meer betrokken, terwijl ik tegelijkertijd heel makkelijk kan loslaten. Natuurlijk moeten ook wij targets halen en moeten we dus plannen, uitvoeren en controleren, maar mijn

medewerkers hoeven niet allemaal binnen de lijntjes te kleuren. Ik geef ze graag naast taken en verantwoordelijkheden ook bevoegdheden mee.' De Vries heeft naar eigen zeggen een heel eigen manier van leidinggeven. 'Ken je het boek De zeven eigenschappen van effectief leiderschap van Stephen Covey? Hij vergelijkt management met het runnen van een gezin. Als je een gezin kunt besturen, kun je ook manager zijn. Geweldig boek, echt een aanrader.'

BEGROTING 2017

Na de lunch staat er een vergadering onder de titel Commerciële Zaken 2017 op de agenda. Opvallend is dat er achter ieder agendapunt een bepaalde tijd staat. Zo mag het onderdeel 'Terugblik Heiday' twintig minuten duren, en is er voor de Omzet maar tien minuten ingeruimd. 'De begroting is al rond, dus daar kunnen we snel doorheen', legt De Vries uit.

Uit de cijfers blijkt dat met name de verzekeringen die online worden afgesloten hard groeien. 'Terecht', meent De Vries, 'want wij investeren daar volop in. Zo bellen we iedere klant die vandaag een verzekering sluit morgen op of alles klopt en alles naar wens is. Pure service dus en hoewel dat een dure hobby is, blijkt uit ons klanttevredenheidsonderzoek dat klanten het enorm waarderen. Daar gaan we dus voorlopig wel mee door.'

Opvallend laatste agendapunt is het item Suc-

cessen delen. 'Ik heb nooit een rondvraag. Dan zit iemand de hele vergadering weg te dromen en te wachten op de rondvraag om zijn punt te maken, terwijl het veel belangrijker is dat we de goede dingen delen.'

DIGITAAL

Laatste afspraak van de dag betreft een bijeenkomst met de complete afdeling Commerciële Zaken. 'Eén keer per kwartaal trek ik de hele club bij elkaar om de resultaten door te nemen. Ik vertel wat over targets en daarna komen de andere managers aan het woord. Alles moet kort - met maximaal twee sheets, maar liever één en dan ook nog liefst een plaatje - en tijdens de bijeenkomst herhaalt De Vries graag nog een keer de boodschap die hij al vaker heeft verteld: de toekomst is menselijk en digitaal.

'De tijd is echt voorbij dat een uitvaartverzekeraar alleen een polis opstuurt en de premie incasseert. Dat kan echt niet meer. Wij staan middenin de samenleving en moeten *awareness* creëren. Mijn kinderen voetballen. Pas vroeg ik iemand van het bestuur of er wel eens over is nagedacht wat de club moet doen als er een kind overlijdt. Er blijkt geen protocol te zijn en dus wil ik binnenkort graag om de tafel voor overleg. Wij moeten als uitvaartverzekeraars taboes doorbreken, helemaal in zo'n stoere mannenwereld. Had ik al verteld wat mijn motto is? Niet vinken, maar vonken.' <

Kastjes in de auto vertellen precies wie wanneer onveilig rijgedrag vertoont. Kennis over het menselijk lichaam geeft steeds meer inzicht in gezondheidsrisico's. Het gebruik van big data vergroot de voorspelbaarheid en verkleint de onzekerheid. Wat doen zulke ontwikkelingen met de solidariteit tussen groepen mensen? Past het aloude verzekeringsmodel van collectief risico's delen nog wel in de moderne maatschappij? Verzekeraar Gilbert Pluym, directeur bij De Onderlinge 's-Gravenhage, voert er een boeiend gesprek over met Anna Noyons van leen- en huurplatform Peerby.



ONDERLINGE 'S-GRAVENHAGE IN GESPREK MET PEERBY

‘Verzekeren is een vroege vorm van crowdfunding’

Een alledaags gesprek is het allerminst, noch voor Anna Noyons, noch voor Gilbert Pluym. Persoonlijk hebben ze een verschillende achtergrond en vertegenwoordigen ze een andere generatie. Werken doen ze in verschillende werelden. Pluym geeft leiding aan een onderlinge levensverzekeraar die al in de 19^e eeuw het levenslicht zag. Noyons is *chief product officer* bij een typisch 21^e eeuwse, hip internetplatform dat nog maar een handjevol jaren bestaat. Peerby is een internetmarktplaats voor het lenen en huren van gebruiksartikelen. ‘We willen een alternatief bieden voor het kopen van spullen.’ Naast de verschillen zijn er ook raakvlakken. Beiden vertellen vol passie over hun werk en denken graag na over hoe dingen beter kunnen. En hoe ze van elkaars praktijk kunnen leren.

Bijvoorbeeld rond het thema solidariteit. Willen mensen nog solidair zijn met elkaar? Als inzichtelijk is wie welke risico's loopt, komen er dan geen mensen buitenspel te staan? Staat solidariteit onder druk en wat betekent dat dan voor verzekeren? Pluym doet de aftrap: ‘Mensen kiezen er niet voor zich te verzekeren, omdat ze solidair willen zijn met anderen. Het komt voort uit eigenbelang. Door als groep de risico's te delen, is de eenling beter opgewassen tegen rampspoed. Als er één boerderij in brand vliegt, helpt het collectief bij de wederopbouw. Op die vorm van solidariteit is verzekeren gebaseerd.’

COMMUNITY

‘Het probleem is dat we dat met z'n allen een beetje vergeten lijken te zijn’, zegt Noyons.

‘Verzekeren is een *community-based* product. We helpen elkaar financieel als er iets gebeurt dat we zelf niet kunnen betalen. Eigenlijk een vroege vorm van *crowdfunding*. Dat betekent ook dat we bij misbruik de eigen gemeenschap benadelen. Maar we zien niet meer dat collectief waar we allemaal onderdeel van zijn, alleen nog die grote verzekeraars. En daarmee voelen we ons niet solidair.’

Dat beeld herkent Pluym maar al te goed. ‘Het heeft ook met onszelf te maken’, steekt hij de hand in eigen boezem. ‘Wij zijn geïnstitutionaliseerd, onderdeel van het establishment geworden. We hebben onszelf buiten de groep geplaatst. Klanten zien alleen maar de financiële transactie, het model dat erachter zit is volledig uit zicht geraakt. Wij hebben in het verleden te weinig aan onze deelnemers verteld hoe hun gedrag van invloed is op de rest van de gemeenschap. Voor veel mensen vertegenwoordigen verzekeraars een anonieme pot met geld waar ze toch geen invloed op hebben.’

‘Hier ligt dus echt een ontwerp opdracht voor verzekeraars’, oppert Noyons overtuigd. Ze trekt de vergelijking met Peerby, het platform dat ze zelf mede heeft vormgegeven. Stimuleren van pro-sociaal gedrag is het uitgangspunt, legt ze uit. Vragen als ‘Hoe betrokken voel ik me bij de mensen die mij toegang geven tot een product?’ en ‘Wat zijn de onderlinge mores waar iedereen zich aan dient te houden?’ staan op de voorgrond. ‘Alle nadruk ligt op het community-gevoel. In de hele transactie ben je er voortdu-



ANNA NOYONS: 'HET PERCENTAGE DAT ZICH SLECHT GEDRAAGT, IS HEEL KLEIN'



rend van bewust dat je daar onderdeel van bent. Dat geeft een bepaalde verantwoordelijkheid. De leendienst van Peerby dringt de individualistische behoeftebevrediging naar de achtergrond en haalt het beste in mensen naar boven.'

BURCHTEN

Pluym luistert met interesse naar de ervaringen bij Peerby, maar wijst ook op de grote verschillen tussen spullen delen en verzekeren. 'Een boormachine kun je vandaag lenen en morgen terugbrengen, maar aan een levensverzekeraar betaal je nu maandelijks een bedrag in het vertrouwen dat hij over dertig jaar uitkeert. Wij moeten lang op dat geld passen en zorgen dat we voldoende buffers aanhouden. Daarbij zijn we één keer in beeld bij de aankoop en één keer bij de uitkering; in de tussentijd zijn we vrijwel onzichtbaar.'

Toch valt in het klantencontact in de verzekeringssector nog best wat te verbeteren, erkent hij. 'We hebben juridische burchten opgetrokken om contracten waterdicht te maken. Alles om de risico's op misbruik maar zoveel mogelijk te vermijden. Dat draagt niet bij aan het community-gevoel, nee.'

RISICO'S

Peerby staat nog relatief aan het begin van de ontwikkeling, dus de vraag is wat er gebeurt als de groei verder doorzet. 'Maar', zegt Noyons, 'wij hebben juist in de beginfase veel over risico's nagedacht. Uiteindelijk hebben we welover-

wogen besloten ons systeem niet te optimaliseren voor hufters en bedriegers. Wij gaan uit van een positief mensbeeld. Verreweg de meeste mensen zijn te vertrouwen. En als er toch iets misgaat, vangen we de klappen zelf op. Airbnb doet hetzelfde. En dat gaat goed, omdat het percentage mensen dat zich slecht gedraagt heel klein is. Voordeel is dat het systeem heel open en toegankelijk is. Zo kunnen we een product aanbieden dat is gebaseerd op vertrouwen in plaats van op angst. Het mooie is: als mensen voelen dat ze worden vertrouwd, gaan ze zich ook zo gedragen. Je voelt je deel van die gemeenschap en zult het vertrouwen niet snel beschamen.'

'Vertrouwen en openheid: dat werkt ook positief binnen een bedrijf', vult Pluym aan. 'Wij zien dat het werk leuker wordt en we meer mensen aan ons binden naarmate we ons meer openstellen. Digitalisering en de toenemende zelfredzaamheid maakt dat mensen steeds meer zelf doen. Ze willen écht weten hoe het zit, nemen het niet meer zomaar aan.'

'Leg gewoon het verdienmodel op tafel', suggereert Noyons. 'Wij laten precies zien welk percentage van de inkomsten naar onszelf gaat en wat we daar mee doen. Als je eerlijk bent over dat soort dingen, blijkt het vaak ook veel moeilijker om het ermee oneens te zijn. Discussies en negatieve verhalen komen juist als je niet transparant bent over wat je doet.'

'Dat zien wij ook', zegt Pluym. 'Als je het eerlijke verhaal vertelt, loop je tegen minder weer-

stand aan. Zodra mensen het gevoel krijgen dat iets stiekem gebeurt, schieten ze in de wantrouwen-modus.'

VERTROUWEN

Community-gevoel, transparantie, uitgaan van het positieve in de mens: het zijn allemaal manieren om de solidariteit een impuls te geven. Maar, een belangrijk deel van het antwoord ligt volgens beiden in het bouwen aan de vertrouwensrelatie tussen verzekeraars en hun klanten. Noyons: 'Leg beter uit hoe verzekeren werkt, zodat klanten zelf het belang weer zien, solidair gedrag vertonen en niet meer vooral redeneren vanuit de vraag: hoe haal ik hier zelf maximaal financieel profijt uit?'

'De kunst is dat we ons als verzekeraars weer binnen de groep positioneren', concludeert Pluym. 'Wij faciliteren, maar staan niet buiten het systeem. Dat is voor ons de uitdaging. Hoe groter je wordt, hoe verder je af komt te staan van de community. Je gevoel voor lokale groepen zakt dan steeds verder weg.'

Noyons ziet in Airbnb een voorbeeld dat aantoonde dat het ook anders kan. Die organisatie opereert op wereldschaal en is gigantisch groot geworden. Peer2peer-ratings en recensies binnen het platform maken dat de mening van groepsgenoten een grote rol speelt in het succes van het product. 'Ook als verzekeraar kun je best de grote schaal handhaven die nodig is om risico's op te vangen, en daar toch het lokale gevoel aan toevoegen.' <

GILBERT PLUYM: 'WE ZIJN ONDERDEEL VAN HET ESTABLISHMENT GEWORDEN'





CAROL HALL, ASSOCIATION OF BRITISH INSURERS

‘We verlaten de EU, niet Europa’

Niemand geloofde dat het echt zou gebeuren, maar de Britten hebben gekozen. En hoe! Op 23 juni koos een kleine meerderheid (51,9%) voor uittreding uit de Europese Unie. Tot grote teleurstelling van de Association of British Insurers (ABI), dat echter benadrukt wel de EU, maar niet Europa te zullen verlaten.

Carol Hall is bij het Britse Verbond van Verzekeraars als Assistant Director/Head of European Affairs belast met de gevolgen van Brexit. Zij steekt haar teleurstelling niet onder stoelen of banken en voorspelt voorlopig vooral onzekerheid. Als ze de zoveelste vraag met ‘I don’t know’ moet beantwoorden, verontschuldigt ze zich. ‘Het wordt eentonig, maar als ik Brexit

met één woord zou moeten karakteriseren, zou dat onzekerheid zijn. We weten simpelweg niet wat er gaat gebeuren en hoe het gaat verlopen.’ Toch kan ze zo nu en dan ook om de situatie lachen. Nog voor de kerst mag ze met zwangerschapsverlof en het zou haar niet verbazen als ze na haar verlof weer zo in kan springen, omdat er ‘in die paar maanden tijd nog niks is veranderd’.

HEEFT DE UITSLAG VAN HET REFERENDUM JOU VERRAST?

‘Ja. En mij niet alleen. Uiteraard waren we bij de ABI voorbereid op allebei, maar eerlijk gezegd hadden we de Brexit niet verwacht. Zeker de laatste paar dagen voor het referendum leken we af te stevenen op blijven.’

TELEURGESTELD?

‘Ja, dat mag je wel zeggen. Wij hebben vooral de laatste tien dagen geprobeerd om onder meer samen met het Verbond de voordelen van blijven voor de verzekeringsbedrijfstak te benadrukken. Het heeft niet mogen baten.’

WAT ZIJN DIE VOORDELEN?

‘De eerste, en misschien wel belangrijkste, is dat Londen macro-economisch gezien het financiële centrum van Europa vormt. Het wordt als zodanig gezien en ook gebruikt door de vele Europese verzekeraars die actief zijn in de UK. Dat zorgt voor meer concurrentie en dus meer keuze voor de consumenten. Daarnaast is het voor Engelse verzekeraars natuurlijk een stuk makkelijker om zaken te doen. Het is altijd goed om

WAT IS EEN EUROPEES PASPOORT?

Een financiële onderneming die in een land van de Europese Unie en/of in Noorwegen en IJsland een vergunning heeft van de toezichthouder van dat land én in een van de andere landen producten of diensten wil aanbieden, moet zich laten registreren bij de toezichthouder van dat land. De onderneming krijgt dan een Europees paspoort, waardoor ze onder het toezicht van het land van herkomst valt.

deel uit te maken van een groter geheel. Dat vergroot je stem wereldwijd.'

EN NU? WAT BETEKENT BREXIT VOOR JULLIE LEDEN, DE ENGELSE VERZEKERAARS?

'Het is moeilijk om het ons voor te stellen, juist omdat er nog zo weinig zekerheid is. Maar, neem maar van mij aan dat het op ieders agenda staat. Iedereen is druk in de weer met de businessmodellen en werkt veelal met scenario's. Vooral verzekeraars die connecties hebben in de EU werken met een plan a, b, c en misschien ook wel een d. Ze moeten op dit moment vooral praktisch denken en klaar zijn voor 'almost anything'. Dat kan betekenen dat een Engelse verzekeraar straks een kantoor opent in Amsterdam, of een kantoor in New York koopt, of simpelweg blijft zitten waar hij zit.'

HEBBERN VERZEKERAARS DIE ALLEEN IN DE UK ZAKEN DOEN GEEN (PRAKTISCHE) PROBLEMEN?

'Goede vraag, lastig antwoord. Als de Britse economie wordt geraakt door Brexit, bijvoorbeeld op rentegebied, dan heeft dat gevolgen voor iedereen. Het hangt echter van je businessplan af hoe hard je wordt geraakt. Lloyd's is bijvoorbeeld een verzekeringsmarkt en maakt veel gebruik van Europese paspoorten voor haar internationale business. Dat zal moeten veranderen. Spelers als Lloyd's zullen met name moeten gaan kijken naar plan b.'

DE ENGELSE MARKT IS OP DIT MOMENT DE GROOTSTE IN EUROPA EN WERELDWIJD STAAN JULLIE OP DE DERDE PLAATS. GAAT DAT VERANDEREN?

'Weet ik niet. Die kans is er zeker, helemaal als verzekeraars vinden dat ze moeten verhuizen. Wij hebben echter ook veel verzekeraars die niet werken met Europese paspoorten. Voor hen gaat het werk eigenlijk gewoon door. Zij zullen ook minder bezorgd zijn over de langetermijneffecten, maar dat geldt natuurlijk niet voor onze Europees opererende leden. Hun (Europese) business zal zeker worden geraakt, maar ik durf niet te voorspellen hoe hard.'

WAT GAAT ER GEBEUREN MET DE CITY, DIE NU NOG ALS HÉT FINANCIËLE CENTRUM VAN EUROPA WORDT BESCHOUWD?

'Het wordt eentonig, maar ook dat weten we niet. Sommigen denken dat het wel zal verande-

ren, maar niet zal eindigen, terwijl anderen verwachten dat Londen juist internationaler zal worden. Zeker is dat er de nodige kapers op de kust zijn. Verzekeraars worden geregeld opgeroepen om hun handel te verhuizen naar Frankfurt en Parijs. Ik heb al de nodige advertenties gezien waarin Frankfurt en Parijs zichzelf aanprijzen als dé *Gateway to the EU*. Dat zou op het gebied van de regelgeving best zo kunnen zijn, maar ik vraag me wel af of er dan ook een dialoog mogelijk is. Vooralsnog ben ik er niet zo bang voor. We lobbyen hard, samen met de regering, om de gevolgen zoveel mogelijk te beperken.'

WAT KUNNEN JULLIE ER ZELF AAN DOEN?

'Allereerst moeten we ervoor zorgen dat ons eigen huis in orde is. De focus ligt dan op Engeland. En daarnaast moeten we proberen uit te vinden hoe en waar we Europa het beste kunnen treffen. Let wel, we verlaten de EU, niet Europa. Daarnaast zijn we hard op zoek naar wat we kunnen veranderen waardoor Engeland aantrekkelijk blijft als vestigingsklimaat. Het eerste dat me te binnen schiet, is Solvency II. Wij zaten met onze 'goldplated' regelgeving boven het niveau van de EU. Dat kunnen we straks gelijktrekken. We zullen niet onder het niveau gaan zitten, maar hoeven niet langer het braafste jongetje van de klas te zijn.'

BIEDT BREXIT NAAST BEDREIGINGEN OOK KANSEN?

'Lastig om dat op voorhand te zeggen, maar als de tekenen niet bedriegen, dan denk ik van wel.'

Onze grootste kansen liggen op het internationale vlak. Onlangs was er een Chinese delegatie in de UK voor een dialoog en onze minister is net in India op handelsdelegatie geweest. Wellicht zegt het genoeg dat wij sinds kort een *department for International Trade* hebben, dat zowel de handel als de internationale dialoog moet bevorderen.'

MERKEN ENGELSE VERZEKERDEN VEEL VAN BREXIT? WORDEN VERZEKERINGEN DUURDER?

'Dat weet ik niet. Een van onze eerste acties was om meteen de klanten te informeren. Zij kampen immers ook met die onzekerheid, maar er verandert van vandaag op morgen niet zoveel. Onze boodschap was dan ook: als je morgen of overmorgen van plan was op reis te gaan, gewoon doen. Op de wat langere termijn is die publieksvoorlichting een taak voor de individuele verzekeraars. Zij zullen hun klanten veel moeten uitleggen, wat Brexit in zijn algemeenheid betekent en wat het betekent voor de diverse verzekeringen. Daar hoort de prijs ook bij.'

MAKEN CONSUMENTEN ZICH ZORGEN?

'Ze wachten vooralsnog vooral af. En dat snap ik wel. Verzekeringen zijn bij ons, net als bij jullie, simpelweg dingen die je moet hebben voor je huis, je auto en op reis. Daar verandert op dit moment niet zo veel aan.'

ENGELSE VERZEKERAARS LOPEN VAAK VOOROP, ALS HET GAAT OM HET PROVISIEVERBOD EN TRANSPARANTIE, MAAR OOK ALS HET GAAT OM TECHNOLOGISCHE VOORUITGANG. WORDT DAT STRAKS ANDERS?

'Als wij geen deel meer zijn van de EU, hoop ik dat Europa gewoon doorgaat met innoveren. Er zijn zo ontzettend veel middelen om de klant centraal te stellen en hem echt te helpen, waaronder roboadvice, dat een verzekeraar wel gek zou zijn als hij er geen gebruik van maakt. Of wij echt vooroplopen, is niet aan mij om te bepalen. Dat mogen anderen doen. Zelf denk ik overigens dat sommige lidstaten het niet zo erg vinden dat we vertrekken, maar ik snap dat het voor Nederland minder leuk is. Zij raken een bondgenoot kwijt, maar dat geldt andersom natuurlijk net zo goed.'

'Iedereen werkt nu met scenario's'

‘We moeten mensen bewegen scherper te worden’

De politie in Gouda riep verzekeraars onlangs op meer te doen om het aantal woninginbraken terug te dringen. Zij moeten de premie verhogen of minder uitkeren als een slachtoffer van inbraak het raam heeft laten openstaan of de sleutel in het slot heeft laten steken, vindt teamchef Hans Blaauw. ‘Verzekeraars moeten hun verantwoordelijkheid pakken.’ Henk-Jan van Baak noemt dat plan echter ‘schieten met een kanon op een mug.’

HANS BLAAUW, TEAMCHEF POLITIE GOUDA:

‘Gouda is een stad met een serieus probleem als het gaat om woninginbraken. In de AD Misdaadmeter zijn wij zelfs tweede op dit gebied. Een woninginbraak is een van de ergste dingen die je kunnen overkomen. Ik ken mensen die daar een jaar later nog last van hadden. Niet alleen hier, maar in heel Nederland proberen we van alles om het aantal woninginbraken naar beneden te brengen. Dat lukt wel een beetje, maar niet structureel en met forse klappen. Wij roepen mensen al langer op om scherp te zijn en het inbrekers niet te gemakkelijk te maken. Toch zien we nog regelmatig het tegenovergestelde. Ter illustratie: de gemeente Gouda organiseerde laatst een informatieavond over inbraakpreventie. Zij liet een filmpje zien van een ex-woninginbreker die de wijk was ingetrokken om te kijken waar hij gemakkelijk binnenkwam. Gewoon overdag. Iedereen schrok van dat filmpje. Een deur stond gewoon open. Een raam op de eerste verdieping stond open, zodat je via een vuilnisbak gemakkelijk kon binnensluipen.

Als we willen dat het aantal woninginbraken drastisch daalt, dan moeten we mensen bewegen scherper te worden. Bijvoorbeeld doordat een verzekeraar zegt: we keren minder uit of we ver-

hogen de premie als iemand de sleutel in het slot heeft laten steken of het raam heeft laten openstaan. Wij vinden dat we van verzekeraars mogen verwachten dat ze hun verantwoordelijkheid pakken.

Samen met een collega heb ik een aantal polisvoorwaarden nagelezen, maar we hebben nergens gezien dat een verzekeraar niet uitkeert als de sleutel in het slot steekt. Er staat vaak slechts in algemene zin dat er niet wordt uitgekeerd bij nalatigheid. We zagen wel vaak terugkomen dat er niet wordt uitgekeerd bij een vulkaanuitbarsting. Wees daar concreter in. En ik denk dat het goed zou zijn om dit vervolgens heel breed te communiceren. Misschien wel samen met de politie.

Ja, verzekerden krijgen nu korting op hun premie als ze het Politiekeurmerk Veilig Wonen hebben. Maar onze ervaring is dat dit onvoldoende is. Je kan nog zo’n goed slot hebben, als je je sleutel erin laat steken, heb je er niets aan.’

Het terugdringen van het aantal woningbraken is echt niet alleen aan verzekeraars. Er zijn heel veel spelers: politie, gemeente, woningcorporaties. Maar ik constateer wel dat verzekeraars een grote rol kunnen spelen.’ <

‘Verzekeraar moet er zijn voor klant’

**HENK-JAN VAN BAAK,
VOORZITTER VAN HET NETWERK
CRIMINALITEITSPREVENTIE VAN HET VERBOND:**

‘Het voorstel van de politie Gouda is schieten met een kanon op een mug. Het is een onevenredig zwaar middel. De dekking van particuliere polissen is nu meestal erg ruim en verzekeraars handelen een claim vaak af zonder dat een schade-expert een uitgebreid onderzoek instelt naar de oorzaak. Als je de dekking bij onzorgvuldig handelen beperkt, moet je veel energie steken in het beoordelen van een schadeclaim. Dat zou een snelle afhandeling in de weg kunnen staan en hoge kosten met zich meebrengen. Verzekeraars zijn er juist om klanten te helpen als het tegenzit. Het zou onredelijk zijn niet thuis te geven wanneer de klant pech heeft en een keer vergeet zijn deur af te sluiten of zijn raam dicht te doen.

Ik betwijfel of een verzekerde zorgvuldiger wordt als hij in zijn achterhoofd heeft dat hij na schade door onzorgvuldigheid meer premie moet gaan betalen of dat ‘pech’ niet gedekt wordt. In het algemeen blijkt dat het belonen of straffen met een premiekorting of -toeslag nauwelijks motiveert om preventieve maatregelen te nemen. Verzekeraars geven vaak al een korting op de premie voor de inboedelverzekering wanneer een woning het Politiekeurmerk Veilig Wonen heeft. Maar alleen deze financiële prik-

kel is niet genoeg. De kosten van de veiligheidsmaatregelen die nodig zijn om het keurmerk te krijgen, zijn hoger dan de korting op een toch al lage premie.

De klant moet gewoon geen inbraak willen. Daar is bewustwording voor nodig.

Campagnes over inbraakpreventie gaan nu vaak over de technische mogelijkheden die mensen hebben om inbraak te voorkomen. De gevolgen van een inbraak worden zelden geschreven. Ik adviseer de politie en verzekeraars om bij preventiecampagnes veel meer de emotionele gevolgen van een inbraak te benadrukken: beste mensen, realiseer je goed wat er gebeurt als een onbekende je huis binnendringt. Denk aan het verlies van sieraden met bijzondere herinneringen of erfstukken van dierbaren. De inbreuk op je privacy die een inbraak heeft en de enorme ravage die vaak achterblijft. Maar ook het verlies van datagegevens doordat de laptop of tablet is meegenomen. Het feit dat je nergens aan mag komen tot het technisch sporenonderzoek is afgerond en je daarna nog alles moet opruimen, de gestolen spullen moet inventariseren en de schade moet laten herstellen. Dat alles wil je écht niet meemaken! Daar de nadruk op leggen, heeft veel meer effect dan financiële prikkels.’ <



‘De regels van het spel veranderen snel’

Nieuwe wet- en regelgeving, veranderende arbeidsmarkt, innovaties. Genoeg te beleven in de verzekeringsbranche. Dus waarom alles zelf verzinnen? In *Gluren bij de burens* kijkt Verzekerd! hoe anderen het doen. Dit keer: wat kunnen verzekeraars leren van een van hun eigen (grootste) spelers.

Jeroen Kruisdijk is Head of Strategic Projects bij Allianz en geldt als een specialist op het terrein van innovatie. Tijdens de innovatiesessie *Lessons from abroad* loodst hij in vloeiend Engels (‘een mooie erfenis van een jaar als kind in de VS’) de aanwezigen door het *global insurers perspective*. Op zoek naar het geheim van Allianz komen we in Rotterdam uit, op de twintigste etage van het kantoor aan de Coolsingel. Het uitzicht is fabuleus en Kruisdijk is er helemaal klaar voor. ‘Wat wil je weten?’

BOTTUM-UP OF TOP-DOWN?

We beginnen met de top. Wat is de beste methode om de toekomst tegemoet te treden en

de technologische vooruitgang te omarmen: bottom-up of top-down? Allianz heeft onder leiding van Oliver Bäte, de topman die sinds een jaar aan het roer staat, een zogenoemde *Renewal Agenda* opgesteld. En als je het aan Kruisdijk vraagt, heeft de Duitse verzekeraar onder zijn leiding de lat niet een beetje hoger, maar *sky high* gelegd. ‘Na een kleine vijftien jaar, waarin Allianz stabiel door de nodige crises, waaronder de internetbubble, de gevolgen van 9/11 en de financiële crisis is geloodst, legt Bäte de focus behoorlijk op vernieuwing. Er is echt een enorme verandering gaande. Tegelijkertijd was die wil om te veranderen er onder het personeel al. Die combinatie werkt ook het beste: je hebt

'JE KUNT NIET OP ÉÉN PAARD WEDDEN. DAT IS VEEL TE RISKANT'

een signaal van de top zeker nodig om alles in beweging te krijgen, maar vernieuwing komt van twee kanten.'

VOOR- EN NADELEN

Allianz is een wereldwijde speler. Het bedrijf is groot en soms ook log. Tijdens de innovatiesessie vergeleek Kruisdijk Allianz met een olietanker. Wat zijn de belangrijkste voor- en nadelen? 'Als wij in Nederland iets doen, kan dat wereldwijd effecten hebben op ons merk. En zolang we onder de radar blijven, kan er veel en kan het ook snel, maar zodra we zichtbaar worden, kan onze corporate cultuur vertragend werken. Ik noem dat proces wel eens "van experiment naar productie". Wij zijn een Duits bedrijf en dat houdt in dat we waarde hechten aan transparante en zorgvuldige processen, die soms langer kunnen duren dan je zou willen, maar wel noodzakelijk zijn. Dat is een nadeel bij innovatieprocessen.'

Het grootste voordeel van de omvang heeft wat hem betreft betrekking op de snelheid waarmee de ontwikkelingen gaan. 'De regels van het spel veranderen heel snel. Voor een kleine verzekeraar kan het lastig zijn om dat tempo bij te benen. Wij kunnen als groep de meest getalenteerde mensen aantrekken. Laten we wel zijn, een uitermate getalenteerde data-analist kan kiezen waar hij gaat werken. Bij Apple, Google of een financiële instelling? Allianz hoort bij de honderd sterkste merken ter wereld. Dat helpt.' Daarnaast kan een grote verzekeraar makkelijker geld en middelen vrijmaken, benadrukt Kruisdijk. 'Neem als voorbeeld Big Data, waarvoor wij als groep vijfhonderd miljoen investeren in eigen oplossingen, inclusief het opbouwen van interne kennis en kunde: onze Global Digital Factory. Dat is een investering die je als gemiddelde lokale verzekeraar niet zo makkelijk zou kunnen doen, maar die ons wel in staat stelt om te kijken hoe onze vestigingen in andere landen het doen, wat wij daarvan kunnen leren en vice versa. Dat is een mooi schaalvoordeel dat niet makkelijk te kopiëren is.'

PRAKTIJKVOORBEELD

Als voorbeeld noemt hij de autoverzekering. 'Wij willen heel nadrukkelijk de klantreis verbeteren en zetten niet het product, maar de klant-

behoefte centraal. Wij hebben onze autoverzekeringen die wij onder verschillende labels en via diverse distributiekanaalen verkopen, uitgebreid getest. Daar hebben we van geleerd dat een lagere prijs wel wordt gewaardeerd, maar minder effect heeft op de klantbeleving dan we dachten. Uiteindelijk hebben we vooral aan de vormgeving en presentatie van ons aanbod gewerkt. De inhoud verandert daar niet door, maar de effectiviteit van de website is enorm verbeterd. Ik wil geen percentages noemen, maar de verbeteringen zijn uitzonderlijk. Daaruit blijkt dat de klantreis veel meer wordt bepaald door de wijze waarop je de informatie presenteert dan door het aanbod zelf. Dat is voor ons als verzekeraar relatief nieuw, maar we moeten snel leren. Een bedrijf als Booking.com, dat vanaf de start technologie in de kern van het bedrijf heeft, zet hele teams in om één pagina te optimaliseren.'

PARTNERSHIPS

Een van Kruisdijk's mooiste uitspraken tijdens de eerdere sessie in Dongen had te maken met wat hij 'Quite a change' noemde: vroeger deden we alles zelf en waren we teleurgesteld als een product niet aansloeg. Nu zijn we uit onze schulp gekropen en zoeken we naar de juiste partners. Dat vereist een totaal andere manier van denken. Hoe anders? 'We moeten op een andere manier naar de wereld (leren) kijken. We

kunnen de disruptie afwachten of we kunnen onszelf opnieuw uitvinden als verzekeraar. Wij kiezen voor dat laatste en zijn op zoek gegaan naar partners op vijf gebieden: mobiliteit, huis, gezondheid, *insurtech* en *cybersecurity*. In de afgelopen tien, vijftien jaar tijd is onze innovatiefocus verlegd van nationaal, via Europees naar wereldwijd. En dat ook nog eens met totaal andere focus. Vroeger hadden we genoeg aan een werkgroep met financiële medewerkers. Later kwamen daar de IT-ers voor in de plaats en tegenwoordig stellen we vooral teams samen met klantgerichte mensen van allerlei disciplines die de wereld overgaan in hun zoektocht naar innovaties.'

MEERDERE PAARDEN

In die wereldwijde zoektocht is het vooral van belang dat er op meerdere paarden wordt gewed. Of, zoals Kruisdijk, het verwoordt: 'er mag zo nu en dan wat mislukken. Neem als simpel voorbeeld een project op het gebied van *connected home*. Wij zijn op dat terrein op zoek naar de juiste camera voor in huis. Tegenwoordig testen we exemplaren van meerdere fabrikanten, van *startup* tot gerenommeerd electronicabedrijf. Dat betekent sowieso dat het grootste deel van wat we testen uiteindelijk niet door ons zal worden gebruikt en zo'n manier van werken was niet al te lang geleden ondenkbaar. Dan gingen we op zoek naar die ene camera, met alle eisen die wij daarvoor zelf hadden opgesteld. Desnoods zouden we 'm laten maken. Hetzelfde geldt min of meer voor de volgende fase van de *connected cars*. We weten dat die er komt, maar hoe en wanneer precies is nog niet duidelijk. En dus werken we met veel partners samen. Om te voorkomen dat we misgrijpen, maar eerlijk gezegd ook omdat veel van die partners iets heel goed kunnen en waarde voor onze klanten toevoegen. Daar is bij ons vandaag de dag alles om te doen: voegt het waarde toe voor de klant? Als dat zo is, zijn we niet te kieskeurig. Je kunt niet op één paard wedden. Dat is veel te riskant.' <

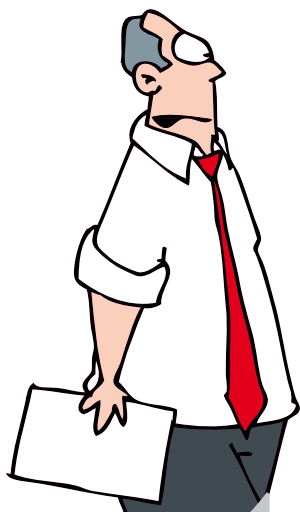
Meer weten over de Renewal Agenda en de diverse technieken om met innovatie om te gaan (global to global, global to local, local to local en local to global)? Kijk dan op de website van Allianz.

TIPS VAN ALLIANZ:

1. Weet waar je goed in bent en gooi dat niet zomaar weg. Ga geen onnatuurlijke dingen doen!
2. Wed niet op één paard, maar op meerdere tegelijk.
3. Leer van je mislukkingen; die horen er ook bij.
4. Zet niet langer je businesscase voorop, maar je innovationcase.
5. Focus op Big Data!

CALAIS WAS TOCH ONTRUIMD?
WAAR STAAN ZE NU DAN VAST?

KORNWERDERZAND. EEN
KAMP VAN FRIEZEN DIE
NAAR DE RANDSTAD WILLEN



www.pathuis.nl

Verstekelingen spelen vervoerders parten

Nederlandse transporteurs lijden miljoenen euro's schade door illegale migranten die als verstekeling aan boord van vrachtauto's proberen te komen. Met de ontruiming van de grootste hotspot, de jungle bij Calais, lijkt de grootste druk van de ketel. Maar of de problemen daarmee voorbij zijn, is afwachten.

Bij Boom Transport zullen ze de afgelopen anderhalf jaar niet zo snel vergeten. Het familiebedrijf uit Venray rijdt al sinds de jaren 80 op Engeland, maar de laatste tijd was dat op z'n zachtst gezegd een uitdaging. Illegale migranten die bij Calais en masse aan boord van vrachtauto's probeerden te komen om de oversteek naar Groot-Brittannië te maken, zorgden voor dreigende situaties en enorme vertragingen. 'Op een gegeven moment stond het water ons tot aan de lippen', zegt Boy Boom, de vierde generatie Boom in het bedrijf.

Verstekelingen zijn er volgens hem altijd geweest. 'Af en toe vond je er een. Maar als transporteur hadden wij er nooit echt last van.' Dat veranderde toen er in 2015 een enorme vluchtelingenstroom naar Europa op gang kwam – uit Syrië, maar ook uit andere landen. Het illegale kamp bij Calais, de jungle, barstte door het toegenomen aantal bewoners zowat uit zijn voegen. Volgens sommige schattingen zaten er op een gegeven moment 10.000 personen.

YOUTUBE

Boom vertelt dat de migranten hun aandacht aanvankelijk richtten op de terreinen van de ferry's en de Eurotunnel, die ze regelmatig bestormden. Toen die beter werden beveiligd, verplaatsten de problemen zich naar de wegen daarnaartoe. In talrijke filmpjes op YouTube is te zien hoe groepen migranten brand stichtten op de snelweg of vrachtauto's bekogelden met stenen, alles om ze maar tot stilstand te brengen en er binnen te kunnen dringen. Halverwege 2015 was er zelfs enkele dagen helemaal geen transport mogelijk via het nauw van Calais. Boom: 'Het was gewoon oorlog.' Nee, er wisten de afgelopen jaren geen vluchtelingen de vrachtwagens van Boom Transport binnen te dringen. Het bedrijf verzorgt gecondi-

tionieerd transport. Dat betekent dat de trailers sowieso goed zijn afgesloten. En omdat het risico op verstekelingen al veel langer bestaat, nam Boom Transport al lang geleden extra veiligheidsmaatregelen. Een flinke pin in de deur van de cabine, een extra beugel op de palletkist onder de trailer en een extra zwaar slot op de deur van de trailer. 'Daar kom je alleen met een snijbrander of hele zware slijptol in', zegt Peter Boom, de vader van Boy.

BEDREIGD

Dat betekent niet dat het voor de chauffeurs een pretje was om via Calais te rijden. Meerdere auto's werden bekogeld met stenen, er werd met stokken op voertuigen geslagen en een chauffeur werd bedreigd met een mes. Maar ook zonder incidenten was de situatie bedreigend. 'Stel je voor: je schuift zes uur lang aan in de file. En zes uur lang zwerven er groepen van dertig, veertig man om je auto heen die er in, onder of op proberen te klimmen. Je kunt alleen maar blijven zitten en met lede ogen toezien wat er gebeurt', zegt Peter Boom. 'Los daarvan weet je als chauffeur van tevoren al dat je uren en uren stilstaat, of er nu iets gebeurt of niet. Dat gaat gewoon frustreren', vult zoon Boy aan. Drie van de veertig chauffeurs van Boom Transport namen het afgelopen anderhalf jaar ontslag vanwege de situatie bij Calais.

BOY BOOM: 'HET WAS GEWOON OORLOG'



Daarnaast betekenden de vele vertragingen, veroorzaakt door de acties van migranten én de uitgebreide controles, hogere kosten. 'De chauffeurs staan daar niet voor hun plezier. De loonkosten lopen gewoon door', legt Peter Boom uit. 'Tot grote financiële problemen heeft dat gelukkig nog niet geleid. Wij zijn een gezond bedrijf, maar zonder de problemen bij Calais hadden we een beter jaar gehad.'

MILJOENENSCHADE

Het verhaal van Boom Transport staat niet op zichzelf. Nederlandse transporteurs rijden dagelijks zo'n 500 keer naar het Verenigd Koninkrijk en zestig procent van die ritten gaat via Calais, blijkt uit cijfers van het CBS. Zij vervoeren vooral landbouwproducten en levensmiddelen. 'De problemen bij Calais hebben dan ook grote economische gevolgen gehad', zegt Héléne Minderman, beleidsadviseur bij Transport en Logistiek Nederland (TLN). De brancheorganisatie berekende dat de economische schade door Calais vorig jaar € 150 miljoen bedroeg. De meeste schade ontstaat door vertraging (37,4%) en omzettering (35,1%). Daarnaast is er sprake van schade aan voertuigen, schade aan ladingen en boetes van de UK Border Force, omdat er een verstekeling in de vrachtwagen wordt aangetroffen. Het hoogste schadebedrag dat een bedrijf meldde, bedroeg maar liefst ➤

HÉLÈNE MINDERMAN: 'ZORGEN OM EEN WATERBEDEFFECT'



GEEN GROTE STIJGING AANTAL CLAIMS

Transporteurs ondervinden op verschillende manieren schade door de problemen bij Calais en elders. Tegen sommige risico's kunnen ze zich verzekeren. Schade aan vrachtwagens kan worden afgedekt met een motorrijtuigenverzekering. Een vervoersaansprakelijkheidsverzekering dekt schade aan de lading waarvoor de transporteur aansprakelijk is. Sommige schade is niet te verzekeren. Denk aan hogere kosten of verlies van opdrachtgevers.

Hoewel transporteurs volgens TLN veel schade hebben, lijkt dit zich niet te vertalen in een sterk gestegen schadelast. 'Onze indruk is dat het aantal meldingen van schade door illegale meevalt', laat TVM, de grootste transportverzekeraar van Nederland, weten. Ook Delta Lloyd ziet geen grote stijging van het aantal claims, maar dat komt ook doordat deze verzekeraar een beperkt aantal vervoerders die naar Engeland rijden in portefeuille heeft, zegt Anneke Kooiman, branchemanager Transport bij Delta Lloyd en voorzitter van het platform Transport van het Verbond.

TVM zegt wel met enige regelmaat vragen over de situatie bij Calais te krijgen. Volgens de transportverzekeraar zijn vooral transporteurs of eigen rijders die maar af en toe op Groot-Brittannië rijden niet of slecht op de hoogte van de regels over het voorkomen dat vluchtelingen toegang tot het voertuig krijgen. 'Sommigen vragen vooraf om informatie, anderen worden er pas bij een gebeurtenis mee geconfronteerd en komen dan met vragen.'

EIGEN RISICO

Hoe dat verschil tussen de werkelijke schade en het aantal claims te verklaren is? Een mogelijke verklaring is volgens Minderman het eigen risico, dat al gauw een paar duizend euro bedraagt. 'Als je een klein beetje schade hebt, betaal je dat als transporteur zelf.' Een andere verklaring kan zijn dat de schade voor Nederlandse vervoerders vooral bestaat uit hogere kosten of het verlies van klanten. Dat verzekeraars geen hausse aan claims zien, betekent niet dat ze niet betrokken zijn bij de situatie van hun klanten. Zo besteedde TVM aandacht aan Calais op zijn website, in het eigen magazine en op social media. Verder heeft de transportverzekeraar de checklist van de UK Border force in het Nederlands op zijn site geplaatst. Anneke Kooiman vroeg interna-

tionaal aandacht voor het probleem, onder meer bij de internationale koepelorganisatie voor transportverzekeraars IUMI.

TLN roept verzekeraars op ook te kijken naar het eigen risico. Nu geldt er voor transporteurs een eigen risico per gebeurtenis. 'Als er tien keer iets gebeurt, dan krijg je tien keer dat eigen risico voor je kiezen. Dat is best fors', zegt Minderman. Zij vraagt verzekeraars hiervan af te zien als een transporteur alle benodigde veiligheidsmaatregelen heeft genomen. Het Verbond wijst erop dat iedere verzekeraar daarin zijn afwegingen maakt.

SPANNINGSVELD

Overigens lost een verzekering de problemen voor een transporteur niet altijd volledig op. Logistieke aansprakelijkheidsverzekeringen zijn gebaseerd op het internationale verdrag CMR. Daarin staat wanneer een vervoerder aansprakelijk is voor schade aan zijn lading en voor welke maximale bedragen. Het komt voor dat die maxima lager zijn dan de werkelijke schade. De verzekeraar keert dan niet de volledige schade uit. Ook denkbaar: bij aankomst blijken er vluchtelingen in een trailer met etenswaar te zitten. De ontvanger van de goederen weigert de lading dan, ook al is er geen schade te zien. Maar een verzekeraar keert vaak pas uit bij zichtbare schade. Hoewel hij dat feitelijk gezien niet verplicht is, kan een vervoerder zich in zulke situaties toch gedwongen voelen om de volledige schade te vergoeden om zijn klant te vriend te houden. 'Dat is een commerciële keuze', zegt Boy Boom van Boom Transport. Minderman: 'De vervoerder zit in een spagaat. Dat is een heel naar spanningsveld.'



► € 3,8 miljoen. En dat is alleen nog maar de schade door Calais. Ook elders in Europa hebben Nederlandse transporteurs last van de vluchtelingenproblematiek. Bijvoorbeeld door de tijdelijke grenscontroles die landen als Oostenrijk, Duitsland en Denemarken hebben ingesteld om de stroom vluchtelingen onder controle te krijgen. Ook daar staan vrachtwagens nu in de file.

ONTRUIMING

Eind oktober van dit jaar werd het kamp bij Calais ontruimd, iets waar TLN al geruime tijd voor had gepleit. Niet alleen vanwege de belangen van de transportsector. 'Ook vanwege de mensonterende omstandigheden in het kamp', zegt Minderman.

Vraag is: zijn de problemen nu echt voorbij? De jungle werd al eerder ontmanteld, maar herrees toen steeds weer binnen de kortste keren. Een belangrijk verschil is dat de Franse autoriteiten dit keer de bewoners hebben geregistreerd en hen hebben overgebracht naar asielzoekerscentra door heel Frankrijk.

De eerste tekenen zijn dan ook positief. TLN heeft van transporteurs gehoord dat de situatie bij Calais aanzienlijk is verbeterd. Ook de chauffeurs van Boom Transport hebben geen



problemen meer gehad. Toch blijft het afwachten. 'Als er niet heel stringent gehandhaafd wordt, dan komt het weer terug', zegt Minderman.

WATERBEDEFFECT

Een ander risico is dat het probleem zich verplaatst naar andere plekken. Minderman: 'Onze zorg is dat er een waterbedeffect optreedt en steeds meer migranten via Belgische en Nederlandse zeehavens naar de overkant willen.' Er zijn signalen dat dit geen ongegronde vrees is. De Koninklijke Marechaussee maakte onlangs bekend dat zij in de eerste negen maanden van dit jaar 840 illegalen heeft aangetroffen die via Nederlandse havens Groot-Brittannië probeerden te bereiken. Een flinke stijging ten opzichte van de 500 personen in heel 2015. De meeste mensen, zo'n 450, werden dit jaar aangetroffen in Hoek van Holland, gevolgd door Europoort (180) en IJmuiden (10). Dat er in

Nederland een tentenkamp ontstaat, verwacht Minderman niet. 'De Marechaussee is echt aanwezig. Af en toe duikt er ergens een tentje op, maar dat wordt dan gelijk weggehaald.'

100 PROCENT-CONTROLES

Naast de ontruiming van de jungle deden autoriteiten en bedrijven de afgelopen tijd nog veel meer om de overlast door verstekelingen tegen te gaan. De Eurotunnel investeerde bijvoorbeeld fors in vergroting en beveiliging van het eigen terrein en een snellere doorloop. Maar volgens TLN zijn meer maatregelen nodig. Zo pleit de brancheorganisatie voor 100 procent-controles in alle zeehavens met afvaarten richting Engeland. Er zouden veel meer scanners moeten worden geplaatst, zodat alle vrachtauto's kunnen worden gecontroleerd. Verder moeten transporteurs en chauffeurs bij wie een verstekeling wordt aangetroffen 'niet meer worden behandeld alsof het criminelen zijn' en bestraft wor-

SCHADE DOOR 'CALAIS', EEN OVERZICHT:

- Totale schade Nederlandse transporteurs in 2015: € 150 miljoen
- Grootste schadeposten: vertraging (37,4%) en verlies van omzet (35,1%)
- Hoogste schade gemeld door bedrijf: € 3,8 miljoen
- Stilstandschade toen problemen het grootst waren: € 450 per dag per vrachtwagen

den met hoge boetes, omdat zij vaak ook machteloos staan. En de routes naar Calais moeten goed gemonitord en beveiligd worden, ook in Nederland en België, vindt TLN.

Transporteurs en chauffeurs kunnen zelf ook het nodige doen. TLN roept chauffeurs op de UK Code of Practice strikt na te leven. Daarin staan beveiligingsmaatregelen die moeten worden genomen om een boete door de UK Border Force te voorkomen. De brancheorganisatie adviseert vervoerders na iedere tussenstop het voertuig compleet te checken. Daarnaast heeft de Marechaussee meldformulieren voor chauffeurs in twintig talen ontwikkeld. Als een chauffeur ziet dat illegalen ergens in een vrachtwagen proberen te klimmen, dan kan hij dat met zo'n formulier, maar ook op andere manieren, melden bij TLN. Die geeft het dan weer door aan de Marechaussee. Zo wordt voorkomen dat er ook in Nederland hotspots ontstaan.

HECHTER TEAM

Bij Boom Transport is de rust sinds de ontruiming van Calais weer enigszins teruggekeerd. 'Wat ons er doorheen heeft gesleept, is dat we zo'n hecht familiebedrijf zijn', blikt Boy Boom terug. 'Er is geen chauffeur geweest die zei: "ik ga niet". Dat heeft ons als bedrijf door die periode heen getrokken. Er is veel gebeurd, maar dat heeft ons ook tot een hechter team gemaakt.' <



**ANNEKE KOOIMAN:
'GEEN GROTE STIJGING VAN
AANTAL CLAIMS'**



Titus Visser is directeur van de Stichting Aanpak Voertuigcriminaliteit en van NL Confidential (bij het publiek beter bekend als Meld Misdaad Anoniem).

Hoe kijken mensen buiten de bedrijfstak tegen verzekeraars aan? Wat zouden ze willen veranderen in de branche en hoe zijn hun ervaringen met verzekeraars? We vroegen het dit keer aan Titus Visser.



'MEER INVESTEREN IN FRAUDEBESTRIJDING'

1.

WELK RAPPORTCIJFER GEEFT U VERZEKERAARS?

'Een 7. In de dienstverlening zijn enorme stappen gezet om het de klant makkelijker te maken. Zo vind ik het erg handig dat ik online, wanneer ik het wil, inzicht heb in diverse gegevens, waaronder mijn pensioen.'

2.

WELKE VERZEKERING ZOU U NIET WILLEN MISSEN?

'Mij is altijd geleerd dat ik alleen de risico's moet verzekeren die ik niet zelf kan dragen. Als ik er één zou kunnen missen, had ik 'm niet moeten afsluiten. Dus geen één.

Nee, dat is flauw. Ik snap wat je wilt. De echte klappers zitten natuurlijk bij zorg en aansprakelijkheid, maar ik wil en kan ook het risico van mijn huis en inboedel niet zelf dragen.'

3.

WAT MERKT U VAN DE VERNIEUWING?

'Heel veel. Online kan ik veel zelf regelen, en dat vind ik prettig. Hoe sta ik ervoor? Wat is de stand van zaken van mijn lijfrente? Zeker bij polissen die iets te maken hebben met mijn toekomstige inkomsten is het fijn dat de informatie zo toegankelijk is. Ik hoef niet te wachten op een overzicht dat eens per jaar in de bus valt, omdat ik altijd toegang heb. Een prettig idee.'

4.

WAT IS OP DIT MOMENT HET MEEST HEIKELE PUNT IN DE STRIJD TEGEN AUTOCRIMINALITEIT?

'Dat de wereld dusdanig in beweging is dat auto's straks vol in het internet hangen. Daarmee bedoel ik dat voertuigcriminaliteit en cybercrime elkaar nadrukkelijk gaan raken. De *connected car* hangt nu al in de cloud. Zo zien we in toenemende mate auto's die je via een appje kunt bedienen. Even kijken waar die ook al weer geparkeerd stond, de verwarming vast aanzetten. Dat soort handelingen biedt gemak voor de gebruiker, maar brengt ook de nodige risico's met zich mee. Denk maar aan het hacken van auto's. Er zijn al veel voorbeelden in Amerika bekend en je hoeft geen glazen bol te hebben om te voorspellen dat het erger wordt als er meer van dergelijke auto's komen. Ik acht het zelfs niet ondenkbaar dat je je auto start en in je scherm een bericht krijgt: "uw auto is gehackt, maak eerst zoveel bitcoins over voordat u verder kunt". In de publiek-private sfeer zullen we de komende jaren dan ook goed moeten samenwerken om te voorkomen dat we de grip kwijtraken.'

5.

WAT ZOU U DOEN ALS U AAN HET ROER ZOU STAAN BIJ EEN VERZEKERAAR?

'Ik zou fors meer gaan investeren in de fraudebestrijding. Mijn beeld is dat verzekeraars nu te veel sturen op kosten, terwijl ik denk dat ze die extra investering dubbel en dwars terugverdienen. Zeker als ze Big Data en andere informatiebronnen aanwenden om kritisch(er) te kijken naar de acceptatie en de schadeclaims. Daarnaast zou ik me hard maken om als branche meer te investeren in systemen die fraude-analyses ondersteunen. Als je het mij vraagt, is er nog veel winst op dat terrein te boeken.'

In 2015 hebben in ons land
130 grote branden *gewoed,*
die voor meer dan 700 miljoen schade hebben gezorgd.

Vrouwen zijn gemiddeld **10,3 dagen ziek**,
terwijl mannen na 9,7 dagen weer op de been zijn.

Ruim drie op de vijf Nederlanders tussen de 22 en 66 jaar schatten
*het moment waarop ze **AOW** zullen krijgen te vroeg in.*

ZEVEN VAN DE TIEN MENSEN WILLEN EEN
LAGERE PREMIE
ALS ZE GOED VOOR HUN SPULLEN ZORGEN.

Nederland is naar de vierde plek gestegen op de wereldranglijst van
duurzame pensioensystemen. Op de eerste plaats
staat Australië, gevolgd door Denemarken en Zweden.

Verzekeraars krijgen gemiddeld **283** brandclaims per dag.

Iets meer dan de helft van de Nederlanders (54 procent) wil
data delen in ruil voor minder premie.

Via de gemeentepolitiek kwam ze, na een tussenstop bij Provinciale en Gedeputeerde Staten, in de Tweede Kamer terecht. En via Den Haag ging ze twee jaar geleden naar Brussel. Cora van Nieuwenhuizen, die onder meer rapporteur FinTech is, voelt zich in Europa als een vis in het water. 'Als ik er iets aan kan doen om de financiële sector weer saai te maken, zal ik dat niet nalaten.'

Van Nieuwenhuizen is een hartelijke en sprankelende persoonlijkheid. Ze straalt zelfvertrouwen uit en bruiст van de energie. 'Ik heb het graag druk en doe het liefst tien dingen tegelijk. Ik wil gewoon niks missen. Als kind was ik al zo'n stuiterballetje. Het etiket ADHD bestond toen nog niet, maar anders had ik dat misschien wel gekregen.'

Het gesprek vindt plaats bij het DE-café op Rotterdam Centraal, op loopafstand van haar huis. Van Nieuwenhuizen is min of meer terug op het oude nest, nu ze naast een huis in Oisterwijk ook een woning in Rotterdam heeft. 'Die combinatie is geweldig. Ik vind het heerlijk om in zo'n drukke stad te leven, maar het is ook lekker om de stad even te ontvluchten en de rust van de Brabantse bossen op te zoeken. Ik prijs me gelukkig dat ik dat kan doen.'

Van Nieuwenhuizen heeft nooit een geheim gemaakt van haar liefde voor Rotterdam, en voor Feyenoord. 'Ik heb tot mijn vijfde in Ridderkerk gewoond en heb me wel eens laten vertellen dat je taatgevoel in die eerste jaren ontstaat. Dat zou verklaren waarom ik altijd zo vrolijk word van het Rotterdams.' Het is het zangerige in de taal en de no-nonsense van het voetbal die haar zo aanspreken. 'Ik heb heel wat zaterdagmiddagen met mijn drie zonen op het voetbalveld doorgebracht.'

Nog steeds is ze verslingerd aan het spelletje. 'Ik kijk graag naar voetbal op tv, naar Studio Sport, maar lees ook alle voetbalboeken. Gijp, Boskamp, ik heb ze allemaal gelezen. En ik ben al dertig jaar lid van de supportersvereniging van Feyenoord. De laatste jaren heb ik weer een seizoenkaart, samen met mijn man. De sfeer is geweldig, dit seizoen natuurlijk helemaal. We zijn bij iedere thuiswedstrijd van de partij, komen steeds dezelfde mensen in het vak tegen en hebben de grootste lol. Die Rotterdamse humor is toch heerlijk om mee te maken?'

INTERNATIONAAL

In juli 2014 maakte Van Nieuwenhuizen de ommezwaai van de Tweede Kamer naar Brussel en ('helaas ook') Straatsburg. 'Omdat mijn kinderen op een leeftijd waren dat ik niet meer per se thuis hoefde te zijn, leek het me wel leuk om te kijken of ik ook in Europa een deuk in een pakje boter kon slaan.'

Als je de politieke loopbaan van Van Nieuwenhuizen bekijkt, dan lijkt het erop of alles van een leien dakje is gegaan. Ze ging in Oisterwijk wonen, zag een advertentie in een lokaal krantje voor de achterbanvergaderingen van de VVD en ze meldde zich aan. Voor ze er erg in had, zat ze in een commissie. Een paar jaar later in de gemeenteraad. En nog weer later combineerde ze haar raadszetel met een plek in de Provinciale Staten van Brabant en werd ze aansluitend Gedeputeerde. In 2010 wordt ze lid van de Tweede Kamer, eerst met de gevoelige portefeuille Asiel, Migratie en Integratie en in het kabinet Rutte II wordt ze onder meer voorzitter van de vaste Kamercommissie voor Financiën. Als dochter van een bankier voelt ze zich bijna moreel verplicht om de financiële sector weer saai en degelijk te maken. 'Mijn vader, die helaas niet meer leeft, heeft zijn hele leven bij ABN AMRO gewerkt. Toen het boek *De Prooi* uitkwam, heeft hij daar veel last van gehad. Hij was zo teleurgesteld. Mijn vader was een nuchtere en eenvoudige man en als ik er iets aan kan bijdragen om de sector weer saai te maken, zal ik dat niet nalaten. Ik denk bij alles wat ik doe: wat zou pa daar van hebben gevonden? Zo ben ik in het Europees Parlement onder meer rapporteur geweest met betrekking tot Libor en Euribor. Ik weet zeker dat hij daarover uit zijn vel zou zijn gesprongen. Het is ook te gek dat er geen transparantie-eisen waren voor dergelijke benchmarks en ik vind het wel mooi dat het me is gelukt om in Europa wetgeving tot stand te brengen.'

BREXIT

Ze noemt het een groot voordeel dat ze in de gemeentepolitiek is begonnen en van daaruit verder is doorgroeid. 'Het politieke handwerk is overal hetzelfde, maar mijn eerste politieke les - gelijk hebben is iets heel anders dan gelijk krijgen - heb ik toch echt in de gemeentepolitiek gehad.'

Het grote verschil tussen Den Haag en Brussel zit 'm volgens haar met name in de massaliteit en complexiteit. ►

CORA VAN NIEUWENHUIZEN, EUROPARLEMENTARIËR VVD

‘Ik
wil
gewoon
niks
missen’,

- 'Moet je nagaan, we zitten in Brussel met een parlement van 750 mensen uit 28 landen, met diverse talen en allerlei verschillende culturen. Ja, ook politieke culturen. Dat is soms best complex hoor.'

Ze zit nu ruim twee jaar in het Europees Parlement en heeft haar draai daar wel gevonden. 'Bij een nieuwe uitdaging hoort dat je een nieuw netwerk opbouwt en weer veel nieuwe mensen ontmoet. Dat is altijd even wennen, maar wel erg leuk.'

En uiteraard heeft ze als Europarlementariër een mening over Brexit. 'Naast dat het gewoon heel jammer is, verliest Nederland een waardevolle bondgenoot. We hebben dezelfde handelsgeest en delen dezelfde humor. Ik ben blij dat het laatste IORP-voorstel, een Europese Pensioenfondsrichtlijn, nog net onder ons voorzitterschap erdoor is gekomen. Als Engeland straks wegvalt, is er immers geen ander land meer met een pensioenstelsel dat op het onze lijkt.'

FINTECH

Momenteel is ze onder meer rapporteur voor FinTech. Dat initiatief komt bij haarzelf vandaan. 'In het Europees Parlement was iedereen nog heel nadrukkelijk bezig met het voorkomen van de vorige crisis. Terugkijken dus, terwijl er nu zo ontzettend veel tegelijk gebeurt op technologisch gebied en we vooral vooruit moeten.'

Ze heeft geen fascinatie voor de techniek zelf, maar wel voor wat je ermee kunt. 'Neem blockchain, robotisering, Kunstmatige Intelligentie, Big Data, dat levert allemaal zoveel nieuwe mogelijkheden op. Als er Europese regelgeving is die de technologische vooruitgang frustreert, moeten we die zo snel mogelijk aanpassen.'

Ze kijkt, met gepaste jaloezie, naar de Britten die met hun FCA-proeftuin bedrijven de kans gunnen om nieuwe producten te testen. 'Engeland loopt voorop en hoewel de AFM en DNB dat zandbakidee hebben overgenomen, is dat gevoel van urgentie er nog niet bij iedereen.' Verzekeraars zijn in haar ogen wel wakker geworden, maar moeten nog volop gaan inzetten op die technologie. 'Kijk maar om je heen. Naar de hotelbranche, de taxiwereld of de reisbureaus. Het is echt een kwestie van meedoen. Traditionele spelers die niet veranderen, worden van alle kanten aangevallen. Zowel door kleine *startups* als door de heel grote jongens.'

PRIVACY

Ze wijst naar haar pols. 'Ik heb ook een smartwatch en lever ongemerkt heel wat data af, maar daar zullen we afspraken over moeten maken. Wereldwijd. Dat jouw data van jou zijn, is helder, maar als er iets anders aan wordt toegevoegd, van wie is het dan? En als die zelfrijdende auto per ongeluk ergens tegenaan botst, wie is er dan aansprakelijk? Is dat de eigenaar van de auto, de softwareleverancier of de autofabrikant? Ik denk dat veel mensen niet beseffen wat er met de data gebeurt. We drukken zo ontzettend



PERSONALIA

Cora van Nieuwenhuizen (1963) is sinds juli 2014 namens de VVD lid van het Europees Parlement. Ze is onder meer rapporteur op het belangrijke terrein FinTech, waarvoor ze intensieve gesprekken voert met specialisten en vakcommissies. Daarna zal ze aanbevelingen doen. Eerder heeft ze zich in

het EP hard gemaakt voor wetgeving die een einde zou maken aan de fraude met benchmarks, waarvan Libor en Euribor wel de bekendste zijn.

Van Nieuwenhuizen is haar politieke loopbaan in de gemeentepolitiek van Oosterwijk begonnen. Ze woont in Oosterwijk en Rotterdam, is getrouwd en heeft vier kinderen.

tend makkelijk op *I agree* als we een appje installeren. Je zegt ja tegen alles of je kunt die app niet installeren. Ik doe dat trouwens ook, omdat ik ook geen keuze heb, maar ik wil daar graag aandacht aan besteden in mijn rapport als FinTech-rapporteur. In spreekbeurten haal ik altijd graag de cartoon aan die een tijdje geleden in een Nederlandse krant stond. Er zit een echtpaar op de bank. De man zit op zijn laptop te lezen, kijkt naar zijn vrouw en zegt dan: "Schat, ik denk dat we brand hebben, want Google biedt me tijdelijke huisvesting en een brandblusser aan." Een creepy beeld, dat hopelijk duidelijk maakt dat we de baas moeten blijven over onze eigen data. Ik heb niks te verbergen, maar wel te beschermen. Mensen hoeven niet op mijn bankrekening te kijken. Dat gaat ze niks aan. Maar, ik ben een liberaal en vind dat mensen wel zelf keuzes moeten maken. Wil jij een autoverzekering met korting in ruil voor wat data? Prima, maar dan moet je daar wel bewust voor kiezen.'

LIBERAAL

Het woord is gevallen: liberaal. Van Nieuwenhuizen voelt zich naar eigen zeggen 'op en top liberaal' en vindt dat iedereen zijn dagelijks leven zoveel mogelijk zelf in de hand moet hebben, en houden. 'Ik ben op de Veluwe grootgebracht, vlakbij de Biblebelt. Misschien zijn daar mijn liberale gedachten wel begonnen. Ik vind dat je mensen zoveel mogelijk zelf moet laten doen.' Ze heeft een leuke jeugd gehad en altijd 1001 dingen gedaan. 'Ik ben calvinistisch grootgebracht. Je moet 's avonds wel ergens moe van zijn.' Een mooie les, die ze graag doortrekt naar haar eigen kinderen: je moet uit het leven halen wat erin zit. 'Ik heb vier kinderen die ook met van alles en nog wat bezig zijn. Ze zijn volwassen en dat vind ik leuk. Ik kan alles met ze bespreken. Pas hadden we het erover dat hun opa en oma voor het eerst met elektrisch licht te maken kregen en ik met televisie, terwijl zij gamend zijn opgegroeid. Fascinerend vind ik dat. Neem nou zoiets als robots. Het is toch geweldig dat zij fysiek of gevaarlijk werk kunnen overnemen. Als er een bommelding is op het station, of bij zwaar tilwerk. Maar ook in de zorg kunnen robots van grote waarde zijn. Bijvoorbeeld bij mensen met Alzheimer. Uit onderzoek is gebleken dat mensen met Alzheimer liever die robot hebben die wel na 83 keer dezelfde vraag nog steeds het geduld kan opbrengen dat wij niet kunnen. Ik vind dat wel mooi. En geruststellend. Ik heb me namelijk van kleins af aan voorgenomen om 103 te worden. Geen idee waar dat getal precies vandaan komt, maar ik ben dat nog steeds van plan.' <

**'IK HEB NIKS
TE VERBERGEN, MAAR WEL
TE BESCHERMEN'**

De klant heeft het laatste woord. Letterlijk, in deze rubriek. Hoe kijken consumenten aan tegen verzekeraars? We vroegen het dit keer aan zzp'er Tineke Leegwater (62) uit Warder.

HET LAATSTE WOORD

'VERZEKEREN GEEFT MIJ RUST'

1. WAT KOMT HET EERSTE IN U OP ALS U AAN VERZEKERINGEN DENKT?

'Rust. Verzekeren is ontstaan vanuit een behoefte dat we graag willen houden wat we hebben opgebouwd. We verzekeren met andere woorden iets dat we bang zijn kwijt te raken. En als we eenmaal hebben besloten om te verzekeren, al dan niet verplicht, geeft dat rust. Mij in ieder geval wel. Ik heb overigens wel vaak het gevoel dat het zonde is geweest als ik niks heb hoeven claimen, maar dat is altijd achteraf.'

2. HEBT U WEL EENS WAT GECLAIMD?

'Ja. Na een inbraak. Dat is trouwens best een raar verhaal. Ik had toen iets geclaimd dat later ineens weer boven water kwam. Natuurlijk meldde ik dat aan de verzekeraar die al had uitgekeerd en ik merkte dat die verzekeraar het lastig vond hoe ze daarmee om moesten gaan. Ik kon merken dat het kennelijk bijzonder was om dat te melden, maar uiteraard heb ik de teveel gekregen uitkering netjes terugbetaald.'

3. WELK RAPPORTCIJFER GEEFT U VERZEKERAARS?

'De verzekeraars waar ik mee te maken heb gehad, geef ik een cijfer dat absolute tevredenheid uitdrukt.'

4. WELKE VERZEKERING ZOU U NIET WILLEN MISSEN?

'Dat is altijd lastig, omdat het volgens mij ook afhangt van de levensfase waarin je zit. Ondanks dat de kans statistisch heel klein is dat mijn huis afbrandt, moet ik er niet aan denken dat ik geen brandverzekering zou hebben. Het zal je maar gebeuren. Ik probeer zelf altijd mijn risico's weloverwogen in te schatten. Als ik bijvoorbeeld veel reis, vind ik een doorlopende reisverzekering onmisbaar. Maar als ik slechts een keer per jaar op vakantie ga, dan verzeker ik de dagen die ik weg ben. Eens in de zoveel tijd houd ik mijn pakket aan verzekeringen tegen het licht en check dan of de te dekken risico's nog hetzelfde zijn.'



5. U BENT ZZP'ER. WAT KUNNEN VERZEKERAARS ANDERS DOEN OM HET VOOR U MAKKELIJKER TE MAKEN?

'Voor iedere zzp'er is de keuze anders, maar gelukkig kunnen we allemaal verzekerd worden en kunnen we aan de basisbehoefte van zekerheid voldoen. Ook verzekeraars zien immers het aantal zzp'ers flink toenemen en passen daar hun aanbod op aan. Ik heb in het verleden ingeschat dat ik misschien na mijn 55^e niet meer zo makkelijk werk zou krijgen. Ik zag dat in mijn omgeving gebeuren en heb daarom een flexibel pensioen afgesloten, zodat eventuele financiële problemen later konden worden opgevangen. Ik ken genoeg mensen die als zzp'er geen voorzorgsmaatregelen hebben getroffen en het later behoorlijk lastig kregen. Gelukkig is dat bij mij erg meegevallen en heb ik goed gebruik kunnen maken van dat flexibele pensioen. En, eerlijk is eerlijk, ook dat gaf me rust.' <

'IK HEB ALS ZZP'ER EEN FLEXIBEL PENSIOEN'

COLOFON

JAARGANG 14, NUMMER 4

Verzekerd! is een uitgave van het Verbond van Verzekeraars en is bedoeld voor politici, media, verzekeraars, beleidsmakers en andere opinion leaders. Verzekerd! verschijnt vier keer per jaar. Overname van (delen van) artikelen is alleen toegestaan als de bron wordt vermeld.

REDACTIE

Miranda de Groene

REDACTIERAAD

Cor Groeneweg

Joop Daggars

Miranda de Groene

Willem Terwisscha

AAN DIT NUMMER WERKTEN MEE:

Lisa Bastiaans, Joop Daggars,

Roel Janssen, Tom Kikken, Ivar Pel en

Maarten Pathuis

De column van Roel Janssen is tot stand gekomen door bemiddeling van Sebas & Van Gelderen te Amsterdam.

REDACTIEADRES

Verbond van Verzekeraars

Redactie Verzekerd!

Postbus 93450

2509 AL Den Haag

Telefoon 070-3338694

E-mail verzekerd@verzekeraars.nl

VERBOND OP INTERNET

www.verzekeraars.nl

www.VanAtotZekerheid.nl

ABONNEMENTEN

abonementenverzekerd@verzekeraars.nl

CREATIE EN REALISATIE

Vormbreker, grafisch ontwerp bno

Leo van der Kolk

DRUK

Damen Drukkers bv, Werkendam

ISSN: 1571-0556

VERZEKERAARS IN BEELD

Verzekeraars vinden het belangrijk om open te zijn over hun prestaties. Daarom introduceerde het Verbond halverwege 2016 VerzekeraarsInBeeld. Op deze website kunt u gemakkelijk de rapportcijfers terugvinden die klanten aan hun verzekeraar hebben gegeven. In 2016 doen vijftig verzekeraars mee. Meer weten? Lees dan de flyer die u bij deze Verzekerd! kreeg en bekijk de scores van uw eigen verzekeraar op VerzekeraarsInBeeld.nl!

ONLINE GEVAREN

Nederlanders weten te weinig over online gevaren en hoe zij zich daartegen kunnen beschermen. Ook onderschatten ze de kans dat zij zelf slachtoffer worden. Dat blijkt uit het onderzoek *Cyber-security awareness en skills in Nederland (2016)* van Alert Online. Hoewel de helft van de Nederlanders bekend is met online risico's, gedraagt volgens het rapport lang niet iedereen zich ernaar. Zo verzuimen veel mensen om automatische updates aan te zetten (52%) of regelmatig backups te maken (ook 52%), terwijl deze maatregelen cruciaal zijn.

RIJGEDRAGVERZEKERING

Nederlanders scoren in vergelijking met andere Europeanen laag (een 2,8 op een schaal van tien) op de bereidheid om over te stappen op een rijgedragverzekering. Volgens Deloitte, dat onderzoek heeft gedaan onder vijftienduizend inwoners uit elf landen, is de meest genoemde reden voor het niet willen overstappen dat het premievoordeel niet opweegt tegen de privacy-inbreuk. Meer korting op de premie en on demand pechhulp worden genoemd als motivatie om meer data te delen.



**De redactie van Verzekerd!
wens u een veilige kerst
en een gezond nieuwjaar!**