

IN DEZE UITGAVE

- 2 Marcel van Dijk (MarshBerry): Intermediaire verzekeringssector verandert razendsnel van gefragmenteerd naar geconsolideerd
- 5 Allianz Risk Barometer 2024: Een cybergebeurtenis is het grootste wereldwijde bedrijfsrisico voor 2024"
- 8 MainPlus maakt verdienmodel schadeherstelketen transparant; Vraag naar lekdetectie groeit
- 11 Jelmer Andela (*Liberty Specialty Markets*) belicht de volatiliteit van de cyberverzekeringsmarkt



- 13 JPR Advocaten wil hét go-to kantoor op V&A-gebied worden
- 15 Kim Martins Neto (Cyber) en Marnix de Kievit (PI) *underwriters* van het eerste uur bij DUAL Benelux zien ruimte voor een nieuwe aanbieder
- 18 SAR: Pensioenadvies speelt een belangrijkere rol dan ooit
- 19 SAR-themamiddag AI: zorg of zegen? op 15 mei a.s.
- 21 Arthur van Essen en Pieter Jansen vormen met BAIK Advisory 'brug tussen verzekeringsindustrie en klant'
- 24 Beursassurateur Hienfeld 150 jaar: "We willen de beste nicheverzekeraar zijn"
- 26 Aon organiseerde in kader *Risk & Resilience Insight Series -event 'Risk Decision Makers onder druk'*
- 29 Transportspecialisten zetten STIG-platform op om meer bewustwording te creëren omtrent ESG-risico's en -kansen
- 31 Aviva Cyber Report 2024: Steeds meer bedrijven maken zich zorgen over hun cyberveiligheid

MAINPLUS SCHADEHERSTEL

De effectieve partner in natura schadeherstel voor inboedel en opstal.



- 32 NIVRE: Groeiend bewustzijn over noodzaak duurzaam schadeherstel
- 34 Frank van der Lugt: "Duurzaam schadeherstel moet eind 2024 gangbare praktijk in *property*markt zijn"

Zoekt u een bevoegen PR & Communicatie specialist met passie voor verbinden en organiseren?
06 109 110 48 www.vandervoortpr.nl



Jan van Stigt Thans

Met je tijd meegaan

Time flies when you're having fun! Begin 2016 startte ik met Risk & Business als enige nieuwsplatform in ons land dat zich richt op de professionals in de zakelijke verzekerings-, schaderegelings- en riskmanagementbranche. Acht jaar later durf ik zonder enige arrogantie te stellen dat Risk & Business zijn plaats in de markt heeft verworven en in een daadwerkelijk behoefte bij de verschillende doelgroepen voorziet. Ruim 220.000 bezoekers en meer dan een half miljoen views in 2023 onderstrepen dat.

Het jaarlijks groeiende aantal lezers stemt uiteraard tot tevredenheid, maar vormt natuurlijk geen enkele reden om op lauweren te gaan rusten. Stilstand betekent ook voor een nieuwsplatform achteruitgang. Sinds de start is er veel gebeurd, in de markt maar ook qua technologische mogelijkheden, scrollsnelheid en ook in het leesgedrag en de kijk op vormgeving bij lezers. Sowieso is de levenscyclus van een website beperkt. Na acht jaar was de website, nieuwsbrief en magazine van Risk & Business om meerdere redenen verouderd en derhalve aan een *upgrade* toe. Daar hebben we de laatste maanden samen met WP Masters hard aan gewerkt en al die zaken inmiddels in een modernere en gebruikersvriendelijker jasje gestoken.

De best forse investering hierin geeft aan dat ik, ondanks het recent bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd, (voorlopig) nog even door wil gaan met Risk & Business. In de allereerste plaats omdat ik daarvoor mijn werk nog altijd ontzettend leuk vind en ik de boeiende zakelijke verzekeringsmarkt en de vele plezierige, persoonlijke contacten met brancheprofessionals nog lang niet wil missen. Dat is gelukkig wederzijds. Het doet mij uiteraard goed van veel brancheprofessionals te horen dat zij mijn nieuwsplatform op prijs stellen en graag willen dat dit blijft bestaan. Dat geeft de burger moed. En *last but not least* zou ook ik het persoonlijk jammer vinden als met mijn vertrek ook Risk & Business zou verdwijnen, omdat ik dit in de loop der jaren toch echt als 'mijn kindje' 'ben gaan beschouwen en ik in alle bescheidenheid denk te kunnen stellen hiermee in een nieuwsbehoefte bij velen voorzie.

Voorlopig bent u dus dagelijks 'verzekerd' van het actuele verzekerings-, schaderegelings- en riskmanagementnieuws en van interessante visies, opinies, onderzoeken en achtergronden uit de zakelijke verzekeringsmarkt. Dit nummer is daar andermaal een voorbeeld van. Ik wens u veel leesplezier.



Marcel van Dijk (MarshBerry) over uitkomsten marktrapport Europese verzekeringsdistributie:

“Intermediaire verzekeringssector verandert razendsnel van gefragmenteerd naar geconsolideerd”

Al decennialang wordt er van verschillende kanten geroepen dat het assurantie-intermediair zijn beste tijd heeft gehad. Alles zou direct en digitaal kunnen en persoonlijk advies zou veel minder nodig zijn. Niets is echter minder waar, zo kan worden geconcludeerd uit de uitkomsten uit het eerder dit jaar verschenen *‘Insurance Distribution Market Report –Europa’* van MarshBerry. De behoefte aan financieel advies en ondersteuning blijft onverminderd hoog. Bij 55% van alle particuliere en zakelijke verzekeringspremies is een assurantie-intermediair betrokken en bij 31% hiervan gaat het om onafhankelijke makelaars. Het assurantie-intermediair blijft daarmee het belangrijkste distributiekanaal van verzekeringsproducten. “Wel verandert de sector razendsnel van gefragmenteerd naar geconsolideerd en van nationaal naar internationaal”, zegt directeur Marcel van Dijk.



Marcel van Dijk (50) is nu 1 jaar werkzaam bij MarshBerry. Eerder was hij Commercieel Directeur bij Aegon, CED en Van Ameyde. Nu leidt hij de consultancytak van MarshBerry in Europa en is hij verantwoordelijk voor alle kennis en data die het bedrijf voortbrengt.

Vanuit het kantoor in Amsterdam stuurt hij de consultancy en kennisactiviteiten aan van MarshBerry in Europa aan. Het bedrijf staat onder leiding van voormalig VNAB-voorzitter en Meijers-directeur Michel Schaft. In Amerika is MarshBerry al 43 jaar een bekende naam, Nederland en de rest van Europa maakt pas vanaf 2019 kennis met MarshBerry. Overall is de positionering van MarshBerry identiek. Het bedrijf is volledig gespe-

cialiseerd in het ondersteunen van assurantie-intermediars in groei-strategie, fusies en overnames en bedrijfsverkoop.

In Amsterdam zijn inmiddels 15 financiële- en verzekerings-experts werkzaam, in Londen bij het vorig jaar overgenomen IMAS Corporate Finance LLP zeven en in Frankfurt en in Parijs heeft MarshBerry recent nieuwe vestigingen geopend. In de afgelopen maanden voegden ook Marcin Patkowski (voormalig Heinenoord-groep) en Frits van Deijk (voormalig Achmea corporate finance) zich bij het bedrijf en het ligt in de lijn der verwachting dat verdere uitbreiding, vanwege sterk toenemende opdrachtenportefeuilles, niet lang op zich laat wachten.

MARKT IN KAART OP DETAILNIVEAU

In het ca. 60 pagina's tellend rapport heeft MarshBerry in samenwerking met het onderzoeksbureau Bcon (voorheen Baken) de distributiemarkt voor verzekeringen gedetailleerd in kaart gebracht voor de 27 EU-landen en het Verenigd Koninkrijk. In een toelichting op het hoe en waarom van het *Insurance Distribution Market Report –Europa* zegt Marcel: “Over de verzekeringsmarkt wordt een veelvoud aan rapporten gepubliceerd, echter vaak gericht op verzekeraars en veel minder op het verzekeringsintermediair. Eigenlijk bestond er nog geen marktrapport wat de totale Europese markt voor verzekeringsdistributie in kaart bracht. Welk deel van het premievolume wordt verhandeld met betrokkenheid van intermediairs, hoeveel makelaars, assurantiekantoren en gebonden agenten zijn actief en wat zijn de onderlinge verschillen per land”?

Zo blijkt uit het rapport onder meer dat er maar liefst 901.000 intermediairs geregistreerd zijn op de Europese markt – gemiddeld één op elke 600 inwoners – al is het totaal aantal in vier jaar tijd met 8% gekrompen. Van de 901.000 tussenpersonen is 13% onafhankelijk verzekeringsmakelaar, 50% maatschappij-



MarshBerry is in 1981 opgericht in de Verenigde Staten. MarshBerry is vanaf haar oorsprong volledig gespecialiseerd in het ondersteunen van onafhankelijke verzekeringsadviseurs. In haar bestaan heeft MarshBerry de ontwikkeling gemaakt van consultancy naar fusie en overname (M&A) advies. Het huidige MarshBerry is wereldwijd marktleider in corporate finance en M&A advies voor bedrijven actief in verzekeringdistributie. Vanaf 2019 is MarshBerry, onder leiding van Managing Director, Michel Schaft, ook actief in Europa met vestigingen in Londen, Frankfurt en Parijs en een Europees hoofdkantoor in Amsterdam.

gebonden agent en kan 37% van alle geregistreerde tussenpersonen niet duidelijk als een van beide worden gedefinieerd. Het aanzienlijke aantal intermediairs is vooral zo groot vanwege het grote aantal zeer kleine ondernemingen en het meerekenen van autodealers of reisbureaus die verzekeringen als nevenproduct aan de man brengen. Naar schatting is slechts 21% van de geregisteerde entiteiten een volwaardig intermediair bedrijf met meerdere werknemers.

BELANGRIJK DISTRIBUTIEKANAAL

De Europese verzekeringsmarkt (EU27+VK) is een combinatie van 28 landen met een totaal premievolume van €1.438 miljard, wat overeenkomt met ongeveer 8% van het bbp en een solide groei op jaarbasis. Nederland neemt met een premieomzet van ca 75 miljard euro de vijfde plaats in binnen Europa, na het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Frankrijk en Italië en qua gemiddeld premiebedrag per inwoner met ca 4.500 euro zelfs op plek 2. Marcel: "Over het geheel genomen spelen tussenpersonen een cruciale rol in het proces van de verkoop en levering van verzekeringsproducten aan Europese huishoudens of bedrijven. Hoewel er grote verschillen zijn tussen landen, is het verzekeringsintermediair over heel Europa sterk gepositioneerd."

De onderzoekscijfers staven zijn woorden. Tussenpersonen zijn verantwoordelijk voor 55% van alle verzekeringspremies in Europa. In 31% van de gevallen gaat het om makelaars en andere onafhankelijke adviseurs: 29% op de schademarkt en 31% op de levensmarkt. Nederland en de UK zijn makelaarsmarkten bij uitstek. In Nederland hebben onafhankelijke makelaars op de schadeverzekeringsmarkt (zorgverzekeringen buiten beschouwing gelaten) zelfs het grootste marktaandeel (60%) en op de levensverzekeringsmarkt 54%. "Ondanks de jarenlange breed gedragen gedachte dat het intermediair flink marktaandeel zou gaan verliezen, blijft het een belangrijk distributiekanaal op de verzekeringsmarkt. Sterker nog, de sector staat er hartstikke goed voor, ook qua premievolume. Dat is één van de belangrijke conclusies die uit het rapport te trekken zijn."

SNEL CONSOLIDERENDE MARKT

Gevraagd naar wat in zijn ogen andere cruciale uitkomsten uit het *Insurance Distribution Market Report –Europa'* van MarshBerry noemt Marcel dat de sector razendsnel verandert van gefragmenteerd naar geconsolideerd en van nationaal

naar internationaal. Toenemende regeldruk, de noodzaak van digitalisering, de opkomst van sterke volmachtbedrijven en de vergrijzing van de sector, maken dat het kleine (provinciale) intermediair het lastig heeft. Veel 1e of 2e generatie eigenaren lopen richting de pensioenleeftijd, hebben geen opvolgers klaar staan of kunnen 'stand-alone' moeilijk mee met de veranderende markt. Vaak is dit reden om verkoop te overwegen. Aan de andere kant is er de groeiende belangstelling van *private equity*-firma's voor de assurantiemarkt. Inmiddels zijn investeringsmaatschappijen, direct of indirect, al betrokken bij 60 a 70% van de verkooptransacties in Europa.



Marcel van Dijk: "Ondanks de jarenlange breed gedragen gedachte dat het intermediair flink marktaandeel zou gaan verliezen, blijft het een belangrijk distributiekanaal op de verzekeringsmarkt. Sterker nog, de sector staat er hartstikke goed voor, ook qua premievolume. Dat is één van de belangrijke conclusies die uit het rapport te trekken zijn."

In alle Europese landen is een patroon zichtbaar waarbij een beperkt aantal makelaars, vaak gesponseerd door een investeringsmaatschappij, grote aantal onafhankelijke intermediairs opkopen. In het Verenigd Koninkrijk en ook Nederland is dit proces al jaren aan de gang, in andere Europese landen is dit proces nog maar net begonnen. "Wat we de laatste jaren vooral zien gebeuren is dat de assurantiemarkt steeds internationaler wordt", zegt Marcel van Dijk. "Grote merken als de Britse verzekeringsmakelaar Howden, de Ierse verzekeringsgroep Ardonagh en het Amerikaanse Acrisure marcheren over heel Europa. En partijen als het Zweedse Soderberg of het Duitse GGW en Ecclesia ontwikkelen zich razendsnel tot gigantische Europese conglomeraten. Tot een paar jaar terug was verzekeringsassurantie toch vooral een nationale aangelegenheid. Buiten de wereldwijde adviseurs van AON, Marsh en WTW,

kende ieder land vooral zijn eigen merken en lokale specialisten. Nu kom je door heel Europa steeds meer dezelfde merken tegen in het straatbeeld”, aldus de MarshBerry-directeur.

“De uitdaging voor de grote intermediaire platformen ligt de komende jaren ook vooral onder de motorkap. Slagen ze er ook in om alle bedrijven die ze overnemen, goed te integreren? Weten ze het klantbelang en de klantbediening voldoende over te nemen. En kunnen ze ook synergie creëren over landsgrenzen heen. Dat gaat nog een hele uitdaging worden”, zegt Van Dijk. “En daarin zullen we grote verschillen gaan zien qua aanpak tussen bedrijven. Slaagt een intermediair erin om ook haar organische groei hoog te houden, neemt het de tijd om portefeuilles op te schonen, haar merken- en productbeleid te uniformeren en systeem migraties en digitalisering solide aan te pakken?”

CONSOLIDATIESLAG EN VERGRIJZING

Naast gedetailleerde cijfermatige inzichten, gaat het rapport in op de vijf belangrijkste trends die het verzekeringsintermediair transformeren. Als eerste noemt Marcel de consolidatieslag, die volgens hem bovenaan blijft staan in de lijst van trends. “Er stromen miljoenen van *private equity* en strategische kopers naar het intermediair. Overall in Europa zie je dezelfde bewegingen. Investeerders stappen in nieuwe markten door een aantrekkelijk gepositioneerde intermediair te kopen. Die gebruiken ze vervolgens als platform om razendsnel kleinere intermediairs aan te trekken.” Hij voegt toe: “Er vormt zich een topclass van intermediaire platformen die eerst nationaal de markt consolideren en dan internationaal gaan. Binnen een paar jaar gaan de grote platformen de Europese markt domineren.”

Binnen een paar jaar gaan de grote intermediaire platformen de Europese markt domineren

Als tweede noemt hij de vergrijzing. “Een groot deel van de huidige eigenaren is 50-plusser. Datzelfde geldt voor veel medewerkers, Er komt de komende jaren dan ook een enorme uitstroom van verzekeringsprofessionals aan. Daar moeten we ons op voorbereiden. En tegelijkertijd wordt het vinden van gekwalificeerde mensen steeds moeizamer. Er ontstaat een capaciteitsgap, een derde cruciaal aandachtspunt. Daarmee kampen vandaag de dag natuurlijk ook andere bedrijfstakken, maar de niet bepaald als ‘sexy’ bekend staande verzekeringsbranche heeft daarbij echter wel een achterstand op andere sectoren qua aantrekkingskracht voor kandidaat-medewerkers.”

ANDERE TRENDS DIE TRANSFORMATIE VERSNELLEN

Een andere interessante trend is volgens de MarshBerry-directeur de vervagende scheidslijn tussen verzekeraar en intermediair. “Intermediairs worden groter en nemen als volmachten de klassieke rol van acceptatie en productontwikkeling van

verzekeraars over. Ook zie je steeds meer dat ze rechtstreeks met internationale herverzekeraars zaken gaan doen.”

Een grote uitdaging voor de branche is daarnaast digitalisering en de toepassing van nieuwe technologieën, zoals AI, om relevant te blijven. “Op het vlak van digitalisering hebben we als branche een been bij te trekken. Uit het MarshBerry onderzoek blijkt dat het verzekeringsintermediair nog onvoldoende weet te voldoen aan de verwachtingen van de digitaal georiënteerde consument. De behoefte aan kapitaal en schaalgrootte voor investeringen in digitalisering draagt weer bij aan de nog altijd belangrijkste trend”, aldus Marcel, volgens wie de steeds strengere regelgeving en toezicht op het vlak van transparantie, data-integriteit en beloningsmodellen één van de andere zaken is waarmee het intermediair de komende jaren te maken hebben.”

STRATEGISCHE KEUZES

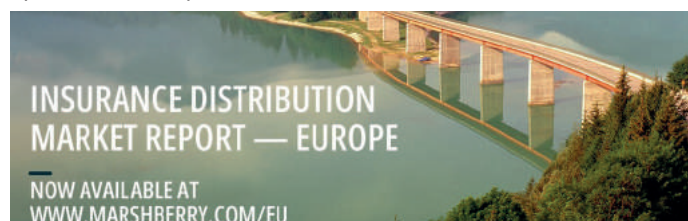
De ontwikkelingen en trends in deze dynamische markt maken strategische koersbepaling complex voor het onafhankelijke intermediair. Vooral kleinere intermediairs zullen tegen al deze ontwikkelingen aanhikken en hen wellicht meer dan andere collega's aanzetten om na te denken over een eventuele verkoop van hun portefeuille of het aangaan van een samenwerking met andere intermediairbedrijven “Daarom biedt het marktrapport informatie én inzichten. Of ondernemers nu kiezen voor autonome groei of M&A, met dit rapport kunnen ze hun strategische keuzes goed onderbouwen”, aldus Marcel

KRACHT INTERMEDIAR

De MarshBerry-directeur is bovenal positief gestemd over de intermediaire sector. Van oudsher zijn intermediairs echte ondernemers, die goed begrijpen hoe en waarom hun markt verandert. Zij zijn nu eenmaal veel beter dan verzekeraars in staat om klanten aan hen te binden en daarom hebben verzekeraars het intermediair nodig om verder te kunnen groeien. Dat maakt de sector ook aantrekkelijk voor *Private Equity*-bedrijven en andere investeerders.

Tot slot, welke lessen zijn volgens jou te trekken uit jullie *Insurance Distribution Market Report –Europa?* Marcel antwoordt: “Blijf baas over je eigen toekomst. Door ervoor te zorgen relevant te blijven voor klant, arbeidsmarkt (aantrekkingskracht nieuwe talentvolle medewerkers) en verzekeraars. Met goed ondernemerschap is voor iedereen veel te halen en een goede toekomst weggelegd. Kortom, durf te ondernemen.” ■

Geïnteresseerden kunnen het rapport gratis downloaden (<https://www.marshberry.com/eu/nl/>) op de MarshBerry website.



Allianz Risk Barometer 2024

Een cybergebeurtenis is het grootste wereldwijde bedrijfsrisico voor 2024

Cyberincidenten zoals ransomware-aanvallen, datalekken en IT-storingen zijn de grootste zorg voor bedrijven wereldwijd in 2024, volgens de Allianz Risk Barometer. Het nauw verbonden risico van bedrijfsschade (onderbreking van de bedrijfsvoering) staat op de tweede plaats. Natuurrampen (gestegen van #6 vorig jaar naar #3 dit jaar), brand en explosies (gestegen van #9 naar #6), en politieke risico's en geweld (gestegen van #10 naar #8) zijn de grootste stijgers in de nieuwste compilatie van de wereldwijde topbedrijfsrisico's, gebaseerd op de inzichten van meer dan 3.000 riskmanagement-professionals.

In Nederland is de top drie van risico's 1) bedrijfsschade, 2) cyberincidenten en 3) brand en explosies. Het nummer-een-risico, bedrijfsschade (inclusief toeleveringsketen), komt niet als een verrassing en blijft op dezelfde positie als vorig jaar. Cyberincidenten (bijvoorbeeld cybercriminaliteit, verstoringen van IT-netwerken en -diensten, *malware/ransomware*, datalekken, boetes en straffen) stijgt met vier plaatsen naar de tweede plaats. Nieuwe risico's zijn brand en explosies op de derde plaats, en op een gedeelde negende plaats marktontwikkelingen (bijvoorbeeld geïntensiverde concurrentie/nieuwe toetreders, fusies en overnames, marktstagnatie en markt-schommelingen).

BELGIË

In België is de top drie van risico's 1) cyberincidenten, 2) bedrijfsschade en 3) natuurrampen. Cyberincidenten (bijvoorbeeld cybercriminaliteit, verstoringen van IT-netwerken en -diensten, *malware/ransomware*, datalekken, boetes en straffen) blijven het grootste risico sinds 2018. Bedrijfsschade (inclusief onderbreking van de toeleveringsketen) blijft ook stabiel op de tweede plaats over de afgelopen zeven jaar. Natuurrampen (bijvoorbeeld stormen, overstromingen, aardbevingen, bosbranden en extreme weersomstandigheden) stijgen met zes plaatsen naar de derde plaats. Nieuwe risico's zijn diefstal, fraude en corruptie op de zevende plaats en brand en explosies op de negende plaats.

DIGITALISERING, KLIMAATVERANDERING EN EEN ONZEKERE GEOPOLITIEKE OMGEVING

Petros Papanikolaou, CEO van Allianz Commercial, licht de bevindingen toe: "De top risico's en grootste stijgers in de Allianz Risk Barometer van dit jaar weerspiegelen de grote problemen waar bedrijven over de hele wereld op dit moment mee te maken hebben: digitalisering, klimaatverandering en een onzekere geopolitieke omgeving. Veel van deze risico's komen nu al hard aan: extreem weer, *ransomware*-aanvallen en regionale conflicten zullen de veerkracht van toeleveringsketens en bedrijfs-



modellen naar verwachting verder op de proef stellen in 2024. Makelaars en klanten van verzekeringsmaatschappijen moeten zich hiervan bewust zijn en hun verzekeringsdekking hierop aanpassen."

Grote, middelgrote en kleinere bedrijven hebben dezelfde zorgen over risico's: ze maken zich allemaal vooral zorgen over cyber, bedrijfsschade en natuurrampen. De veerkrachtkloof tussen grote en kleinere bedrijven wordt echter groter, omdat het risicobewustzijn onder grotere organisaties is gegroeid sinds de pandemie, met een opmerkelijke drang om de veerkracht te verbeteren, zo meldt het rapport. Omgekeerd ontbreekt het kleinere bedrijven vaak aan de tijd en middelen om een breder scala aan risicoscenario's te identificeren en zich daar effectief op voor te bereiden, met als gevolg dat het langer duurt om het bedrijf weer op gang te krijgen na een onverwacht incident.

TRENDS DIE CYBERACTIVITEITEN AANSTUREN IN 2024

Cyberincidenten (36%) zijn voor het derde jaar op rij wereldwijd het belangrijkste risico - voor het eerst met een duidelijke

marge (vijf procentpunten). Het is het belangrijkste risico in 17 landen, waaronder Australië, Frankrijk, Duitsland, India, Japan, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten. Een datalek wordt gezien als de meest zorgwekkende cyberdreiging voor respondenten van de Allianz Risk Barometer (59%), gevolgd door aanvallen op kritieke infrastructuur en fysieke activa (53%). De recente toename van *ransomware*-aanvallen - in 2023 was er sprake van een zorgwekkende opleving van de activiteit, waarbij het aantal verzekeringsclaims met meer dan 50% steeg ten opzichte van 2022 - staat op de derde plaats (53%).

“Cybercriminelen onderzoeken manieren om nieuwe technologieën zoals generatieve kunstmatige intelligentie (AI) te gebruiken om aanvallen te automatiseren en te versnellen, waardoor effectievere *malware* en *phishing* worden gecreëerd. Het groeiende aantal incidenten als gevolg van slechte cyberbeveiliging, met name in mobiele apparaten, een tekort aan miljoenen cyberbeveiligingsprofessionals en de dreiging waarmee kleinere bedrijven worden geconfronteerd vanwege hun afhankelijkheid van IT-uitbesteding, zullen naar verwachting ook de cyberactiviteit in 2024 stimuleren”, legt Scott Sayce, *Global Head of Cyber, Allianz Commercial*, uit.

BEDRIJSSCHADE EN NATUURRAMPEN

Ondanks een afname van de post-pandemische verstoring van de toeleveringsketen in 2023, behoudt bedrijfsschade (31%) zijn positie als de op een na grootste bedreiging in het onderzoek voor 2024. Dit resultaat weerspiegelt de onderlinge verbondenheid in een steeds volatielere wereldwijde bedrijfsomgeving, evenals een sterke afhankelijkheid van toeleveringsketens voor kritieke producten of diensten. Het verbeteren van het bedrijfscontinuïteitsbeheer, het identificeren van knelpunten in de toeleveringsketen en het ontwikkelen van alternatieve leveranciers blijven belangrijke prioriteiten voor risicomanagement voor bedrijven in 2024.

Natuurrampen (26%) is een van de grootste stijgers op #3, met een stijging van drie posities. 2023 was op verschillende fronten een recordjaar. Het was het warmste jaar sinds het begin van de metingen, terwijl de verzekerde schade voor het vierde opeenvolgende jaar de \$ 100 miljard overschreden, dankzij de hoogste schadepost ooit van \$ 60 miljard door zware onweersbuien. Wereldwijd zijn natuurrampen het grootste risico in Kroatië, Griekenland, Hongkong, Hongarije, Maleisië, Mexico, Marokko, Slovenië en Thailand, waar zich enkele van de belangrijkste gebeurtenissen van 2023 voordeden. In Griekenland was een natuurbrand in de buurt van de stad Alexandroupolis in



augustus de grootste die ooit in de EU is geregistreerd. Ondertussen leidden ernstige overstromingen in Slovenië tot een van de grootste gebeurtenissen in de toeleveringsketen, met productieovertragingen en onderdelentekorten voor Europese autofabrikanten tot gevolg.

REGIONALE VERSCHILLEN EN RISICOSTIJGERS EN -DALERS

Klimaatverandering (18%) is misschien een *non-mover* op #7 vergeleken met vorig jaar, maar staat in de top drie van bedrijfsrisico's in landen als Brazilië, Griekenland, Italië, Turkije en Mexico. Fysieke schade aan bedrijfsmiddelen door vaker voorkomende en hevigere extreme weersomstandigheden is een belangrijke bedreiging. De nuts-, energie- en industriële sectoren behoren tot de meest blootgestelde sectoren. Daarnaast wordt verwacht dat de risico's van een netto-nul-overgang en aansprakelijkheidsrisico's in de toekomst zullen toenemen naarmate bedrijven investeren in nieuwe, grotendeels ongeteste koolstofarme technologieën om hun bedrijfsmodellen te transformeren.

Gezien de aanhoudende conflicten in het Midden-Oosten en Oekraïne en de spanningen tussen China en de VS is het niet verrassend dat het risico van politieke risico's en geweld (14%) is gestegen van nummer 10 naar nummer 8. 2024 is ook een superverkiezingsjaar, waarin maar liefst 50% van de wereldbevolking naar de stembus zou kunnen gaan, waaronder in India, Rusland, de VS en het VK. Ontevredenheid over de mogelijke uitkomsten, in combinatie met algemene economische onzekerheid, de hoge kosten van levensonderhoud en groeiende desinformatie gevoed door sociale media, betekent dat maatschappelijke polarisatie naar verwachting zal toenemen, wat in veel landen zal leiden tot meer sociale onrust.

- Cyberzorgen worden aangewakkerd door datalekken, aanvallen op kritieke infrastructuur of fysieke activa en toename van ransomware-aanvallen.
- Bedrijfsschade blijft nummer 2 met 31%. Natuurrampen zijn de grootste stijger ten opzichte van 2023 met 26% op nummer 3.
- Risicoperceptie verschilt regionaal voor klimaatverandering, politieke risico's en geweld, en een tekort aan geschoolde arbeidskrachten.
- Bedrijfsschade staat op de eerste plaats in Nederland, gevolgd door cyberincidenten en brand, explosie.
- De top-drie-risico's in België zijn cyberincidenten, bedrijfsschade en natuurrampen

Top 10 risks in The Netherlands

Source: Allianz Commercial. Figures represent how often a risk was selected as a percentage of all responses for that country. Respondents: 45. Figures don't add up to 100% as up to three risks could be selected

Rank		Percent	2023 rank	Trend
1	Business interruption (incl. supply chain disruption)	38%	1 (46%)	→
2	Cyber incidents (e.g., cyber crime, IT network and service disruptions, malware / ransomware, data breaches, fines, and penalties)	31%	4 (34%)	↑
3	Fire, explosion	29%	NEW	↑
4	Energy crisis (e.g., supply shortage / outage, price fluctuations)	24%	3 (37%)	↓
5	Changes in legislation and regulation (e.g., tariffs, economic sanctions, protectionism, Euro-zone disintegration)	18%	9 (11%)	↑
5	Macroeconomic developments (e.g., inflation, deflation, monetary policies, austerity programs)	18%	2 (40%)	↓
5	Natural catastrophes (e.g., storm, flood, earthquake, wildfire, extreme weather events)	18%	6 (23%)	↑
5	Shortage of skilled workforce	18%	5 (26%)	→
9	Climate change (e.g., physical, operational, and financial risks as a result of global warming)	13%	7 (17%)	↓
9	Market developments (e.g., intensified competition / new entrants, M&A, market stagnation, market fluctuation)	13%	NEW	↑

DE TOP 10 BEDRIJFSRISICO'S VOOR 2024 IN NEDERLAND

Top 10 risks in Belgium

Source: Allianz Commercial. Figures represent how often a risk was selected as a percentage of all responses for that country. Respondents: 30. Figures don't add up to 100% as up to three risks could be selected

Rank		Percent	2023 rank	Trend
1	Cyber incidents (e.g., cyber crime, IT network and service disruptions, malware / ransomware, data breaches, fines, and penalties)	60%	1 (57%)	→
2	Business interruption (incl. supply chain disruption)	40%	2 (36%)	→
3	Natural catastrophes (e.g., storm, flood, earthquake, wildfire, extreme weather events)	23%	6 (18%)	↑
4	Energy crisis (e.g., supply shortage / outage, price fluctuations)	20%	4 (29%)	→
5	Changes in legislation and regulation (e.g., tariffs, economic sanctions, protectionism, Euro-zone disintegration)	17%	3 (32%)	↓
5	Macroeconomic developments (e.g., inflation, deflation, monetary policies, austerity programs)	17%	7 (14%)	↑
7	Shortage of skilled workforce	13%	5 (25%)	↓
7	Theft, fraud, corruption	13%	NEW	↑
9	Climate change (e.g., physical, operational, and financial risks as a result of global warming)	10%	9 (11%)	→
9	Fire, explosion	10%	NEW	↑

DE TOP 10 BEDRIJFSRISICO'S VOOR 2024 IN BELGIË

Er is echter enige hoop onder de respondenten van de Allianz Risk Barometer dat de wilde economische ups en downs sinds de Covid-19-schok in 2024 tot rust komen, wat resulteert in macro-economische ontwikkelingen (19%), die van #3 naar #5 zakken. Toch blijven de vooruitzichten voor economische groei zwak; ruim onder 1% in de belangrijkste economieën in 2024, volgens Allianz Research.

“Maar deze zwakke groei is een noodzakelijk kwaad: de hoge inflatie zal uiteindelijk tot het verleden behoren”, zegt Ludovic Subran, hoofdeconoom bij Allianz. “Dit geeft centrale banken wat ruimte om te manoeuvreren – lagere rentetarieven zijn waarschijnlijk in de tweede helft van het jaar. Geen seconde te laat, want van het begrotingsbeleid kan geen stimulans worden verwacht. Een voorbehoud is het aanzienlijke aantal verkiezingen in 2024 en het risico van verdere omwentelingen afhankelijk van bepaalde uitkomsten.”

Wereldwijd wordt het tekort aan gekwalificeerde arbeidskrachten (12%) gezien als een lager risico dan in 2023, met een daling van #8 naar #10. Bedrijven in Centraal- en Oost-Europa, het Verenigd Koninkrijk en Australië zien het echter als een top-vijf-bedrijfsrisico. Aangezien de werkloosheid in veel landen over de hele wereld nog steeds op een historisch laag peil is, zijn bedrijven op zoek naar meer banen dan er mensen beschikbaar zijn om ze te vervullen. IT- of gegevensexperts worden gezien als de meest uitdagende om te vinden, waardoor dit een kritiek aspect is in de strijd tegen cybercriminaliteit. ■

Download hier het rapport: <https://commercial.allianz.com/content/dam/onemarketing/commercial/commercial/reports/Allianz-Risk-Barometer-2024.pdf>.



MainPlus maakt verdienmodel schadeherstelketen transparant; accountantsverklaringen opgehaald bij alle herstelpartners

Schadeherstelregisseur MainPlus is er als eerste in de branche in geslaagd om de verdienmodellen in de schadeherstelketen geheel transparant te maken. Het bedrijf is in 2023 met al zijn tientallen herstelpartners overeengekomen om vanaf 2024 accountantsverklaringen af te geven waarmee onafhankelijk zwart op wit wordt aangetoond dat zij er geen verborgen verdienmodellen op nahouden. In onderstaand artikel lichten algemeen directeur Michel Amptmeijer en commercieel directeur Gerard van Engelenburg een en ander toe.

Voor de reden achter de transparantieplannen van MainPlus moeten we volgens beide directeuren terug naar het ontstaan in 2017. Michel: "We deden als MainPlus al het vastgoedbeheer voor Delta Lloyd in geheel Nederland, zo'n 6.000 gebouwen. Omdat zij niet geheel tevreden waren over hun voornaamste leverancier hebben ze ons gevraagd of we ook het schadeherstel konden verzorgen. Zo zijn we ook als schadeherstelregisseur gaan optreden."

"We zijn daarbij van meet af aan transparant te werk gegaan", haakt Gerard in. "We wilden per se geen verdienmodel op de kosten van de door ingeschakelde schadeherstelbedrijven. Daar waar andere bedrijven soms een opslag berekenen op de kosten van de door hen ingeschakelde schadeherstellers, hebben wij ervoor gekozen deze één op één door te berekenen aan onze opdrachtgevers. Wel brengen we een vaste *fee* in rekening voor ons bemiddelings- en regiewerk, ongeacht de werkelijke tijd die we hieraan kwijt zijn. Zo kunnen wij écht op de portemonnee van onze opdrachtgever passen."

NU OOK VOOR ONDERAANNEMERS

MainPlus Schadeherstel overlegt zelf jaarlijks soortgelijke accountantsverklaringen bij verzekeraars en volmachten die opdrachtgever zijn. Daarin verklaart het dat de kosten van de ingeschakelde schadeherstellers één op één in rekening worden gebracht bij opdrachtgevers. Nu heeft de schaderegisseur de volgende stap gezet door dezelfde transparantie nu van haar herstelpartners te verlangen. Michel licht toe: "Als wij opdrachten voor schadeherstel uitbesteden, kan het zo zijn dat niet alle disciplines aanwezig zijn binnen het bedrijf waarbij we de opdracht hebben uitbesteed. Onze herstelpartner neemt dan een onderaannemer in de arm. Wij willen dat ook de geldstromen tussen onze partner en die onderaannemer dan volledig in beeld zijn." Het is volgens Gerard namelijk een publiek geheim dat er zich op dit vlak in de schaderegelingsmarkt malversaties voordoen. Er worden bijvoorbeeld meer uren in rekening gebracht dan werkelijk gemaakt, meer vierkante meters aan schilderwerk in



Michel; Amptmeijer: "Het rekenen van opslagen moet voldoen aan drie harde voorwaarden: de opslag moet zichtbaar zijn, moet vooraf zijn afgesproken en moet binnen de kaders van de afspraken blijven, met een maximum van 10%. Ook mag het totale tarief niet hoger zijn dan het uurtarief op de prijslijst van MainPlus."

rekening gebracht dan verricht of niet gebruikte materialen op de nota gezet. Hij noemt een voorbeeld: "Wij kwamen er via een van de uitvoerende herstelbedrijven achter dat een van de grotere reconditionerings- en herstelbedrijven hen had verzocht voor een klus hun factuur met 25% te verhogen en het hiermee gemoeide bedrag na afloop aan hen terug te betalen. Dit is natuurlijk pure diefstal. We hebben het betreffende herstelbedrijf om opheldering gevraagd en om een audit verzocht. Toen men dit weigerde hebben we onmiddellijk afscheid van hen genomen en werken we voor onze opdrachtgevers niet meer met hen samen."

DRIE HARDE VOORWAARDEN

Het rekenen van opslagen moet volgens Michel voldoen aan drie harde voorwaarden: de opslag moet zichtbaar zijn, moet vooraf zijn afgesproken en moet binnen de kaders van de af-

spraken blijven, met een maximum van 10%. Ook mag het totale tarief niet hoger zijn dan het uurtarief op de prijslijst van MainPlus. In het contract dat wordt gesloten met herstellpartners is tevens opgenomen dat MainPlus én haar opdrachtgever(s) het recht hebben om een audit te laten uitvoeren bij een herstellpartner.

Michel vervolgt: "MainPlus is de eerste schadeherstelregisseur die op deze manier de sector wil 'reinigen'. Het moet voorkomen dat verzekeraars met onnodig hoge kosten worden opgezadeld doordat schadeherstellpartners verborgen kosten en *kickback fees* berekenen. Wij voelen daarom de verantwoordelijkheid om ook volledige transparantie te geven over onze hele herstellketen. Daarmee tonen we aan dat wij tot de meest integere partijen in de markt behoren."

REACTIES OPDRACHTGEVERS EN HERSTELPARTNERS

Hoe hebben de opdrachtgevers en herstellpartners gereageerd op de accountantsverklaring en overige aanvullende eisen. Volgens Gerard hebben van alle ca 50 herstellpartners er vier niet met één of alle extra voorwaarden ingestemd. "Bij de een was het de accountantsverklaring, bij een ander de financiële voorwaarden. Met alle vier hebben we daarom in goed overleg de samenwerking beëindigd." Alle andere herstellpartners hebben de medewerking hierin volledig toegezegd.

De reactie aan opdrachtgeverszijde zijn volgens hem tweeledig. "De meeste klanten waarderen juist aan ons dat we geen verdienmodel hebben op de uitvoering van schadeherstel. Omdat zij inzien dat anders de schadelast voor verzekeraars zou toenemen en dat mede daardoor verzekerden meer premie zouden moeten betalen. Aan de andere kant zijn er echter ook verzekeraars en volmachtbedrijven die hierin om wat voor reden dan ook minder geïnteresseerd zijn. Dat vind ik frustrerend, vooral kijkend naar de impact daarvan voor hun verzekerden"

Tot slot benadrukken Michel en Gerard dat zij van mening zijn dat elke commercieel bedrijf het recht heeft om geld te verdienen en er dus voldoende marge moet zijn om dat te verwezenlijken. "Maar wij staan voor eerlijk zaken doen en dat het kosten-



Gerard van Engelenburg: "We wilden per se geen verdienmodel op de kosten van de door ons ingeschakelde schadeherstelbedrijven. Daar waar andere bedrijven soms een opslag berekenen op de kosten van de door hen ingeschakelde schadeherstellers, hebben wij ervoor gekozen deze één op één door te berekenen aan onze opdrachtgevers."

plaatje wel met open vizier gebeurt", benadrukt eerstgenoemde, volgens wie MainPlus met het bieden van transparantie ook zijn steentje wil bijdragen aan het realiseren van één van de Duurzame Ontwikkelingsdoelen (SDG) van de Verenigde Naties voor 2030: eerlijk werk en economische groei."

Gerard vult aan: "We zijn sowieso fel tegen elke vorm van het uitknippen van toeleveranciers, door welke partij dan ook. Daar is niemand mee gebaat. Immers, elk bedrijf dat gevraagd wordt onder zijn eigen kostprijs te werken, wordt als het ware in de richting van 'creatief boekhouden' gedwongen en zal andere zaken op de nota zetten om aan in zijn ogen reële *fee* te komen, zoals meer gemaakte uren, gebruik materialen of het aantal vierkante meters dat is geschilderd. Daarom hanteren wij voor onze herstellpartners niet de laagste prijs maar een reële vergoeding. Zodat ook zij geld kunnen verdienen aan hun werkzaamheden. En op deze wijze levert het gemiddeld genomen ook nog eens 20% reductie op de schadelast op." ■



MAINPLUS SCHADEHERSTEL

De effectieve partner in
natura schadeherstel
voor inboedel en opstal.



MainPlus koos bewust voor aanpak door eigen specialisten

Vraag naar lekdetectie groeit

Als schaderegisseur voor een groot aantal verzekeraars en andere opdrachtgevers vervult MainPlus sinds 2017 een coördinerende rol bij het schadeherstel tussen enerzijds gedupeerden van een calamiteit en anderzijds een 50-tal schadeherstelbedrijven. Vanwege onvrede over de door lekdetectiebedrijven geleverde kwaliteit en doorlooptijden heeft het vanuit Rijswijk (ZH) opererende bedrijf er twee jaar geleden voor gekozen om, in afwijking van de overige schadeherstelwerkzaamheden, lekdetecties sindsdien in eigen beheer uit te voeren. En niet zonder succes. In twee jaar tijd is het aantal lekdetectiespecialisten gegroeid van één naar zes.

Commercieel Directeur Gerard van Engelenburg licht de keuze voor het in eigen beheer uitvoeren van de lekdetectiewerkzaamheden als volgt toe. "Vanaf de start van MainPlus hanteren we bij alle schadeherstelwerkzaamheden een aanpak waarbij kwaliteit en transparantie centraal staat. Om een mogelijke belangenverstrengeling te voorkomen hebben we er bewust voor gekozen geen schadeherstelwerk zelf uit te voeren, maar door ons op een goede dienstverlening en prijs/kwaliteitsverhouding geselecteerde herstelbedrijven."

Hij vervolgt: "Lekdetectie werd een groeimarkt en dat trok allerlei bedrijven aan om zich hiermee bezig te houden, waaronder een groot aantal beunhazen. Er is op dit terrein veel kaf onder het koren. We constateerden in de praktijk van alledag dan ook geregeld herstelwerk voorbijkomen waarbij de geleverde kwaliteit en doorlooptijden niet voldeden aan de eisen die wij voor onze opdrachtgevers hieraan stellen. Daarom hebben we ervoor gekozen om deze voortaan zelf uit te voeren. Bijkomend voordeel is dat dit complementair is aan onze intake, zodat we bij een waterschade meteen kunnen vaststellen wat de oorzaak is en of de schade gedekt is of niet."

MainPlus maakt op lekdetectiegebied een forse groei door. In twee jaar tijd heeft pionier Wilfred Marijnissen gezelschap gekregen van vijf collega's te weten Roy van Hees, Edwin Naron, Patrick Sulman, Harald Zanen en Richard de Groot. Gerard: "De behoefte aan lekdetectie groeit en daarmee de vraag naar onze dienstverlening op dit gebied. Behalve door verzekeraars worden we hiervoor ook ingeschakeld door VVE's, vastgoedbeheerders en woningcorporaties. Veel werk vloeit ook voort uit onze samenwerking met de 800.000 ledende tellende Vereniging Eigen Huis."

PURE DIEFSTAL

Gedupeerden van een waterschade worden volgens hem bij een ingediende schadeclaim door hun verzekeraar vaak gevraagd een lekdetectie te laten uitvoeren, maar ze weten meestal niet bij wie ze moeten zijn. En kunnen het verschil niet zien tussen een beunhaas en een echte lekdetectiespecialist. "We kennen schrijnende voorbeelden waarbij gedupeerden soms meer dan 1.000 euro kwijt zijn voor een lekdetectie zonder dat naar de ware oorzaak wordt gekeken. Pure diefstal. Bij enige



Endoscopie



Kleurstofdosering

verkleuring rond de voegen wordt dan vaak gesteld dat het voeg- en kitwerk moet worden vervangen zonder verder te kijken. Wij controleren ook altijd de afvoer van de badkamer en controleren het leidingwerk, omdat daar vaak de werkelijke schadeoorzaak zit. Wij sturen onze lekdetectives dan ook met maximaal drie lekdetecties per dag op pad, zodat ze de tijd krijgen en hebben om kwalitatief hoogwaardige dienstverlening te bieden.

DAKLEKKAGES EN ANDERE SCHADEOORZAKEN

De lekdetectiespecialisten van MainPlus komen bij hun dagelijkse werkzaamheden bij lekkages verschillende schadeoorzaken tegen. Gerard: "We komen bijvoorbeeld veel daklekkages tegen. De kwaliteit van daken in Nederland is veelal schrikbarend slecht te noemen, waardoor de kans op lekkages groot is. Ook ontstaan lekkageschades geregeld door achterstallig onderhoud, slecht kit- en voegwerk en leidingen en ondeskundige reparaties. Oorzaken die met wat meer onderhoud en aandacht voor preventie voor een groot deel voorkomen kunnen worden." ■

Volatiliteit op de cybermarkt: navigeren door een veranderend landschap

Jelmer Andela, hoofd Cyber Underwriting bij Liberty Specialty Markets, gaat in onderstaand artikel in op de volatiliteit van de cyberverzekeringsmarkt en schetst wat klanten en verzekeringsmanagers kunnen verwachten als ze zich op dit steeds veranderende terrein begeven.

De cyberverzekeringsmarkt maakt een periode door van verhoogde volatiliteit die verzekeraars en hun klanten wereldwijd treft. Historisch gezien is de behoefte aan cyberdekking eind jaren negentig ontstaan als reactie op de toenemende digitalisering van diensten en economische output. In het begin werd de ontwikkeling gedreven door de groeiende behoefte om bedrijven te beschermen tegen evoluerende cyberbedreigingen. Afhankelijk van de regio hebben de markten tussen 2009 en 2014 een hoge vlucht genomen. Sindsdien is de markt snel gegroeid, heeft deze zich aangepast aan het veranderende cyberbeveiligingslandschap en biedt het dekking tegen een reeks digitale risico's.

In de afgelopen twee jaar hebben klanten die ooit genoten van de stabiliteit van hun cyberverzekeringspolissen dramatische tariefstijgingen gezien, een fenomeen dat zich niet beperkt tot één regio maar eerder een wereldwijde trend is. Waar we in 2022 nog voornamelijk tariefstijgingen zagen, stond zeker de 2e helft van 2023 in het teken van reducties. Begin 2024 zien we dezelfde trend, hoewel dit wel lijkt af te vlakken. Dit wordt ook mede ingegeven door een toename van, met name *ransomware*-aanvallen, zowel in Amerika als in Europa. Een golf van nieuwkomers op de cybermarkt heeft een effect gehad. Tegelijkertijd luiden IT-beveiligingsleveranciers de noodklok over het escalerende aantal *ransomware*-aanvallen, die de aanvallen in 2022 overtreffen.

Klanten bevinden zich nu op een pad vol obstakels: wat begon als een zachte markt, met lage prijzen en ruime algemene voorwaarden, ging door een fase van snel stijgende premies en strengere T&C's en bevindt zich nog steeds in een harde markt-fase. Dit is een gevolg van de toename van het aantal bedrijven dat zich wil verzekeren, terwijl tegelijkertijd *ransomware*-aanvallen zijn geëvolueerd en geëscaleerd.

Wij zijn ervan overtuigd dat we nog maar aan het begin staan van deze marktevolutie en dat we de komende jaren dramatische veranderingen in de sector blijven meemaken, maar er is veel wat we kunnen doen om deze uitdagingen het hoofd te bieden.



Jelmer Andela: "Om met succes door het veranderende cyberlandschap te navigeren, moeten verzekeraars en klanten flexibel blijven, inspelen op veranderende tactieken en openstaan voor het aanpassen van verzekeringsproducten aan individuele behoeften."

EEN DREIGING IN ONTWIKKELING: VOORBEREIDEN OP DE TOEKOMST VAN CYBERBEVEILIGING

Het landschap voor beveiliging van cyberbedreigingen verandert voortdurend en wordt steeds geavanceerder. Naarmate verdedigingen geavanceerder worden, worden aanvallen van tegenstanders dat ook. In plaats van het versleutelen van de gegevens van een heel bedrijf, hebben bedreigingsactoren hun tactieken geëscaleerd en hun focus verlegd naar het stelen van gevoelige informatie en dreigen deze online te publiceren. Deze verschuiving in aanvalspatronen vereist een andere reactie van verzekeraars.

Een van de manieren om de turbulentie in de cybermarkt te doorstaan is door aanpassingsvermogen. Verzekeraars en klanten moeten wendbaar blijven in reactie op het steeds veranderende bedreigingslandschap. Nu *ransomware*-aanvallers hun tactieken veranderen, moet de verzekeringssector zijn strategieën daarop aanpassen.



Ons sterkste advies aan onze cyberverzekeringsklanten is om te investeren in IT-beveiliging en de volwassenheidsniveaus van cyberbeveiliging, waarbij we de nadruk leggen op de reële en groeiende risico's in het digitale domein. Wij vinden het essentieel om deze risico's onder de aandacht te brengen en ervoor te zorgen dat onze klanten voldoende beschermd zijn tegen mogelijke bedreigingen. LSM heeft een intern risico-engineeringsteam dat klanten indien nodig kan adviseren over mogelijke maatregelen.

Het is ook duidelijk naïef om aan te nemen dat je verdediging altijd honderd procent effectief is. Voorbereiding op de toekomst houdt in dat bedrijven regelmatig de kwetsbaarheden en gereedheid voor cyberaanvallen evalueren. Bedrijven moeten grondige risicobeoordelingen uitvoeren om hun gevoeligheid voor verschillende cyberbedreigingen te bepalen, of het nu gaat om volledige versleuteling of gegevensdiefstal. De belangrijkste conclusie is dat je voorbereiden op deze incidenten geen eenmalige oefening is, maar een voortdurende inspanning om je aan te passen aan de steeds veranderende strategieën van bedreigingsactoren.

DE TOEKOMST IS EXPERTISE, ZOWEL IN CYBERBEVEILIGING ALS IN VERZEKERINGEN

Als reactie op het veranderende landschap van cyberbedreigingen moeten verzekeringsproducten zich ook aanpassen. Op dit moment bieden veel cyberverzekeringspolissen een standaardaanpak, waarbij de dekking voor eerste aansprakelijkheid en die voor aansprakelijkheid van derden worden gebundeld. Klanten kunnen echter andere prioriteiten hebben. Sommigen maken zich misschien meer zorgen over bedrijfs-onderbreking, terwijl anderen bang zijn voor de juridische gevolgen van een datalek. Het afstemmen van verzekeringsproduc-

We staan nog maar aan het begin van de marktevolutie en blijven de komende jaren dramatische veranderingen in de sector meemaken

ten op de specifieke behoeften van klanten kan een belangrijke stap zijn in de richting van een stabielere en duurzamere markt.

In zo'n veranderende markt spelen de ervaring en stabiliteit van verzekeraars een cruciale rol. Verzekeraars met een bewezen staat van dienst en toewijding aan de cyberverzekeringsmarkt behouden een vitale rol. Ervaren verzekeraars hebben marktschommelingen doorstaan en hebben de historische kennis die nodig is om onderscheid te maken tussen marktruis en echte volatiliteit.

De volatiliteit in de cyberverzekeringsmarkt is niet alleen een kwestie van fluctuerende prijzen; de volatiliteit weerspiegelt de dynamische aard van cyberbedreigingen zelf. Om met succes door dit veranderende landschap te navigeren, moeten verzekeraars en klanten flexibel blijven, inspelen op veranderende tactieken en openstaan voor het aanpassen van verzekeringsproducten aan individuele behoeften. Hoewel de recente veranderingen in de markt voor uitdagingen hebben gezorgd, bieden ze ook kansen voor groei en innovatie. Naarmate de cyberverzekeringsmarkt volwassen wordt, zal het vermogen om klanten effectieve oplossingen te bieden en risico's effectief te beheren nog crucialer worden." ■

Eva Schothorst-Gransier 23 jaar werkzaam in de advocatuur:

JPR Advocaten wil 'hét go to-kantoor op V&A-gebied' worden

Binnen drie jaar groeien van acht naar 12 tot 15 medewerkers, het dienstenpalet en klantenbestand verbreden en uitgroeien tot een Top 5-speler op het gebied van het Verzekerings- en Aansprakelijkheidsrecht. Aan ambities geen gebrek bij JPR Advocaten, zo komt naar voren in een interview met Eva Schothorst, één van de drie V&A-partners bij het 55 medewerkers tellende advocatenkantoor met vestigingen in Deventer, Doetinchem en Utrecht. "We willen hét go-to-kantoor op V&A-gebied worden."



Eva Schothorst-Gransier: "Nieuwe regelgeving op het gebied van productaansprakelijkheid en -veiligheid zou wel eens kunnen leiden tot meer aansprakelijkheidsclaims en ook meer Class Actions, gelet op de 'Wet afwikkeling massaschade in collectieve actie (WAMCA) en de nieuwe Europese Collectieve Actie Richtlijn'. Ik zou bedrijven dan ook vooral willen aanraden goede recallplannen op te stellen en hun contracten aan te passen."

Eva is sinds 2001 werkzaam in de advocatuur, bijna van meet af aan in de V&A-praktijk. Zij zette haar eerste schreden bij NautaDutilh, waar zij gedurende 4,5 jaar de kneepjes van het vak werd bijgebracht door met name Eric van Niekerk en Tjitske Cieremans. Na een wereldreis van enkele maanden vervolgde zij haar loopbaan als advocaat bij BarentsKrans en zette zij daarna met Bas Baks de V&A-praktijk op bij CMS, waar zij gedurende 13 jaar samenwerkten. Aansluitend werkte zij bij Simmons & Simmons als *Head of Insurance* en sloot zij zich, opnieuw na een wereldreis, per 1 oktober 2022 als partner aan op de nieuwe vestiging van JPR Advocaten in Utrecht. Haar specialismen zijn productaansprakelijkheid, productveiligheid, recall, werkgevers-aansprakelijkheid en verzekeringsrecht. "Ik ben een avonturier en hou van bouwen, zowel van de vestiging als de V&A-praktijk. Vandaar mijn keuze voor JPR."

125 JAAR JONG

JPR Advocaten viert in 2024 haar 125-jarig bestaan, een heuglijke mijlpaal die later dit jaar op gepaste wijze zal worden gevierd.

Het is van oudsher een van de grotere advocatenkantoren in het oosten van het land met vestigingen in Deventer en Doetinchem en daar is mede op verzoek van klanten een kantoor in Utrecht bijgekomen, aanvankelijk puur als bezoeklocatie voor de meer in het westen van het land gevestigde klanten maar inmiddels uitgegroeid naar een volwaardige vestiging met zeven medewerkers die actief zijn op het gebied van V&A, bouwrecht en M&A. Begin dit jaar is Annemarie van den Berg aangesteld als kantoordirecteur. Eva hierover: "Met de beweging naar Utrecht willen we laten zien dat we landelijk opereren en ook internationaal actief zijn. We hebben ook hier al enkele nieuwe cliënten aan ons kunnen binden en ook aanstormend talent uit de Utrechtse regio weet ons steeds beter te vinden."

Bij JPR Advocaten zijn inmiddels 55 medewerkers actief, verdeeld op een zestal werkgebieden: ondernemingsrecht, M&A, bouw- en vastgoed, arbeidsrecht, intellectuele eigendommen/ICT/privacy en het Verzekerings- en Aansprakelijkheidsrecht. Dat laatste team telt inmiddels acht medewerkers, onder wie drie partners: naast Eva Schothorst-Gransier zijn dat Manon Pluymen en Pieter Leerink. Met z'n achten behandelen zij dossiers op het vlak van AVB (materieel en letsel), *Property*, *CAR*, beroepsaansprakelijkheid, productaansprakelijkheid en *recall*, D&O, cyber, krediet, *business interruption*, WAM en inkomen en verzuim.

"WE HOUDEN VAN ONS WERK"

Het 125-jarige advocatenkantoor heeft met name de afgelopen jaren een sterke groei doorgemaakt en mede na Eva's komst ook op V&A-gebied. Waar ligt jullie kracht? Haar antwoord: "We zien onszelf als een soort V&A-boetiek+, een *fullservice* V&A-kantoor met de mogelijkheid om andere disciplines in te schakelen, zoals bijvoorbeeld bouwrecht. We zijn heel servicegericht, hebben een platte organisatie, zijn toegankelijk, hebben korte lijntjes met de wetenschap en kunnen via ons internationale advocatennetwerk klanten wereldwijd juridisch van dienst zijn."

Zij vervolgt: "Bovendien kenmerken we ons door onze kwaliteit, pragmatische aanpak en persoonlijke service. En niet onbelangrijk: we vinden ons werk gewoon heel leuk. Bij JPR werken mensen die houden van hun ambacht, die vakgedreven zijn,

klantgericht en naast de ondernemer staan. De combinatie van oosterse nuchterheid en westers pragmatisme lijkt een goede combinatie te zijn. Niet voor niks zijn we in december 2022 door Sprout MT1000 uitgeroepen als beste dienstverlener van Nederland in de advocatuur en afgelopen jaar op de tweede plaats geëindigd. Dat zegt wel iets natuurlijk. Zo ook dat we veel *repeat players* als cliënt hebben en we bij een aantal partijen al tientallen jaren de huisadvocaat zijn. We willen een kantoor zijn waar klanten zich thuis voelen.”

Bijzonder is volgens haar ook dat bij JPR de verdeling tussen mannelijke en vrouwelijke partners in vergelijking met de markt hoog is: *fifty-fifty*. Daarnaast kenmerken we ons door onze persoonlijke band met onze relaties. “Zo krijgen onze V&A-klanten na afloop van een zaak altijd een persoonlijk getint bedankkaartje, krijgen onze relaties iets leuks bij een bespreking op Sinterklaas en bieden we relaties ook de mogelijkheid om desgewenst bij ons kantoor in Utrecht te flexwerken als ze in de buurt zijn en wat tijd moeten overbruggen tussen twee afspraken in. Onze manier van werken wordt hoog gewaardeerd. Ik heb nog nooit zoveel chocola als bedankje gekregen als het afgelopen jaar.”

AMBITIEUS

Zoals in het intro reeds aangegeven hebben Eva en haar V&A-collega's ambitieuze groeiplannen: verbreding van het dienstenpalet, groei van het klantenbestand, ook internationaal via ons wereldwijde netwerk, en binnen drie jaar uitbreiding van het aantal medewerkers naar 12 tot 15 en uitgroeien tot een Top 5-speler op V&A-gebied.

Ik ben een avonturier en hou van bouwen, zowel van de vestiging Utrecht als de V&A-praktijk

Wishfull thinking of een reële doelstelling? “Dat laatste”, antwoordt Eva prompt. “We zien de komende jaren dan ook zeker voldoende groeimogelijkheden. Helaas kent nog niet iedereen in de verzekeringsmarkt JPR en weet wat we kunnen. Dat vind ik eigenlijk een gemiste kans voor de markt. Want we staan voor kwaliteit, zijn een heel sterk team, doen wat we zeggen en leveren resultaat. Ook internationaal worden we in toenemende mate ingezet vanwege ons omvangrijke advocatennetwerk in het buitenland. Onze ambitie is om ‘hét go to-kantoor op V&A-gebied’ te worden. Wij willen voor onze cliënten een top speciaalzaak zijn, waar je graag een blokje voor omrijdt. En daarnaast willen we een fijne en stimulerende werkomgeving zijn voor onze medewerkers.”

‘HET ANDERS DOEN’

Hoe denken jullie dat te verwezenlijken?. “In de eerste plaats door ons werk gewoon heel goed te doen, open te staan voor feedback en daarop te acteren”, benadrukt Eva. “We willen blij-



Het V&A-team van JPR Advocaten bijeen.

ven leren van cliënten en relaties. Bovendien willen we voor onze klanten een goede *businesspartner* zijn. Door persoonlijke service te bieden en daarnaast onze kennis met hen te delen door middel van het geven van trainingen, het organiseren van seminars en workshops, het regelmatig als docent optreden (o.m. bij UVA en ACIS) en door vakinhoudelijke artikelen te publiceren.”

JPR zegt zich te willen onderscheiden van de overige kantoren. Door het volgens Eva anders te doen op alle fronten. “Zo hebben we bijvoorbeeld binnen kantoor een AI werkgroep die adviseert over de toepassing van AI. Maar ook het eerder genoemde flexwerken op ons kantoor als relaties in de buurt zijn. Dat past bij het nieuwe werken en is nog duurzaam ook. Je maakt immers effectief gebruik van de ruimte die er toch al is.”

TRENDS

Wat zie jij als voornaamste trends en ontwikkelingen op de vakgebieden waarin jullie als JPR actief zijn? Haar antwoord: “Over de *trends & developments* in het verzekeringsrecht hebben Pieter, Manon en ik net gepubliceerd in de *Chambers Global Practice Guide Insurance & Reinsurance 2024*. Zo is per 1 juli jl. art. 7:930 lid 4 BW aangepast. De verzekeringnemer die zijn mededelingsplicht niet is nagekomen en daardoor geen recht heeft op uitkering, is geen premie verschuldigd als hij wel te goeder trouw was. Onderwerpen die verder actueel zijn, zijn de ESG-verplichtingen en klimaatgerelateerde risico's.”

De grootste veranderingen voorziet de Utrechtse V&A-advocaat op het gebied van productaansprakelijkheid en -veiligheid. “Er treedt een nieuwe Europese Verordening in werking inzake productveiligheid voor *non-food*. Marktdeelnemers moeten vanaf 13 december a.s. aan deze Verordening voldoen ten aanzien van consumentenproducten die vanaf dan in de handel worden gebracht. Met het oog hierop is ook de voorgestelde nieuwe Richtlijn Productaansprakelijkheid cruciaal, die consumenten meer bescherming zal bieden. Dit zou wel eens kunnen leiden tot meer aansprakelijkheidsclaims en ook meer *Class Actions*, gelet op de ‘Wet afwikkeling massaschade in collectieve actie (WAMCA) en de nieuwe Europese Collectieve Actie Richtlijn’. Ik zou bedrijven dan ook vooral willen aanraden goede recallplannen op te stellen en hun contracten aan te passen.” ■

Kim Martins Neto (Cyber) en Marnix de Kievit (PI) bij DUAL Benelux Underwriters van het eerste uur

Er is zeker ruimte voor een nieuwe aanbieder

Vorig jaar mei ging vanuit het voormalige Shell-gebouw aan het Hofplein in hartje Rotterdam DUAL Benelux van start. In nog geen driekwart jaar heeft de MGA een plek verworven op de zakelijke verzekeringsmarkt, telt het vandaag de dag 16 medewerkers en heeft het inmiddels in een groot aantal branches een mooie portefeuille opgebouwd. In dit artikel komen Kim Martins Neto (Cyber) en Marnix de Kievit (Professional Indemnity/ Beroepsaansprakelijkheid) aan het woord, beiden *Underwriters* van het eerste uur. Geheel passend in de lijn van de *Managing General Agent* zeggen zij voor hun eigen branche terug te kijken op een 'voortvarende start'. "We zijn door de markt positief ontvangen en de resultaten stemmen tot tevredenheid. Het bevestigde onze gedachte dat er in de zakelijke verzekeringsmarkt ruimte is voor een nieuwe aanbieder."

Kim Martins Neto was vorig jaar mei de eerste *Underwriter* die door *Managing Director* Peter Kegel werd aangetrokken in het nieuw te vormen team voor Nederland, België en Luxemburg. Zij is als *Lead Underwriter Cyber* verantwoordelijk voor de opzet en uitbouw van de cyberportefeuille. Zij is afkomstig van Chubb waar zij sinds maart 2015 werkzaam was. Aanvankelijk als *Financial Claims Adjuster* en de laatste 5,5 jaar als *Senior Underwriter Cyber*. Daarvoor werkte zij bijna een jaar bij Meijers Assurantiën als *Claimshandler Marine*.

Een maand later volgde Marnix de Kievit als *Lead Underwriter Professional Indemnity*. Marnix is sinds 2006 werkzaam in de verzekeringsbranche en is afkomstig van Liberty Specialty Markets, waar hij gedurende ruim 5,5 jaar werkzaam was als *Senior Underwriter Professional Indemnity* en sinds oktober 2020 als *Underwriting Manager Professional Indemnity* voor de Benelux & de Nordics. Daarvoor werkte hij bijna 4,5 jaar bij AIG als *Underwriter Professional Liability & Cyber* en als *Underwriter Special Risks Financial Lines* en ruim 6,5 jaar bij Schouten Insurance International als *Sluiter Aansprakelijkheidsverzekeringen* en als *Accountmanager Business Development*.

ONDERNEMEN IN LOONDIENST

Marnix is inmiddels bijna 18 jaar actief binnen de verzekeringsbranche, van meet af aan in het aansprakelijkheidssegment; Kim is binnenkort tien jaar werkzaam in de sector, waarvan de afgelopen zes jaar op cybergebied. Gevraagd naar hun affiniteit met hun werkgebied antwoordt Marnix: "Binnen de beroepsaansprakelijkheid in het groot zakelijke segment is geen enkel risico hetzelfde en ieder segment kent eigen behoeften en verplichtingen. Hier pragmatisch en innovatief in meedenken met de makelaar, zorgt dat geen dag hetzelfde is." Kim vult aan: "De cyberwereld is erg dynamisch en vereist veel flexibiliteit en aanpassingsvermogen. Het is voor mij een uitdaging om te blijven werken aan cyberoplossingen voor markt specifieke risico's binnen diverse sectoren."



Kim Martins Neto: "De cyberwereld is erg dynamisch en vereist veel flexibiliteit en aanpassingsvermogen. Het is voor mij een uitdaging om te blijven werken aan cyberoplossingen voor markt specifieke risico's binnen diverse sectoren."

Waarom hebben jullie vorig jaar de overstap gemaakt naar DUAL Benelux? Kim noemt het bouwen aan iets nieuws, een portefeuille van *scratch* af opzetten en zelf polisvoorwaarden kunnen schrijven. Bij Dual Benelux zegt ze de kans te hebben gekregen om dat te doen. "Je krijgt hier een grote mate van zelfstandigheid om je werk te doen. We noemen ons zelf hier dan ook intrapreneurs: we opereren als het ware als onder-

nemers in loondienst." Marnix denkt er hetzelfde over: "Ik vind het prettig nu voor het eerst in mijn loopbaan zonder *legacy* te kunnen werken, een bepaald kader waarbinnen je moet opereren. We kunnen nu zelf onze aanpak en vorm bepalen en de doelgroepen kiezen die je wilt verzekeren wat je wel en niet wilt dekken. Bovendien zijn we als MGA niet gebonden aan één partij maar werken we samen met meerdere *carriers*. Dat alles maakt het speelveld nog meer interessant om *stakeholders* aan beide kanten te hebben."

KRACHT

Wat is in jullie ogen de specifieke kracht van DUAL Benelux? "Dat is best veel", antwoordt Marnix direct. "In Nederland zijn we weliswaar net begonnen, maar ons bedrijf bestaat in Europa inmiddels 25 jaar en hebben we kantoren over de hele wereld. Mede daardoor beschikken we internationaal over een schat aan ervaring in de branches waarin we actief zijn. Doordat we wereldwijd met een 70-tal *carriers* werken kunnen we bovendien volop capaciteit aanbieden en zijn we niet afhankelijk van één partij."

In ons acceptatieproces staan de ondernemer en het risico centraal en niet het segment waarin de klant actief is

Tot dusver werkt DUAL in Nederland op PI-gebied met een vijftal risicodragers samen, maar dat kunnen er de komende tijd meer worden. Voor cyber zijn dat er volgens Kim momenteel drie. Ook zij noemt de *worldwide* aanwezige kennis en ervaring op de relatief nog prille cyberverzekeringmarkt als een van de sterke punten van de MGA. "Daarnaast onderscheiden we ons in de markt door onze service, korte lijnen, snelheid van handelen en flexibele in- en opstelling zodat we snel kunnen inspelen op de veranderende behoefte aan kantzijde: van SME (tot 250 miljoen euro omzet) tot multinationals. Bovendien hebben we inmiddels onze eigen polisvoorwaarden geschreven en kijken en denken we actief mee over schadepreventieve maatregelen."

Zij vervolgt: "Onderscheidend is in onze ogen zeker ook dat we in ons acceptatieproces de ondernemer en het risico centraal stellen en niet het segment waarin de klant actief is. Er zullen desondanks altijd risico's zijn die niet verzekeraar zijn, maar het is bij ons wel de insteek om altijd, samen met makelaar en klant, op zoek te gaan naar een adequate oplossing. Zo accepteren we ook bedrijven die weliswaar niet voor de volle honderd procent aan onze acceptatievereisten voldoen, maar waarvan wel de verwachting gerechtvaardigd is dat dit binnen enkele maanden gebeurt."



Marnix de Kievit: "Ik vind het prettig nu voor het eerst in mijn loopbaan zonder legacy te kunnen werken, een bepaald kader waarbinnen je moet opereren. We kunnen nu zelf onze aanpak en vorm bepalen en de doelgroepen kiezen die je wilt verzekeren wat je wel en niet wilt dekken."

VOORTVARENDE START

Beiden zijn inmiddels negen maanden aan de slag en hebben de eerste '*renewal*' meegemaakt, wat natuurlijk volop kansen met zich meebrengt voor een nieuwkomer op de markt. Zij spreken dan ook over een 'voortvarende start', die zij mede toeschrijven aan de manier waarop de komst van DUAL Benelux door makelaars is ontvangen. "Daar heeft het door ons in de loop der jaren opgebouwde relatienetwerk zeker in positieve zin aan bijgedragen."

Weliswaar neemt het risicobewustzijn ook bij MKB-bedrijven toe, maar velen investeren liever in preventie dan in verzekeringen

Kim: "Sinds de lancering van onze cybervoorwaarden nemen de *primary*-activiteiten naast het *excess*-segment naar tevredenheid toe. De nog relatief prille cyberverzekeringmarkt kenmerkt zich nog vooral door het grote aantal *first buyers*, bedrijven die zich voor de eerste keer verzekeren. Weliswaar neemt het risicobewustzijn ook bij MKB-bedrijven toe, maar velen investeren liever in preventie dan in verzekeringen. Er is op dat vlak dan ook nog heel wat zending te bedrijven", aldus

DUAL's cyberspecialist, die daarnaast in de markt zegt te constateren dat er zeker in het *excess*-segment meerdere nieuwe aanbieders zijn bijgekomen. "Aan de andere kant is het aantal aanbieders in het *lead*-segment nog beperkt, terwijl daar bij makelaars en hun klanten zeker vraag naar is. Daarin zien we dan ook zeker kansen voor ons."

Zeker in vergelijking met de cyberverzekeringsmarkt is die voor beroepsaansprakelijkheid/PI inmiddels al een stuk volwassener en mede daardoor ook wat stabiel, ook wat het aantal aanbieders betreft. Desondanks zegt Marnix in de competitieve markt voldoende ruimte te zien voor een nieuwe aanbieder. "Dat laat onze entree en de ontwikkeling van de portefeuille in de afgelopen maanden zien. Bovendien zien we in een aantal segmenten, mede vanwege het algehele schadeverloop, dat een aantal verzekeraars zich terugtrekken of capaciteit beperken, zoals bijvoorbeeld ten aanzien van *design & construct*- en VS-gerelateerde risico's. Net als bij cyber kijken we ook bij beroepsaansprakelijkheid naar het individuele risico en niet naar het bedrijfssegment waarin men actief is."

2024

Gezien de ontwikkeling van zowel DUAL Benelux als geheel en hun portefeuilles in het bijzonder zijn Kim en Marnix positief gestemd voor de verdere groei in 2024 en verder. Wat kunnen makelaars en hun klanten dit jaar specifiek van jullie zoal verwachten? Eerstgenoemde: "We gaan door op de ingeslagen weg door samen met de makelaar naar passende oplossingen te blijven zoeken voor de cyberrisico's waarvoor ondernemers zich gesteld zien. Daarbij willen we met name voor het SME-segment onze propositie verder onder de aandacht van makelaars brengen. Voor de *large accounts* en multinationals hebben wij nu al de mogelijkheid om tot 20 miljoen euro capaciteit aan te bieden. Verder willen we nog nadrukkelijker met makelaars en hun klanten meedenken over preventieve maatregelen middels een gerichtere aanpak op risicobeperking/preventie. We draaien van *awareness* naar echt stappen zetten in risicobeperkende maatregelen die je al terugziet in onze *underwriting* en acceptaties. Vanwege de verwachte groei in werkzaamheden denk ik dit jaar ons cyberteam te kunnen uitbreiden."

De PI-markt in Continentaal Europa is stabiel, maar de vraag naar echte maatwerkoplossingen en combinaties van verschillende verzekeringsproducten neemt toe

Marnix vult aan: "De PI-markt in Continentaal Europa is stabiel, maar de vraag naar echte maatwerkoplossingen en combinaties van verschillende verzekeringsproducten neemt toe. Verzekeringsvoorwaarden, acceptatie en claims moeten hierop inspelen en is één van onze innovatieve oplossingen. We zoeken in de eerste plaats naar mogelijkheden om onze portefeuille verder uit te bouwen, mede door uitbreiding van aantal *carriers* waarmee wij op PI-gebied samenwerken. Mede op die manier willen we onze capaciteit vergroten tot 50 miljoen euro per account, wat ongekend is voor de Nederlandse markt. Daarnaast willen we in het tweede kwartaal van dit jaar met eigen polisvoorwaarden komen zodat we nog vaker de *lead* kunnen nemen."

Hij kondigt vervolgens een naar eigen zeggen 'uniek nieuw brancheoverschrijdend product' aan, dat momenteel samen met de DUAL-collega's binnen Europa wordt uitgewerkt onder de naam 'TECH'. Het omvat een gecombineerde cyber - & PI-dekking voor technologiebedrijven. "Deze bedrijven moeten in onze optiek beide risico's goed afdekken. Kiest men slechts voor één van de twee of beide dekkingen bij verschillende risicodragers, dan ontstaat er een hiaat in hun dekking, met alle risico's van dien. Dit jaar nog zal ook D&O en Crime toegevoegd kunnen worden. Wij hebben hoge verwachtingen van dit nieuwe product in geheel Europa en zien hierin een voorbode van meer branche overschrijdende samenwerking en verzekeringsproducten." ■

“Pensioenadvies speelt een belangrijker rol dan ooit”

De nieuwe Pensioenwet is al een half jaar ingevoerd, maar de invoering ervan dreunt lang na. Politieke partijen zetten nog steeds vraagtekens, het is een dankbaar onderwerp voor debat in de media en ook op de werkvloer heerst veel onduidelijkheid of dit nou wel een vooruitgang is. Aan voer voor discussie dus geen gebrek, maar ondertussen moeten de nieuwe pensioenregelingen uiterlijk op 1 januari 2028 aan het nieuwe stelsel voldoen. Hoe ga je hiermee om als pensioenadviseur?

Het Nederlandse pensioenstelsel heeft altijd hoog gescoord wereldwijd. Blijven we met de nieuwe pensioenregels net zo hoog scoren, is nog maar de vraag. “Groter is de vraag hoe de beleving is van de pensioendeelnemers”, stelt Nelleke Sterrenberg, beleidsmedewerker van de SAR, die het deskundigheidsniveau van de Register Pensioenadviseurs onderhoudt. “Er bestaat bij de meeste pensioendeelnemers meer draagvlak voor het huidige stelsel dan voor het nieuwe. Onbekend maakt onbemind, maar het heeft ook zeker te maken met onzekerheid. Gaan de garanties verloren? Wat doet het met de positie van de werknemer? Het is essentieel dat pensioendeelnemers begrijpen welke invloed het nieuwe pensioenstelsel heeft op hun financiële toekomst en dat begint bij een duidelijk en toekomstbestendig advies.”

INTRINSIEKE MOTIVATIE

“Hier ligt een grote rol voor een deskundig advies van een gekwalificeerde, integere en onafhankelijke pensioenadviseur”, vindt Sterrenberg, “en daarin is nog wel het kaf van het koren te scheiden. Het is belangrijker dan ooit dat je vertrouwen kunt hebben in een goed advies. Een serieus kwaliteitslabel draagt bij aan een goed werkend pensioenstelsel. De Register Pensioenadviseur zorgt voor dat onderscheid in pensioenadvies.” Een RPA is veel meer dan iemand die alleen voor verplichte periodieke educatie zijn ‘diploma actueel houdt’, zegt ze. “Een Register Pensioenadviseur kiest er bewust voor om vanuit een diepe intrinsieke motivatie zich kwalitatief te onderscheiden in zijn dienstverlening, om het voor de klant goed te willen doen. Om verder te gaan dan de wettelijke vereisten met betrekking tot de kennis en deskundigheid.”

PROFESSIONALISEREN

Het is een pittige taak, waarmee de pensioenadviseurs belast zijn. Hoe bereid je ze optimaal voor? “De SAR onderhoudt het deskundigheidsniveau van de RPA’s, vanuit de overtuiging om het verder te professionaliseren”, vertelt Sterrenberg. “Dat betekent onder meer dat een RPA beschikt over een deskundig netwerk van onafhankelijke collega’s, waarmee hij kan sparren. Maar ook dat hij zijn kennis altijd kan bijspijkeren met actuele sessies. Met de veranderingen die voor de deur staan en een scherp

oog op de ontwikkelingen organiseren we diverse bijeenkomsten voor onze pensioenadviseurs. We onderzoeken de belangrijkste uitdagingen, waarmee zij worden geconfronteerd en werpen een blik op de essentiële aspecten waarop ze moeten letten.”

“Zo komen in deze sessies voor de RPA niet alleen marktontwikkelingen en doelgroep specificaties aan bod, maar ook mogelijke oplossingen”, legt ze uit. “De doelstelling van de bijeenkomsten is om de kennis en vakbekwaamheid te versterken, concrete handvatten te bieden en de gelegenheid te geven om met elkaar in gesprek te gaan over actuele ontwikkelingen en praktijkvoorbeelden.”

VERTROUWEN

Door onder meer de onbekendheid van de nieuwe regelgeving en de gevolgen, de aandacht in de media, de politieke discussies is het vertrouwen van de deelnemers in het van oorsprong zo sterke Nederlandse pensioenstelsel gekrenkt. De RPA vindt het heel belangrijk dat het vertrouwen wordt vergroot, zegt Sterrenberg. “Dat is ingewikkeld, maar wel cruciaal. Een duidelijk en onafhankelijk pensioenadvies speelt hierin een grote rol. Zeker in de begeleiding naar de overgang is de noodzaak van advies groot. Voor zowel de werkgever als de werknemer als de zelfstandig ondernemer. Het is voor hen al lastig genoeg om te volgen wat het nieuwe pensioenstelsel gaat betekenen in de praktijk. De bal ligt nu bij ons om de regelgeving te vertalen in een sterk en helder pensioenadvies, waarmee iedere werknemer en ondernemer klaar is voor de toekomst.”

WORD OOK REGISTER PENSIOENADVISEUR

Ben jij die pensioenadviseur, die ook graag net dat stapje verder gaat voor de klant? Sta jij voor een onafhankelijk en deskundig advies en wil je daarvoor verder gaan dan de wet vereist? Ga dan naar www.registerpensioenadviseur.nl voor meer informatie en om je in te schrijven. ■



Nelleke Sterrenberg

AI: zorg of zegen?

De ontwikkelingen op het gebied van artificial intelligence gaan razendsnel. Hoe ga je als adviseur om met de kansen en keerzijden van generatieve AI in de verzekeringsbranche, zoals ChatGPT? De SAR organiseert op woensdag 15 mei a.s. een themadag over Artificial Intelligence in Zeist onder de inspirerende leiding van dagvoorzitter Dustin Steenvoorden en motiverende sprekers als organisatiefuturesloog Arjen Banach en ChatGPT-expert Erik van der Veen.



Dustin Steenvoorden, manager Intermediaire Distributie bij De Goudse

‘Verzekeraars en intermediairs moeten nadenken over hoe ze ethisch kunnen blijven handelen en AI ten goede kunnen inzetten.’ Het is een stelling die aan bod komt tijdens de themadag over AI in de verzekeringsbranche. Er zit toch een zekere paradox in het gebruik van AI. Dankzij AI en data-inzichten zijn we in staat om persoonlijke en maatwerk verzekeringsvoorstellen aanbieden, processen vereenvoudigen en de klant meer controle geven. AI-technologie kan de verzekeringssector menselijker maken.

Maar het kan ook resulteren in meer onverzekerbare risico’s. Het kan leiden tot situaties, waarin verzekeraars de ‘beste’ soorten risico’s uitkiezen en klanten selecteren, die volgens de algoritmen de laagste claims indienen. Dat zou een groot effect hebben op onze samenleving. Hoe definiëren we met elkaar een manier van werken die ook na de implementatie van AI de onderliggende ethische principes van verzekeren waarborgen?

BEWUSTZIJN

In de Nederlandse verzekeringssector wordt AI in toenemende mate ingezet. Dat biedt kansen, maar het brengt ook onzekerheden en risico’s met zich mee. Het is belangrijk dat er een bewustzijn komt ten aanzien van die onzekerheden en risico’s om te komen tot een waarborg dat AI ingezet gaat worden en wordt op een manier die verantwoord is en voldoet aan de eisen die er zijn als het gaat over een integere en beheerste bedrijfsvoering, productontwikkeling en vooral de zorgplicht.

BASISPRINCIPE

Met de komst van AI in het verzekeringswezen zal de relatie tussen de verzekerde en de verzekeraars enerzijds en tussen de verzekeraars en het intermediair anderzijds veranderen. AI kan verzekeren inclusiever maken. Maar het feit dat AI tot op twee cijfers achter de komma kan uitrekenen hoe groot de kans is dat een risico zich voordoet, kan ook leiden tot meer ‘onverzekerbare’ risico’s. Dit verandert iets aan het basisprincipe van verzekeren dat verzekeraars al eeuwenlang gebruiken, met name dat risico’s worden gegroepeerd en onderling verdeeld. Als een verzekerde door onvoorziene omstandigheden met schade of kosten wordt geconfronteerd, worden die verliezen over de bredere samenleving gespreid.

DATA INTEGREREN

Voor verzekeraars, intermediairs en gevolmachtigd agenten geldt dat zij gebaat zijn bij een toekomstbestendige bedrijfsvoering, waarbij de juiste klanten, op het juiste moment, de juiste aandacht krijgen. Daarbij speelt de inzet van data en AI-technologie een belangrijke rol. Met de komst van AI kunnen we enorme hoeveelheden persoonsgegevens analyseren en risicofactoren, individuele voorkeuren en gedragspatronen beter inschatten.

Stel dat je de autoverzekering voortaan precies kunt afstemmen op hoe vaak de auto wordt gebruikt en op een rijgedrag. Is het bijvoorbeeld een goed idee om alle slimme toestellen in huis en/of bedrijf te koppelen aan de brandverzekering? AI biedt de mogelijkheid om data op elk niveau te integreren om heel erg

precieze verzekeringsoplossingen aan te bieden. Met dekkingen en prijzen die precies zijn afgestemd op de individuele behoefte. Dat levert echter ook een andere kant op. Een aantal voorbeelden.

Door het steeds verder personaliseren van bijvoorbeeld ziektekostenverzekeringen, dat voordelen oplevert voor de gezonde mens, kan het zijn dat mensen die er meest behoefte aan hebben mogelijk heel veel moeten gaan betalen voor een ziektekostenverzekering. Tegelijkertijd kunnen we de informatie van slimme toestellen weer aanwenden om een gezondere levensstijl na te streven en op die manier het risicoprofiel van een klant te verbeteren.

Of, door de klimaatverandering worden grotere gebieden kwetsbaarder voor overstromingen of het effect van hittegolven, daardoor kunnen huizen onverzekerbaar blijken te zijn. AI kan worden ingezet om te komen tot een betere geografische diversificatie en zelfs het implementeren van alarmsystemen, zodat uiteindelijk iedereen gedekt kan zijn voor brand en overstromingen.

PEOPLES BUSINESS

Nadenken over de bredere gevolgen van AI voor de toekomst van onze beroepsgroep zal vooral gedaan moeten worden door samen te werken en vooral stil te staan bij de rol van de verzekeringssector als vangnet voor de samenleving. Waarbij het aan onze stand verplicht is om de integriteit van verzekeren te beschermen. AI kan immers uitsluiting in de hand werken of net andersom inclusie bevorderen. Maar, aan het einde van de dag draait het bij verzekeringen, zowel particulier als zakelijk, echter op vertrouwen: het is en blijft een *peoples business*. ■



Arjen Banach, spreker en organisatiefuturoloog

Themadag AI: Zorg of zegen?

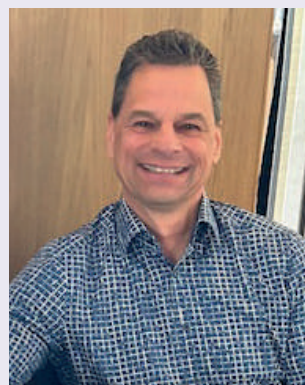
Woensdag 15 mei 2024
13.00 tot 16.30 uur
Hotel Oud London Zeist
235 euro
Meld je aan via de SAR Academy
<https://educatie.sar.nu/inschrijven/index/ssa>

Drie geslaagden voor het RMiA assessment

De testcommissie van het RMiA heeft op vrijdag 8 maart in Zeist het RMiA assessment afgenomen. Na het schriftelijke en mondelinge examen zijn Peter Jansma van de Thoma Groep, Wim Hazejager van Drechtsteden Zekerheid en Ruben van Doremaele van Van der Straat Verzekeringengeslaagd voor het assessment. Zij mogen zich vanaf nu Registermakelaar in Assurantiën noemen en RMiA achter hun naam zetten.



Ruben van Doremaele



Peter Jansma



Wim Hazejager

Arthur van Essen en Pieter Jansen brengen hun consultancybedrijf BAIK Advisory meer onder de aandacht

We vormen een brug tussen verzekeringsindustrie en klant

Ze kennen elkaar al 25 jaar en hebben in die jaren geregeld met elkaar samengewerkt, de een als (internationale) makelaar en verzekeraar en de ander als wereldwijd opererende insurance manager bij een multinational. Inmiddels werken Arthur van Essen en Pieter Jansen al enige tijd voor het eerst gezeten aan dezelfde kant van de tafel, samen bij hun consultancybedrijf BAIK Advisory, waarin zij ondernemingen en verzekeringsbedrijven met raad en daad terzijde staan op verzekerings- en riskmanagementgebied. "Door onze jarenlange ervaring op beide terreinen begrijpen wij enerzijds wat de klant wil en weten we anderzijds hoe de werkprocessen in de verzekeringsbranche er uitzien en hoe de distributieketen werkt, zowel in de acceptatiefase als bij de afwikkeling van schadeclaims. "We vormen dan ook als consultant een brug tussen de verzekeringsindustrie en de klant"

Zij kunnen ieder voor zich bogen op een rijke, jarenlange ervaring in de verzekerings- en riskmanagementwereld. Arthur werkte ruim tien jaar als *CEO & Country Manager* bij AGCS in Nederland en ruim 23 jaar in diverse directie- en managementfuncties bij Marsh & McLennan. Pieter was onder meer 19,5 jaar actief bij Unilever als *Global Insurance Manager, Director of Risk Management (VS)* en *Global Head of Insurance and Risk Control* en ruim 8,5 jaar in verschillende risk- en insurance functies bij o.a. Pon.

TOE AAN EEN NIEUW UITDAGING

Beiden waren na hun jarenlange ervaring als resp. makelaar/verzekeraar en insurance manager enkele jaren geleden terug toe aan een nieuwe uitdaging. Pieter zegt tijdens een sabbaticalperiode goed nagedacht te hebben over een vervolg van zijn loopbaan. "Uiteindelijk kwam ik tot de conclusie dat ik datgene wat ik altijd heb gedaan toch het allerleukste vond en dat ik in de verzekeringsbranche werkzaam wilde blijven. Ik ben toen aan de slag gegaan als zelfstandig consultant onder de naam BAIK Management, wat 'goed' betekent in het Indonesisch."

Arthur maakte min of meer dezelfde ontwikkeling door. "Ook ik was toe aan een nieuwe wending in mijn carrière. Bovendien wilde ik iets gaan doen waarin ik niet alleen zelfstandig maar ook volstrekt onafhankelijk te werk kon gaan. Op een gegeven moment kwam ik Pieter weer eens tegen. We hebben vervolgens meerdere keren gesproken – of 'dagdromen' zo u wilt – over onze passies en ambities en hebben uiteindelijk besloten samen verder te gaan. Omdat het zowel op het persoonlijk vlak als qua ideeën klikte met elkaar maar ook omdat we qua kennis, werkervaring in binnen- en buitenland en persoonlijke vaardigheden elkaar goed aanvullen. Het belangrijkste is natuurlijk dat we markt voor ons zien en ervan overtuigd zijn meerwaarde te kunnen bieden. Bovendien kan ik me goed vinden in de bedrijfsnaam BAIK Advisory, omdat ook ik persoonlijk wat heb met Indonesië en de naam in elk geval meer onderscheidend is dan Jansen & Van Essen", zegt hij met een knipoog.



Arthur van Essen en Pieter Janssen: "In de wereld van 'insurance & risk management' zagen en zien wij enkele onvolkomenheden. Verzekeraars die door marktomstandigheden veel naar binnen waren gekeerd, intermediair die door deze complexe en harde markt moeite had hun proposities goed voor het voetlicht te brengen en aan de klantkant een mismatch tussen klant, makelaar en verzekeraars."

DRIVING BETTER OUTCOME

BAIK Advisory omschrijft zichzelf op hun nieuwe website als 'een onafhankelijke, ervaren en integere adviesorganisatie die samenwerkt met bedrijven (waaronder de interne risicobeheerteams) en de verzekeringstoeleveringsketen om organisaties te helpen bij het beheren van verzekerbare risico's, waardoor betere verzekeringsresultaten kunnen worden behaald'.

"Onze missie luidt dan ook 'driving better outcome'. We begeleiden en ondersteunen bedrijven – vooral die zonder eigen insurance manager – bij vragen over hun risico- en verzekeringsbeleid, verzekeringspakket en over eventueel te treffen preventie maatregelen, het beoordelen van tenderprogramma's, de opzet en ontwikkeling van captives, de afwikkeling van schadeclaims, het opzetten en beoordelen internationale

verzekeringsprogramma's en verzekeringsoplossingen op maat. Ook adviseren we over zaken als *audits*, *governance*- en *compliance* modellen, treden soms op als interim risk- en insurance managers", aldus beide partners, die momenteel ook betrokken zijn als commissaris bij captives en acteren als een voorzitter van een Raad van Advies. Zij werken tot dusver voor een brede range aan bedrijven: van *scale ups* tot grote multinationals tot captives.

ONVOLKOMENHEDEN IN DE MARKT

Elke onderneming en zeker ook iedere 'starter' ziet mogelijkheden voor zichzelf om in een bepaalde markt of marktsegment een goede boterham te kunnen verdienen. Welke 'gaten in de markt' zien jullie? "Pieter steekt van wal: "In een complexe wereld waar de teams eerder kleiner dan groter worden is ruimte voor een goede, onafhankelijke adviseur. Bedrijven zijn soms zoekende naar optimalisatie of bevestiging en hebben dan ook behoefte aan deskundig advies en begeleiding op verzekerings- en riskmanagementgebied. Door onze jarenlange ervaring kunnen wij hen op beide terreinen met raad en daad terzijde staan."

In een complexe wereld waar de teams eerder kleiner dan groter worden is ruimte voor een goede, onafhankelijke adviseur

Arthur vult aan: "In de wereld van 'insurance & risk management' zagen en zien wij enkele onvolkomenheden. Verzekeraars die door marktomstandigheden veel naar binnen waren gekeerd, intermediair die door deze complexe en harde markt moeite had hun proposities goed voor het voetlicht te brengen en aan de klantkant een *mismatch* tussen klant, makelaar en verzekeraars. De bedrijfskolom had het zwaar en dit werd versterkt door alle verstoringen en uitdagingen van de pandemie. Met name de klantkant worstelde met zijn partners vanwege een gebrek aan vertrouwen en een groeiende frustratie over de in hun ogen onvoldoende serviceverlening. Door vanuit een volstrekt onafhankelijke positie te werken, zien wij kansen om het vertrouwen weer te herstellen. Immers, vreemde ogen dwingen en zijn van meerwaarde voor de klant bij het bepalen van wat goed is en wat beter kan."

KRACHT

Gevraagd naar de kracht en meerwaarde van BAIK Advisory noemen beide partners hun jarenlange ervaring binnen de nationale en internationale verzekeringswereld: Arthur als makelaar en verzekeraar en Pieter als risk- en insurance manager. "Hierdoor kunnen wij een holistische aanpak presenteren. Bovendien begrijpen wij aan de ene kant wat de klant wil en weten we aan de andere kant hoe de verzekeringsbranche en hoe de distribu-

tieketen werkt, zowel in de acceptatiefase als bij de afwikkeling van schadeclaims. Daardoor vormen we als consultant dan ook als het ware een brug tussen de enerzijds de verzekeringsindustrie en anderzijds de klant", benadrukt Pieter

Arthur wijst daarnaast op de volstreekte onafhankelijkheid." Wij adviseren, maar hebben geen enkele verbintenis met welke financiële dienstverlener dan ook. Zo bemiddelen we niet zelf, dat laten we over aan de professionele makelaars, maar kunnen klant én makelaars bijstaan in zowel het acceptatieproces als bij de afwikkeling van een schadeclaim. Tekenend voor de manier waarop veel bedrijven tegen de verzekeringsbranche aankijken is dat bij vrijwel alle directies (CEO/CFO/COO) geen enkel verzekeringsbedrijf voorkomt in de lijst van vijf telefoonnummers van adviseurs die zij meteen zouden bellen in geval van een grote calamiteit. In tegenstelling tot de meeste makelaars hebben wij wél direct toegang tot de C-suite. Daarvan kunnen niet alleen bedrijven profijt hebben, maar zeker ook makelaars."

MEER AAN DE WEG TIMMEREN

Tot dusver hebben Arthur en Pieter hun werkzaamheden binnen BAIK Advisory vooral in de luwte uitgevoerd en is niet of nauwelijks iets aan acquisitie gedaan. Laatstgenoemde daarover: "Wij hebben een start gehad die onze verwachtingen heeft overtroffen. Tot dusver is het werk naar ons toegekomen. Desondanks willen we nu onze bekendheid en herkenbaarheid in de markt als *trusted advisor* vergroten voor onze doelgroepen: de (groot) zakelijke markt, *private equity*, familiebedrijven, de semi-publieke sector en *scale-ups*. Daarom hebben we recentelijk onze website geïntroduceerd, waarin we naast ons palet aan consultancydiensten ook onze kernwaarden naar voren brengen: onafhankelijk, integer en betrouwbaar."

Bij vrijwel alle directies komt geen enkel verzekeringsbedrijf voor in de lijst van vijf telefoonnummers van adviseurs die zij meteen zouden bellen in geval van een grote calamiteit

Arthur vult aan: "Ons doel is om wat wij zijn begonnen voor de komende jaren op eigen kracht en met eigen middelen voort te zetten, zodat wij geen concessies hoeven te doen aan onze onafhankelijkheid. Doel is om ons concept verder uit werken en een portefeuille organisch op te bouwen van organisaties die ons periodiek of per project kunnen raadplegen. Voor 2024 willen we *'lean and mean'* blijven, onze naamsbekendheid en het merk BAIK verder uit c.q. opbouwen, focus op waar we goed

Zorg ervoor dat de goede dingen die je doet ook daadwerkelijk door klanten worden gezien. Dat gebeurt nog veel te weinig

in zijn en voor veel andere zaken gebruik maken van *service providers* (IT, accounting, *backoffice*) zodat wij ons volledig op ons vak kunnen concentreren. Op termijn kijken of wij het aantal partners of (internationale) samenwerkingen kunnen uitbreiden met een competentie die aanvullend is aan die van ons. Voor dergelijke partnerships staan we zeker open.”

ROL PUBLIEKELIJK MEER UITDRAGEN

Tot slot, wat zouden jullie de markt mee willen geven? Pieter: “Zorg ervoor dat de goede dingen die je doet ook daadwerkelijk door klanten worden gezien. Dat gebeurt nog veel te weinig. De verzekeringsbranche vervult een belangrijke rol binnen de economie van ons land. De sector maakt namelijk ondernemen en innovaties mogelijk en is daarmee van cruciaal belang voor het wel en wee van de BV Nederland en de hierin opererende bedrijven. Die cruciale maatschappelijke rol mag best wat meer publiekelijk worden uitgedragen. “Arthur wijst daarnaast op het belang van samenwerking. “Ook daarin onderscheiden we internationaal. De manier waarop in ons land door partijen binnen de verzekeringsbranche wordt samengewerkt zie je nergens in de wereld. De voordelen daarvan moeten we echter wel beter uitnutten.”

De beide partners zijn aan de andere kant dan ook van mening dat de huidige manier van werken nog voldoende ruimte voor verbetering laat zien. Arthur daarover: “Er zijn geregeld verschillen tussen de service die de klant verwacht en datgene wat doorgaans door makelaars en verzekeraars wordt gebo-

den. Klanten willen stabiliteit, voorspelbaarheid qua dekking en premies en een goede uitleg van zaken. Dat zijn allemaal zaken waarin de verzekeringsindustrie beter zijn best moet doen. In de ogen van veel klanten voldoet de verzekeringsindustrie vandaag de dag lang niet altijd aan hun op zich hoge verwachtingen. Bijvoorbeeld over het meedenken over nieuwe risico's waarmee bedrijven worden geconfronteerd. Een snellere, meer proactieve benadering en wat meer ondernemerschap zal zeker op prijs worden gesteld.”

Pieter vult aan: “De verzekeringsbranche heeft op zich een goed verhaal te vertellen, maar is bepaald niet de beste communicator. Daardoor ontstaat, zeker bij CFO's, soms wat wantrouwen jegens de verzekeringsindustrie. Klanten willen weten waar ze aan toe zijn. Zo zitten zij niet te wachten op onverwachte dekkingaanpassingen of grote premieschommelingen van jaar of jaar en evenmin kan ontbreken van contractzekerheid – een polis die pas een half jaar na de ingangsdatum wordt afgegeven – niet op sympathie van de klant rekenen. Kortom, *get the basics right*, doe wat je belooft, communiceer beter. Alleen dan komt er ruimte voor een verdere verbreding en verdieping van de relatie.” ■

De verzekeringsbranche heeft op zich een goed verhaal te vertellen, maar is bepaald niet de beste communicator. Daardoor ontstaat soms wat wantrouwen jegens de verzekeringsindustrie

Zoekt u een bevlogen PR & Communicatie specialist met passie voor verbinden en organiseren?
06 109 110 48 www.vandervoortpr.nl

**voort
waarts**
PR & COMMUNICATIE SPECIALIST

Beursassuradeur Hienfeld 150 jaar actief in de zakelijke verzekeringsmarkt

We willen de beste nicheverzekeraar zijn

Het is feest in Diemen. Assuradeurenbedrijf Hienfeld bestaat 150 jaar en bij die heuglijke gebeurtenis wordt dit jaar op tal van momenten stil gestaan. Zo staan voor de ca 100 medewerkers maandelijks kleine en grotere festiviteiten op het programma, werd begin maart de VNAB beursborrel gesponsord en staat voor oktober een personeelsevent gepland. Sowieso staan de gezichten bij het familiebedrijf in Diemen op vrolijk, want het gaat de uitsluitend via het intermediair werkende assuradeur commercieel al geruime tijd voor de wind, zo komt naar voren in een interview met CEO Bob Botter en COO/CCO Johannes Matthes. “We profileren ons als ‘the best in niches’ en we werken er met z’n allen keihard aan om die slogan continu waar te maken.”

In 1874 zag W.A Hienfeld het levenslicht, opgericht door Willem Adrianus Hienfeld. Na zijn overlijden kwam de firma in handen van Rein Rijkens, die de portefeuille onderbracht bij een ander gerenommeerd assuradeurenbedrijf: Lugt Sobbe. Hier kwamen later ook de grootvader (1905), vader (1948) en een oom (1958) van Bob Botter als firmant te werken.

FAMILIEBEDRIJF

In 1954 werd de samenwerking met Lugt Sobbe beëindigd en werd de portefeuille van Hienfeld zelfstandig voortgezet. Mede door enkele acquisities – Mouthaan Assuradeuren en Van Wijk & Co Assuradeuren – maakte het bedrijf een gestage groei door. In 1981 kwam Bob Botter de geleerden versterken, werkte zich in tien jaar tijd op tot directeur en vervult sinds 1995 de functie van *Managing Director* bij het familiebedrijf, waar momenteel ook een schoonzoon werkzaam is en beide dochters tot de aandeelhouders behoren. Inmiddels is Hienfeld uitgegroeid tot een prominente, gerespecteerde speler op de zakelijke verzekeringsmarkt met ca 100 medewerkers en een omzet van ruim 100 miljoen euro. Johannes Matthes kwam in 2017 naar Hienfeld

BEWUST KEUZE VOOR NICHES

Oorspronkelijk was Hienfeld als *allround* beursassuradeur actief. Rond de eeuwwisseling is er bewust voor gekozen als nicheverzekeraar door te gaan en zijn de portefeuilles brand- en transportverzekeringen overgedragen aan HDI Global SE. Bob daarover: “In deze branches zijn veel verzekeraars actief en mede daardoor heb je enige omvang nodig om je daarin als aanbieder te kunnen onderscheiden. Dat kunnen wij wel in de niches waarin we actief zijn. Het verzekeren van niches vereist nu eenmaal specialistische kennis, wat in combinatie met onze jarenlange kennis en ervaring ons toonaangevend maakt in onze niches in de verzekeringsmarkt.”

Hoe onderscheiden jullie je van de andere verzekeraars? “In de eerste plaats door goede professionals aan te stellen die specifieke kennis en ervaring in huis hebben op hun vakgebied en daardoor makelaars en hun klanten de beste verzekerings-technische oplossingen kunnen bieden alsmede een goede dienstverlening bij zowel de acceptatie als bij de afwikkeling van



Johannes Matthes en Bob Botter toosten op het 150-jarig bestaan: “Klanten verlangen van hun makelaar en verzekeraar in de eerste plaats adequate verzekeringsoplossingen voor de risico’s die zij met hun onderneming lopen en daarnaast een goede bereikbaarheid – ook telefonisch – en een snelle respons zowel in de acceptatiefase als bij de afwikkeling van schadeclaims. Op al die punten scoren we een ruime voldoende”

schadeclaims. Mede daardoor kunnen we hierdoor ook de lead nemen bij zowel het accepteren van zakelijke risico’s als bij de schadeafwikkeling.”

VIER CLUSTERS

Johannes vult aan: “Niet voor niets luidt onze slogan ‘The Best in Niches’. Wij willen de beste aanbieder zijn in alle nichemarkten waarin we actief zijn. Daar werken wij dan ook met elkaar continu aan.” Hienfeld is actief in een viertal risicoclusters:

1. *Accident & Travel collectieve* (ongevallen en zakenreis waaronder ook de carrière stop polis)
2. *Financial Lines* (cyber, AVB, beroeps- en bestuurders-aansprakelijkheid, Wegas, geld en fraude)
3. *Yacht & Specialty Lines* (jachten, aansprakelijkheid voor de watersport en *classic cars*)
4. *Fine art and private lines* (Kunst bij grote tentoonstellingen, galerieën, musea, bedrijven en overheidsinstellingen, vermogende particulieren, Kidnap & Ransom, verlengde garantie, verzamelingen en buitenlandse woningen)

De keuze voor nicheverzekeringen heeft Hienfeld ook commercieel allesbehalve windeieren gelegd. “We groeien in alle branches, maar in de nieuwe *Business Lines* als cyber en in de segmenten boten, zakenreis en vermogende particulieren iets meer dan gemiddeld.”

KRACHT

Gevraagd naar de kracht van Hienfeld voeren Bob en Johannes aan dat zij ‘de markt toegang geven tot nicheverzekeringen door middel van de juiste vakkennis, capaciteit en maatwerkoplossingen’. Laatstgenoemde: “Niches en maatwerkoplossingen worden steeds belangrijker in de verzekeringsmarkt. Door de juiste focus kunnen wij snel en op een persoonlijke manier voorzien in de specifieke verzekeringsbehoefte(n). Om hiermee vervolgens, via de onafhankelijke verzekeringsadviseur, de (eind)klant te bedienen. Daarbij maken onze medewerkers het verschil. Ze zijn betrokken, loyaal, eerlijk en attent en maken waar wat wij met z’n allen beloven.”

Bob haakt in: “Wij zijn een buitengewone speler in de verzekeringsmarkt en hebben alles in eigen huis, van afdeling *underwriting* tot claims, ICT, maar ook van *back office* tot eigen Finance. Bijzonder is ook dat wij zelf letselschades behandelen. Bovendien zijn wij een platte organisatie die slagvaardig, daadkrachtig en doelgericht het verschil kan maken. Hierdoor kunnen wij snel, klantgericht en deskundig handelen. Dit maakt ons een bijzondere speler in de verzekeringsmarkt, niet in de laatste plaats door ons internationale netwerk en vele verzekeringsmogelijkheden. Zo zijn we al ruim 50 jaar een bij Lloyd’s geregistreerde Coverholder en kunnen we gebruik maken van het GEB (*Generali Employé benefits*)-netwerk voor *employee benefits*-oplossingen.”

GOEDE NAAM

Klanten verlangen van hun makelaar en verzekeraar in de eerste plaats adequate verzekeringsoplossingen voor de risico’s die zij met hun onderneming lopen en daarnaast een goede bereikbaarheid – ook telefonisch – en een snelle respons zowel in de acceptatiefase als bij de afwikkeling van schadeclaims. Bob daarover: “Op al die punten scoren we een ruime voldoende. Onze medewerkers zijn uitstekend bereikbaar en bij ons krijgen makelaars altijd de juiste persoon aan de lijn en een snel antwoord op hun vragen, offertes en schadeclaims. Dat wordt bijzonder gewaardeerd. We hebben sowieso een goede naam in de markt. Een mooi voorbeeld is het verhaal van een makelaar die zijn diensten aanbood bij een risk- en Insurance manager. Op diens vraag met wie zij samenwerken op het gebied van collectieve ongevallen – en zakenreisverzekeringen antwoordde hij met ‘Hienfeld’, waarna de *risk- en Insurance manager* zeer enthousiast reageerde en een samenwerking werd aangegaan.”

Johannes vult aan: “Onderscheidend zijn we ook doordat wij onze eigen producten ontwikkelen, deskundige schadebehandelaars in huis hebben en ook beschikken over een geavanceerd eigen automatiseringssysteem. Het is als assuradeur zaak naar twee kanten meerwaarde te bieden: door middel van een optimale performance aan makelaars en hun klanten bij zowel



Bob Botter en Johannes Matthes tijdens hun bezoek aan Lloyd’s ter gelegenheid van hun 50-jarige samenwerking. Het jubileum was aanleiding voor een gezamenlijke schenking te doen aan het Liliane Fonds. Dit fonds helpt kinderen met een beperking in ontwikkelingslanden deel te nemen en te laten functioneren in de samenleving.

de acceptatie van risico’s als bij de afwikkeling van schadeclaims en daarnaast door onze risicodragers (carriers) rendement te bieden.

ROOSKLEURIG TOEKOMSTBEELD

Resultaten uit het verleden bieden weliswaar geen garantie voor de toekomst, maar desalniettemin zien ze bij het 150-jarig Hienfeld de toekomst zeker rooskleurig in. “Wij zien in alle branches volop groeimogelijkheden”, benadrukken Bob en Johannes. “Bovendien zit het niet in onze aard om op onze lauweren te rusten, maar zijn we intern continu met elkaar aan het bekijken, waar we de kwaliteit van onze dienstverlening verder kunnen verbeteren. Bovendien kijken we bijvoorbeeld ook naar mogelijkheden om bedrijven met raad en daad terzijde te staan in geval van een schadeclaim op bijvoorbeeld een cyber- of zakenreisverzekering. Daar hebben we inmiddels enkele goede *incident response*-mogelijkheden voor gelanceerd, die beiden goed gewaardeerd worden door onze relaties”, aldus Bob.

“Datzelfde geldt voor het toegang bieden tot de markt van onze adviseurs”, vult Johannes aan. “Door te blijven kijken naar adequate verzekeringsoplossingen voor nieuwe risico’s die zich aandienen en die bedrijven graag afgedekt zien. Zo hebben we vorig jaar onze nieuwe Zakenreisverzekering op de markt gebracht en komen we dit jaar met een drone-polis. Daar is nu op de Nederlandse markt nog geen adequate oplossing voor, maar daar gaan wij nu verandering in aanbrengen.”

GOEDE TOEKOMST

De beide Hienfeld-directeuren zien niet alleen de toekomst van het eigen bedrijf positief tegemoet maar ook die voor de gehele (zakelijke) verzekeringsbranche. “Bedrijven zullen zich altijd moeten verzekeren om hun ondernemingsrisico’s af te dekken. Bovendien zijn deze risico’s aan verandering onderhevig en dienen zich nieuwe risico’s aan. Daarop zullen we als branche adequaat moeten inspelen en dat begint met het aantrekken van voldoende goede medewerkers en die voor de sector proberen te behouden.” ■

Aon Risk & Resilience Insight Series: 'RiskDecision Makers onder druk':

Klimaatverandering, ESG en GenAI zijn onderschatte bedrijfsrisico's die vaak tot crises leiden

Voor bedrijven vormt zowel wereldwijd, in Europa als in Nederland cyber het grootste ondernemingsrisico, zo blijkt uit Aon's Global Risk Management Survey 2023. Andere risico's die in deze regio's eveneens tot de Top-5 behoren zijn bedrijfsonderbreking en het er onvoldoende in slagen om talentvolle medewerkers aan te trekken en voor de onderneming te behouden. Volgens Alex van den Doel, *Managing Director* bij Aon's Global Risk Consulting, zijn het vaak de onderschatte risico's buiten de top 10 die de oorzaak zijn van grote crises. "Wees dus ook scherp op de risico's buiten de top 10, zoals klimaatverandering, ESG en GenAI."

Het bovenstaande kwam onder meer aan het licht tijdens een bijeenkomst die Aon eind januari in het VNAB Kennis- en Ontmoetingscentrum in Rotterdam organiseerde voor een honderdtal *Risk & Insurance*-, *cybersecurity*-, continuïteits- en crisismanagers in het kader van haar *Risk & Resilience Insight Series*. Met het event met als titel 'Risk Decision Makers Besluitvorming onder druk in de praktijk gebracht' werd beoogd het risicobewustzijn bij de deelnemende managers van bedrijven te vergoten door hen in crisissituaties voor hun eigen functies te plaatsen. Oefenen op kritieke besluiten en dilemma's in *worst-case*-scenario's vanuit resp. verzekerings-, cyber- en continuïteitsperspectief helpt bij het bouwen aan de weerbaarheid en veerkracht van hun organisatie.

Behalve aan risico's met betrekking tot cyber en *business interruption/supply chains* werd tijdens het seminar uitgebreid stil gestaan bij verzekerbare risico's waaronder materiële schade aan eigendommen, klimaat- en weergeerelateerde calamiteiten, politieke incidenten, milieuschades en product- en bedrijfsaansprakelijkheid.

ANDERE AANPAK

Voor dit event is volgens Van den Doel gekozen voor een ietwat afwijkende aanpak ten opzichte van vorige sessies. In zijn inleiding belichtte hij mede aan de hand van de uitkomsten Aon's *Global Risk Management Survey* de actuele bedrijfsrisico's en hieruit voortvloeiende uitdagingen voor *Risk Decision Makers*. Volgens hem kenmerkt de wereld van vandaag zich door wat alom wordt aangeduid met 'VUCA: *Volatility Uncertainty, Complexity en Ambiguous*.' Hij licht toe: "De wereld, maar ook de verzekeringsmarkt kan worden bestempeld als volatiel, onzeker, complex en dubbelzinnig. Behalve met de bekende, traditionele risico's kan de verzekeringsmarkt en hun klanten ook worden geconfronteerd met onverwachte, nog niet eerder gebeurde calamiteiten die kunnen die wereldwijd of regionaal tot grote crisissituaties en hoge kosten bij bedrijven." Met het oog hierop somde hij een elftal van deze zogenaemde *Black Swans* uit de afgelopen kwart eeuw op, waaronder de nucleaire ramp in



Alex van den Doel

Fukushima Japan (incl aardbeving en tsunami), de Brexit, de coronacrisis en de oorlog in Oekraïne.

PANELDISCUSSIE

Aansluitend kregen de aanwezigen een paneldiscussie voorgeschoteld met vertegenwoordigers van de Amsterdam Arena, de Nederlandse Loterij en Aon's Roeland van der Zee. Hierin werd met name ingegaan om de risicothema's cyber, bedrijfscontinuïteit, *supply chain*, klimaatverandering, generatieve AI en ESG. Centraal daarin stonden de belangrijke en kritische besluiten die *Risk Decisions Makers* moeten nemen in geval van een incident, hoe daarop te anticiperen en welke aanpak en stappenplan hiervoor nodig is teneinde genoemde top risico's en onverwachte bedreigingen beheersbaar te houden. Onder druk werd duidelijk dat de meeste organisaties niet goed zijn voorbereid en de plannen of niet passend of niet beschikbaar zijn.

Welke risicothema's hebben momenteel bij de *risk & insurance*-, *cybersecurity*-, continuïteits- en crisismanagers de meeste aandacht? Uit een snelle inventarisatie onder de bij het seminar aanwezige deelnemers kwam naar voren dat cyber ook onder de deelnemers als 'nummer één'-risico wordt gezien, gevolgd door bedrijfsstilstand, ESG en verzekerbare risico's. Ook werd hen gevraagd wat zij als de voornaamste grote nieuwe risico's voor de toekomst beschouwen. Daarbij werd HR (behouden en werven personeel) het vaakst genoemd, gevolgd door ESG-gerelateerde risico's en risico's die voortvloeien uit de klimaatverandering en de Generatieve AI.

TOP-10 RISICO'S

Sowieso komt uit Aon's *Global Risk Management Survey* naar voren dat de ondervraagde Risk Decisions Makers wereldwijd grotendeels dezelfde bedrijfsrisico's in de Top-10 benoemen, maar dat de ranking onderling hier en daar wat van elkaar kan verschillen. Weliswaar voert cyber zowel in Nederland, Europa als wereldwijd de lijst aan, maar dat is de enige overeenkomst per plaats binnen de Top-10.

Nederland wijkt vooral af door de hoge *ranking* van de personeelsgerelateerde risico's en de lange *ranking* van economische teruggang. Hieruit blijkt duidelijk dat de economie in Nederland relatief sterk is gebleven, waardoor de druk op de werving en retentie van personeel groter was en is dan in andere landen. Verder staan in ons land de schaarste en de prijzen van *commodities* op plek 4, gevolgd door *business interruption*, er niet in slagen te innoveren c.q. tegemoet te komen aan de behoefte van klanten, veranderende wet- en regelgeving, uitval binnen *supply chain*/verstoring van de distributie, absenteïsme en economische teruggang.

In de Europese *ranking* komt absenteïsme niet in de Top-10 voor en daarvoor komt reputatie in de plaats (plek 8). In de wereldwijde *ranking* staan absenteïsme en tekort aan personeel niet bij de tien grootste bedrijfsrisico's, maar wel de kans op reputatieschade (8) en toenemende concurrentie (10).



ROLLENSPELLEN

Na de pauze gingen de deelnemers aan de hand van een script over een drietal gefingeerde cases aan de slag met de geschetste crisissituaties. Daarbij kregen de deelnemers ongeacht hun werkelijke functie een bepaalde rol toebedeeld en kregen zij de opdracht samen met elkaar maatregelen te treffen om de crisis aan te pakken en het risico voor de betrokkenen zoveel mogelijk te reduceren.

In één sessie werd een continuïteitscrisis nagebootst die was ontstaan door een brand in een populaire attractie bij attractiepark '7Flags'. De case over een cybercrisis betrof de gevolgen van een cyberaanval op de organisatie van een groot sportief evenement 'de 12-Stedenocht' en de sessie over een *Risk & Insurance*-crisis omvatte een dilemma voor meubelgigant 'Huttemut' als gevolg van een brand in de parkeergarage onder de woonboulevard.

LESSON'S LEARNED

Uit de drie sessies kwamen een aantal *lessons learned* naar voren. Zij zijn hier per crisissituatie op een rijtje gezet:

Continuïteitscrisis door brand in een populaire attractie bij 7 Flags

1. Belang van out of the box denken bij duivelse dilemma's
2. Inzicht hebben in kritieke processen
3. Heldere doelen en uitgangspunten/waarden: zorg ervoor dat teamleden gezamenlijk naar hetzelfde doel toewerken en niet verschillende crises aan het managen zijn. Vooraf vastgelegde uitgangspunten maken het te nemen besluit makkelijker; je hoeft het besluit dan alleen nog maar te toetsen (bijvoorbeeld: veiligheid gaat boven commercie)
4. Maak de kritieke besluiten expliciet in het crisioverleg
5. De rol van de voorzitter is bepalend: verschillende leiderschapsstijlen betekent ook verschillende vormen van crisioverleg
6. *Fact finding*: soms moet je met 50% van de informatie 100% van de besluiten nemen
7. Samenstelling van het crisisteam: check of de juiste mensen aan tafel zitten om de crisis te managen (CFO en legal werden gemist)

Cybercrisis bij de organisatie van de 12-Stedentocht

1. Heb je zicht op de diverse scenario's en zijn deze al dan niet voorbereid?
2. Welk besluit kun je in jouw rol nemen (mandaat voorbereid?) of wie anders?
3. Bepaal welke uitgangspunten relevant zijn om te komen tot een goede afweging: data/persoonsgegevens op straat of losgeld betalen aan criminelen? Welke kant neig je op en waarom?
4. Zorg dat de functionaris gegevensbescherming/juridische zaken aan tafel zit of wordt geraadpleegd als het erom gaat spannen.
5. Als je zo snel moet handelen, wat heb je dan al afgesproken? Is er een cyberverzekering en is dat nodig? Kun je een specialist raadplegen?
6. Laat cyberverantwoordelijke / CISO een goede briefing verzorgen aan de crisistafel (is hij/zij goed gebriefd en heeft hij/zij een advies?)
7. Bepaal welke uitgangspunten relevant zijn om te komen tot een goede afweging

Risk & Insurance: Dilemma voor meubelgigant Huttemut door brand in de parkeergarage onder woonboulevard

1. Belang van inzicht in het risicoprofiel:
 - In hoeverre zijn onze worst-cases inzichtelijk?
 - In hoeverre praten afdelingen onderling over risico's en zijn deze risico's breed bekend?
2. De noodzaak van vooraf nadenken over mogelijke discussiepunten, zoals:
 - Commercieel/financieel belang versus veiligheid (wanneer kan de meubelboulevard weer open?)
 - Communicatie versus juridisch (niet te snel schuld bekennen)
 - Belang van afstemming tussen acceptatie van risico's in contracten en de aansprakelijkheidsverzekering
 - Belang van afstemming van risk appetite van organisatie (hoeveel kan en wil de organisatie zelf aan risico dragen?) en in te kopen verzekeringen
 - Belang van gezamenlijke overeenstemming over het risico dat de organisatie loopt zodat de verzekering op maat is (hoe lang duurt het voordat de meubelboulevard weer open kan? Is het bedrijfsschadebelang 1 of 2 jaar?)
3. Contractmanagement met klanten werd heel vaak als aandachtspunt genoemd!
4. Risico-eigenaarschap is cruciaal
5. Afweging korte termijn sturing versus lange termijn belang
6. Verhouding tussen het belang van juridische risicobeperking versus andere belangen (zoals meeverten of denken voor het commerciële of reputatiebelang).
7. Inzicht in financiële continuïteit: hoe lang houden wij het vol als het mis gaat?

SAMENWERKING ESSENTIEEL

Van der Doel kijkt tevreden terug over de laatste editie van Aon's *Risk & Resilience Insight Series*. "We hebben hiermee de aanwezige relaties inzicht gegeven in de risico's waarmee hun onderneming kan worden geconfronteerd en wat er zoal om de hoek komt kijken bij een crisis en hoe deze het best kan worden aangepakt."

Gevraagd naar wat voor hem de belangrijkste lessons learned uit het seminar zijn voor *Risk Decisions Managers*, noemt hij een drietal: "In de eerste plaats dat het cruciaal is dat alle risico's die hun bedrijf loopt goed in kaart worden gebracht, maar vooral ook dat deze risico's worden vertaald naar belangrijke worst-case scenario's specifiek voor de eigen organisatie. Vooral de risico's van cyber, continuïteit en personeel verdienen de aandacht door de actualiteit en de grote impact."

Hij vervolgt: "Daarnaast is het heel belangrijk dat bedrijven goed voorbereid zijn op een crisis en dat hiermee wordt geoefend middels een simulatie. Bedrijven moeten weten of de plannen werken en compleet zijn, zodat als het mos gaat de organisatie meteen weet wat gedaan moet worden. De belangrijkste les is echter dat een crisis niet door één persoon kan worden opgelost maar dat samenwerking met alle betrokkenen in en buiten de organisatie essentieel is. De insurance-functie staat bijvoorbeeld niet op zichzelf en bijvoorbeeld bij een groot incident is afstemming en voorbereiding nodig met vele functionarissen binnen de organisatie is nodig om hiaten in dekkingen en grote financiële tegenvallers te voorkomen." ■

Transportspecialisten zetten STIG-platform op om meer bewustwording te creëren omtrent ESG-risico's en -kansen

Sector moet duurzamer gaan werken om klaar te zijn voor de toekomst

Een aantal transportspecialisten werkend binnen alle gremia van de verzekeringsketen hebben vorig jaar op persoonlijke basis het initiatief genomen tot de opzet van het STIG-platform, wat staat voor *Sustainable Transport Insurance Group*. Daarmee beogen zij het ESG-bewustzijn in de maritieme transport- en verzekeringssector te bevorderen door het delen van relevante informatie, publicaties en het faciliteren van discussies.

De zeven initiatiefnemers zijn (in alfabetische volgorde) René Doff (UK P&I Club), Anneke Kooiman (DUPI), Jolien Kruit (Van Traa Advocaten), Paul Littooj (Moving Risk Consultancy), Steven de Lijster (DUPI), Angela Pieneman (Raetsheren) en Marc Schuling (Sedgwick). De groep is nog op zoek naar een representant uit de *risk- en insurance*sector. Inmiddels hebben naast de zeven via LinkedIn 21 andere brancheprofessionals zich bij dit discussieplatform aangesloten.

UITDAGENDE TRANSITIE

Op de eigen LinkedIn-pagina van STIG Netherlands - <https://www.linkedin.com/groups/12924625/> - wordt het hoe en waarom van het ontstaan van het speciale platform als volgt toegelicht: "Bedrijven worden aangemoedigd om principes op het gebied van milieu, maatschappij en goed bestuur (ESG) en groene logistieke praktijken toe te passen die de uitstoot en milieuschade door transport kunnen helpen verminderen. Het toenemende belang van het milieu onderstreept de noodzaak voor de transportverzekeringsbranche om zijn processen te verbeteren. Het is duidelijk dat de bedrijfstak in de nabije toekomst voor een uitdagende transitie staat. De rol en positie van de transportverzekeringssector is veel minder duidelijk."

Angela Pieneman, een van de zeven initiatiefnemers en tevens lid van de Technische Commissie Transport van de VNAB, zegt:

"We zien in de praktijk van alledag dat bedrijven in de transport- en logistieke sector meer en meer met het onderwerp duurzaamheid bezig zijn. De eerlijkheid gebiedt te zeggen dat daarvan in de transportverzekeringssector nog vrijwel geen sprake is. Vaak ontbreekt het transporteurs aan kennis om met ESG aan de slag te gaan: er is zoveel informatie dat het lastig is om door de bomen het bos te blijven zien. Wij willen als STIG dan ook daarin een kentering teweeg brengen. Onze bedrijfstak moet duurzamer gaan werken om klaar te zijn voor de markt van morgen. Simpelweg, omdat onze relaties daar meer en meer om vragen. Immers, ook zij willen duurzamer gaan werken, deels gestimuleerd door de wet- en regelgeving op dit vlak maar vooral omdat ook hun klanten dat steeds vaker van hen gaan verlangen."

DELEN VAN INFORMATIE

Hoe willen jullie die kentering teweeg brengen? Steven de Lijster: "Met het STIG-platform willen wij het ESG-bewustzijn in de logistieke én verzekeringsketen bevorderen door het delen van relevante informatie, publicaties en het faciliteren van discussies."

Paul Littooj haakt in: "Door samen te werken en de binnen onze individuele netwerken verzamelde informatie, kennis en ervaringen over ESG en duurzaamheid met anderen binnen de keten te delen voorkomen we dat iedereen op het gebied van duurzaamheid zelf het wiel gaat uitvinden en wordt de kans op versnippering kleiner. Overigens zoeken we over deze onderwerpen ook het overleg op met organisaties als EVO, TLN, Verbond van Verzekeraars en de VNAB. Die zijn daar voor hun leden-bedrijven uiteraard ook mee bezig."

Een van de aandachtspunten vormen volgens Marc Schuling de huidige clausules voor transportverzekeringen, die aanpassing



Rene Doff



Anneke Kooiman



Jolien Kruit



Paul Littooj

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



behoeven voor wat betreft de duurzaamheidsdiscussie en andere ESG-regels. “Een en ander zal immers consequenties met zich meebrengen voor de manier waarop we in de toekomst met het schadeherstel omgaan en dat moet in de polisvoorwaarden worden vastgelegd. Sowieso zijn de in de transportsector actieve bedrijven meer en meer met ESG bezig. Er wordt met name meer onderzoek verricht naar mogelijkheden om de impact op het milieu zo veel mogelijk te beperken. Ook wordt er meer aandacht besteed aan hoe de goederen worden vernietigd danwel hergebruikt kunnen worden.”

Rene Doff haakt in: “Het bijzondere van ons platform is dat de gehele keten hierin is vertegenwoordigd: makelaars, verzekeraars, schade-experts en de advocatuur. Daardoor kunnen we gebruik maken van de bij alle gremia aanwezige kennis en ervaring. De enige tak van sport die nog ontbreekt is een vertegenwoordiger van klantzijde. Aanvankelijk was een risk- en insurancemanager bij onze groep aangesloten, maar die heeft zich vanwege drukke werkzaamheden helaas moeten terugtrekken. Een andere representant vanuit die beroepsgroep is dan ook zeer welkom.”

Anneke Kooiman benadrukt dat het platform marktpartijen niet in een bepaalde richting willen sturen, maar hen juist willen inspireren om dit onderwerp binnen hun organisatie op te pakken en daarmee aan de slag te gaan. “We hebben bovendien als STIG geen enkele commercieel oogmerk, al praten we binnen

onze groep zoals eerder aangegeven wel over de noodzakelijke aanpassing van de polivoorwaarden. Daarbij vervullen we slechts een informele adviesfunctie, bijvoorbeeld richting technische commissie van de VNAB die daar wel over gaat. Voordeel is dat Angela ook lid is van de TC Transport en derhalve als een soort *linking pin* kan fungeren.”

SAMEN STERKER

Jolien Kruit noemt meerdere voordelen voor organisaties die ESG omarmen. “Deze variëren van het beheersen van reputatierisico’s tot het ontwikkelen van een beter begrip van de financiële voordelen van klanten met sterke ESG-prestaties. Onze sector moet duurzamer gaan werken om klaar te zijn voor de toekomst. Het STIG-platform wil zoals gezegd het ESG-bewustzijn in de maritieme en transportsector bevorderen. We moedigen mensen die werkzaam zijn in de maritieme (verzekerings) sector dan ook aan om zich bij ons aan te sluiten en deel te nemen.” Rene Doff noemt ook nog dat de samenwerking juist de kracht is van ESG: je hoeft niet steeds het wiel uit te vinden. “Wat ons betreft is het STIG een succes als alle ESG-initiatieven vanzelf hun weg naar de transport (verzekerings)markt vinden.” ■

Contactgegevens STIG: LinkedIn pagina STIG Netherlands; emailadres: stig_netherlands@outlook.com.



Steven de Lijster



Angela Pieneman



Marc Schuling



Aviva Cyber report 2024:

Steeds meer bedrijven maken zich zorgen over hun cyberveiligheid

Nu de digitalisering zich in rap tempo voortschrijdt, geldt hetzelfde voor het risico van cybercriminaliteit. Uit het recent verschenen Aviva Cyber report 2024, dat de verzekeraar heeft gehouden samen met You Gov, komt naar voren steeds meer bedrijven en organisaties zich zorgen maken over de groeiende kans het slachtoffer te worden van een cyberaanval. In 2020 uitte 40% deze zorgen, inmiddels is dat opgelopen tot 57%. Bovendien geeft een van de vijf respondenten aan in de afgelopen 12 maanden een cyberaanval te hebben meegemaakt, vooral via *malware*, *ransomware* en *social engineering scams*. Dat overkwam 35% van de grote corporate bedrijven, 28% van de middelgrote ondernemingen en 9% van de kleine bedrijven.

Grote ondernemingen die gebruik maken van geavanceerde technologie bestempelen *cybersecurity* als hun nummer één-risico (46%). Bij middelgrote ondernemingen komt het na een tekort aan personeel op de tweede plaats (38%) en bij kleine bedrijven op plek 6 met 17%, na onder meer bedrijfs-*onderbreking* (31%) en negatieve *online reviews* (20%). Volgens de onderzoekers onderschatten veel kleine bedrijven zowel de kans als de impact van een cyberincident, mede doordat zij te veel vertrouwen hebben in de preventieve diensten van de externe bedrijven die ze hiervoor hebben ingeschakeld. Ruim twee van de vijf (43%) is van mening dat zij voldoende beschermd zijn tegen cyberaanvallen, lager dan het gemiddelde van 49% en die bij grote bedrijven (59%).

GROTE GEVOLGEN

Uit Aviva's Cyber report 2024 blijkt bovendien dat de gevolgen van een cyberaanval flink in de papieren kunnen lopen. Bij iets meer dan een kwart (26%) van de bedrijven die het slachtoffer zijn geworden van een cyberaanval bedroegen de hiermee gemoeide directe kosten vorig jaar meer dan £ 10.000 en bij 10% zelfs meer dan £ 50.000. Daar blijft het overigens vaak niet bij. Gedupeerden van een cyberincident krijgen doorgaans ook te maken met gevolgschade. Zo heeft een derde (32%) van de slachtoffers van een cyberaanval daarnaast ook te maken met bedrijfs-*onderbreking* en een vijfde (21%) met verlies van data of geen toegang tot het eigen systeem.

Grote bedrijven melden daarnaast een verdubbelde impact van het stressniveau bij medewerkers. Bij bedrijven van alle omvang volgde soms ook een boete vanwege het niet voldoen aan de GDPR-regelgeving. Elk nadeel heeft zijn voordeel. Ruim twee derde (68%) van de gedupeerde bedrijven heeft inmiddels preventie maatregelen getroffen terwijl 29% momenteel bezig is met het implementeren van de veranderingen. Bij de directies heerst een groot vertrouwen in de eigen *cybersecurity*. Volgens 56% is hun bedrijf voldoende beveiligd tegen cyberincidenten. Bij grote bedrijven is dat zelfs 64%. Twee derde van hen (67%) zegt te weten wat te moeten doen in geval van een volgend cyberincident. Bij middelgrote bedrijven is dat 61% en bij kleine bedrijven 39%.

Gevraagd naar waar zij zich het meeste zorgen bij een cyberaanval antwoordt 54% een datalek/verlies van data, 45% een *malware*-aanval, 43% bedrijfs-*onderbreking*, 42% een *ransomware*-aanval, 35% reputatie- of merkschade, eveneens 35% verlies van klantvertrouwen en 34% directe financiële gevolgen.

CYBERVERZEKERING

Cyberverzekering is een groeiemarkt, maar desondanks heeft nog slechts iets meer dan een derde (37%) een dergelijke polis afgesloten of is voornemens dat te doen. Er ligt dus zeker een markt open. Zo is zelfs een van de tien respondenten niet op de hoogte van het bestaan van een dergelijke verzekering, ziet 8% een te gering risico om zich te verzekeren, neigt nog eens 8% ondanks erkenning van het risico niet naar verzekeren, en zou 5% het wel willen maar vindt men de polis te duur. Een op de 25 respondenten (4%) overweegt zelfs de bestaande cyberpolis op te zeggen.

Andere uitkomsten uit het rapport zijn dat 45% van de bedrijven met een online fraude/cyberpolis in het afgelopen jaar de polisdekking heeft herzien. Bij middelgrote bedrijven was dat het meest: 64%, gevolgd door *corporate* ondernemingen (48%) en kleine bedrijven (33%). Meer dan de helft (56%) geeft aan de huidige dekking te handhaven en is 9% voornemens de dekking uit te breiden en 4% deze te beperken. ■



Klik hier voor het volledige rapport:

<https://static.aviva.io/content/dam/document-library/broker/avivacyberreport2024.pdf>

Groeiend bewustzijn over noodzaak duurzaam schadeherstel

Het Manifest Duurzaam Schadeherstel, in juni vorig jaar ondertekend door het NIVRE, Schoonmakend Nederland en het Verbond van Verzekeraars, heeft als doel om duurzaam schadeherstel tegen eind 2024 de gangbare praktijk te laten zijn. Hoe je dit bereikt? Door er met elkaar over te sparren, elkaar te enthousiasmeren, *best practices* te delen en bevindingen te onderbouwen met cijfers. Want zo gaat het onderwerp leven.

Op het Captains Dinner op 7 februari op de SS Rotterdam waren drie prominente sprekers uitgenodigd om hun visie op dit onderwerp te geven. Aan de hand van de door hen geponeerde stellingen discussieerden de gasten, vertegenwoordigers van zo'n 50 Kamerbureaus, tussen de gangen door levendig over dit onderwerp. De discussies toonden aan dat er een groeiend bewustzijn is binnen de sector over de urgentie en noodzaak van duurzaam schadeherstel, en dat samenwerking essentieel is om deze doelen te bereiken.

SAMENWERKING IS ESSENTIEEL

De aftrap werd gegeven door Geeke Feiter, directeur Schade van het Verbond van Verzekeraars. Zij benadrukte tijdens haar presentatie de impact van de CO₂-uitstoot en het belang van duurzaamheid in de sector. Ze legde uit dat samenwerking – ook mondiaal – essentieel is om de schade door veranderend weer aan te pakken. Nederland heeft zich immers verbonden aan de klimaatdoelstellingen van Parijs, en de financiële sector moet deze doelstellingen naleven en zich richten op CO₂-reductie. Geeke haalde cijfers van McKinsey aan die tonen dat 85% van de CO₂-uitstoot van een schadeverzekeraar bij claims zit, wat aangeeft dat er dringend actie moet worden ondernomen om duurzaamheid te bevorderen.

AAN DE SLAG IN WERKGROEPEN

Vervolgens legde zij het proces uit waarmee de drie ondertekenaars van het Manifest dit willen bewerkstelligen, namelijk door in drie werkgroepen met elkaar aan de slag te gaan. Iedere werkgroep focust zich op een eigen thema, te weten Energie & materieel, Mobiliteit & mens en Circulariteit, om te ontdekken welke onderwerpen binnen die drie thema's de meest duurzame impact hebben. Vervolgens zullen zij aangeven hoe we dat kunnen meten en wat het besparingspotentieel dan wel de duurzaamheidswinst is van die ideeën. Als dit helder is, dan gaan we door naar fase twee. In die tweede fase zullen de werkgroepleden die ideeën implementeren. Daarna zullen de ervaringen gedeeld gaan worden met de rest van de markt. Als alles volgens planning verloopt leven we dan eind 2024.

GROEIENDE VRAAG NAAR DUURZAME VERZEKERINGSPRODUCTEN

Na het voorgerecht richtte Rob ter Mors, uitvoerend bestuurder van de VNAB, zich in zijn presentatie op de vooruitgang en uitdagingen met betrekking tot duurzaam schadeherstel. Hij merkte



Christian Leif Hansen

te op dat duurzaam schadeherstel nog niet altijd op de agenda staat bij besprekingen tussen klanten, makelaars en verzekeraars. Rob benadrukte het belang van samenwerking tussen marktpartijen en het proactief integreren van duurzaamheid in de bedrijfsvoering. Hij concludeerde dat duurzaam schadeherstel een onderwerp is waar alle marktpartijen meer tijd aan moeten besteden, gezien de groeiende vraag van consumenten naar duurzame producten.

VERSCHUIVING NAAR GROENE EN DUURZAME PRODUCTEN

Tot slot deelde Christian Leif Hansen, CEO Denmark & Nordic Region van Sedgwick, inzichten vanuit Denemarken, waar duurzaam schadeherstel al veel verder gevorderd is. Hij gaf in zijn presentatie aan dat wij als branche onze verantwoordelijkheid moeten nemen en actief moeten deelnemen aan de duurzaamheidsagenda. "Onze klanten en hun klanten verwachten – en met de nieuwe wetgeving eisen zij – dat we duurzaamheid op alle niveaus integreren. Het hebben van een duurzaamheidsstrategie en het implementeren hiervan in onze industrie wordt een *'license to operate'* in de zeer nabije toekomst." Net



Werkgroepen project duurzaam schadeherstel starten binnenkort

In eerdere edities van de NIVRE-nieuwsbrief zijn artikelen opgenomen over het Manifest Duurzaam Schadeherstel, dat het NIVRE samen met ketenpartners Schoonmakend Nederland en het Verbond van Verzekeraars heeft getekend. Het doel is om duurzaam schadeherstel tot gangbare praktijk te maken in de gehele schadeketen. Het accent ligt hierbij op de branche Brand (*Property*).

als de twee vorige sprekers benadrukte hij het belang van duurzaamheid en het integreren ervan in de bedrijfsvoering als cruciaal voor de toekomstige operaties van de verzekeringssector.

Hij legde uit dat er in Denemarken een groeiende vraag is naar groene en duurzame producten van verzekeringsmaatschappijen waardoor zij nu gefocust zijn op het bieden van deze producten om een concurrentievoordeel te behalen. Om aan deze vraag te kunnen voldoen, moeten verzekeringsmaatschappijen samenwerken met schade-experts. Zij kunnen met hun expertise helpen om de juiste beoordelingen te doen en te bepalen hoe bijvoorbeeld de herbouw zal plaatsvinden. Hij gaf aan niet alle details te kennen, maar wel te weten dat er vergaderingen plaatsvinden en dat er wordt samengewerkt om aan de eisen van verzekeringsmaatschappijen te voldoen. Kortom, de verzekeringsmaatschappijen in Denemarken zijn begonnen met een verschuiving naar groene en duurzame producten als reactie op de consumentenvraag, zien dit als een concurrentievoordeel, en hebben er de expertisebureaus hard bij nodig.

Hij gaf ten slotte aan dat het eens te meer belangrijk is om als expertisebureau relevant te blijven en mee te gaan met alle veranderingen en dat het NIVRE namens alle expertisebureaus in Nederland hier een goede rol kan innemen.

Enkel het tekenen van een manifest is weinig relevant. Om het genoemde doel te bereiken is er concrete en praktische actie nodig. Naast inzet van het NIVRE-bureau hebben schade-expertisebureaus als DEKRA, Sedgwick, Crawford, McLaren, Lengkeek en CED hebben hier experts en/of managers voor geleverd, samen met vertegenwoordigers van kleinere bedrijven om het geluid en het belang van de schade-expertise te verwoorden. Om dit project tot een praktijksucces te maken zijn er drie werkgroepen in het leven geroepen binnen het project duurzaam schadeherstel, met ieder hun eigen thema: Mens & Mobiliteit, Energie en Circulariteit. Hieronder wordt per werkgroep beschreven wat centrale vraagstukken zijn.

Werkgroep Mens & Mobiliteit

- Duurzaam roosteren
- Reductie van het aantal te rijden kilometers richting schades
- Hoe maken we de klant qua bewustzijn duidelijk welke voordelen duurzaam schadeherstel heeft?

Werkgroep Energie

- Reductie CO₂-uitstoot
- Reductie energiegebruik bij schades
- Hoe ziet de energietransitie eruit voor de schadeketen?

Werkgroep Circulariteit

- Bij welke schadesoorten passen welke materialen?
- Zijn er betere vormen van recycling van schade-afval mogelijk?
- Zijn er meer mogelijkheden voor hergebruik van materialen?

Periodiek volgt er nieuwe informatie over het project duurzaam schadeherstel in de NIVRE-nieuwsbrief. Mocht je relevante inbreng willen toesturen over het project leg dan contact met Richard Carlebur, beleidsmedewerker van het NIVRE: r.carlebur@nivre.nl.



Frank van der Lugt: “Zorg ervoor dat mensen snappen wat de impact van een keuze is”

Duurzaam schadeherstel moet eind 2024 gangbare praktijk in propertymarkt zijn

Net voor de zomer hebben het Verbond van Verzekeraars, het NIVRE en Schoonmakend Nederland een manifest ondertekend waarin ze de ambitie uitspreken om duurzaam schadeherstel eind 2024 de gangbare praktijk te laten zijn in de propertymarkt. Om daar te komen hebben de drie ketenpartners een plan opgesteld dat uit fases bestaat. In fase één zijn drie werkgroepen gevormd die zich over deze uitdaging buigen. Zo maakt NIVRE Register-Expert Frank Van Der Lugt deel uit van zowel de kerngroep als van de werkgroep Circulariteit namens het Branchebestuur Brand van het NIVRE. Hij vertelt iets over de aanpak, gaat wat dieper in op het thema circulariteit en neemt direct mee hoe hij de rol van experts ziet.

“Wij hebben een stuurgroep, een kernteam dat inhoudelijk op budgetten, eenduidige *output* en de agenda stuurt, klankbordgroepen die expertise inbrengen op relevante thema’s en drie werkgroepen, te weten Energiematerieel, Mobiliteit & mens en Circulariteit. Wij werken in fases en vinden dat we geslaagd zijn als eind 2024 duurzaam schadeherstel ketenbreed door verzekeraars, experts en reconditioneerders wordt aangeboden aan klanten als de gangbare praktijk in de propertymarkt.

ENERGIE, MOBILITEIT & MENS EN CIRCULARITEIT

Hij vervolgt: “We hebben net een eerste workshop achter de rug en gaan in april de tweede in. In de zomer, dat is eind van fase één, zullen de onderwerpen binnen de thema’s energie, mobiliteit & mens en circulariteit die de meest duurzame impact hebben bekend zijn. Dan weten we ook hoe we dat kunnen meten, wat het besparingspotentieel dan wel de duurzaamheidswinst is – denk bijvoorbeeld aan de CO₂-uitstoot – en wat dit vraagt van de klant, verschillende partijen en brancheorganisaties in de schadeherstelketen.

Vervolgens zullen de ideeën in een tweede fase worden geïmplementeerd, waarna de ervaringen gedeeld worden met de rest van de markt. Want zo moet het gaan leven. Frank: “Ik wil niet zeggen dat het nog helemaal niet leeft, want duurzaamheid is echt wel een actueel onderwerp. En mensen worden zich steeds bewuster van de voetafdruk die wij op deze aarde achterlaten en men toont steeds meer bereidheid om mee te denken over duurzame oplossingen. Zeker de jongere generatie. En die generatie is ook echt wel bereid om voor duurzame oplossingen te betalen. Met elkaar zullen wij een ontwikkeling moeten doormaken, want duurzaamheid kost – zeker nu het nog geen gemeengoed is – nu eenmaal geld. Het mooie van ons werk – zeker als je als eigen expert namens verzekeren optreedt – is dat wij van alle partijen in de schadeketen het dichtst bij de klant staan. Als vertrouwenspersoon kunnen wij met ons advies de klant centraal stellen en het onderwerp duurzaam schadeherstel belangrijk maken.”

MAKEN JUISTE KEUZE

Duurzaam schadeherstel draait volgens hem om het maken van de juiste keuzes. “We zien nu vaak dat er gekozen wordt voor vervanging als blijkt dat het vervangen van een beschadigd goed goedkoper is dan herstel. Dit is weliswaar de goedkoopste oplossing maar niet de meest duurzame, terwijl wij juist zouden moeten kijken naar de meest duurzame oplossing. Een dergelijke keuze maak je voor het milieu en niet uit financiële overwegingen. Als expert – en zeker als eigen deskundige – is er dus een belangrijke rol voor ons weggelegd. Daarom heb ik ook zitting in een van de werkgroepen en de kerngroep die vanuit het manifest aan de slag gaan met duurzaam schadeherstel. Wij moeten bewustzijn zien te creëren bij klanten. Uiteraard moet dat bij de hele keten, maar het is uiteindelijk de klant die bepaalt.”



Frank van der Lugt: “Duurzaam schadeherstel draait om het maken van de juiste keuzes. We zien nu vaak dat er gekozen wordt voor vervanging als blijkt dat het vervangen van een beschadigd goed goedkoper is dan herstel. Dit is weliswaar de goedkoopste oplossing maar niet de meest duurzame, terwijl wij juist zouden moeten kijken naar de meest duurzame oplossing.”

BELANGRIJKE ROL WEGGELEGD VOOR VERZEKERAARS

Frank is van mening dat verzekeraars hier ook een belangrijke rol in spelen. Verzekeraars zouden bijvoorbeeld hun polisvoorwaarden aan kunnen passen om een duurzame keuze voor verzekeren gemakkelijker te maken. Daarmee zouden verzekeren meer aangemoedigd kunnen worden om een beschadigd goed een tweede leven te geven. “Als dat niet in de polisvoorwaarden staat, dan kan je adviseren wat je wil, maar

je gaat die verandering echt niet realiseren. Ook bij schade aan bijvoorbeeld een pand zou een tweede leven van materialen of onderdelen mogelijk moeten zijn. Vaak zijn er materialen zoals kozijnen of dakpannen, die elders gebruikt kunnen worden. Voordat een pand gesloopt wordt, zouden we eerst naar de mogelijkheden op hergebruik van materialen moeten kijken, want ik denk dat daar ook toekomst ligt.”

Het mooie van ons werk – zeker als je als eigen expert namens verzekerden optreedt – is dat wij van alle partijen in de schadeketen het dichtst bij de klant staan

Frank vindt het belangrijk dat klanten zelf mogen beslissen wat er met hun beschadigde eigendommen gebeurt. “Ook als iets economisch gezien niet de beste oplossing is, dan zou de verzekerde nog steeds zelf de beslissing moeten kunnen maken wat er met zijn spullen gebeurt. Dat is niet aan een reconditioneerder, verzekeraar of expert, maar aan de klant. Hoe mooi is het als de klant achteraf kan zeggen dat de beschadigde eigendommen mooi hersteld zijn en ook nog op een duurzame manier. Zelf denkt hij dat hier misschien zelfs een beloning voor de klant aan vast zou moeten zitten om ze nog een extra zetje in de goede richting te geven. Tegelijkertijd denkt hij dat we de klant niet moeten onderschatten, omdat veel mensen tegenwoordig echt wel bezig zijn met duurzaamheid en het milieu.”

Het is belangrijk is dat schade-experts hun rol pakken in het proces

“We zijn nu gewend om bij schadeherstel altijd een kosten-baten afweging te maken. Stel nou dat de waarde van een stoel bijvoorbeeld 150 euro is. Die stoel moet als gevolg van een schade, economisch gezien, als verloren worden beschouwd. Het herstellen van die stoel kost bijvoorbeeld 250 euro. Dat is weliswaar duurder dan de waarde van de stoel, maar zo’n stoel krijgt wel een tweede leven, wat de economische waarde ver te boven gaat. Dus ook als iets economisch gezien niet de juiste oplossing is, dan moeten we wel de mogelijkheid tot herstel bespreekbaar maken. Dat vraagt om de juiste expertise als het gaat om het waarderen, het juiste inzicht en verandering van de polisvoorwaarden.”

DE KLANT BEPAALT

Hij geeft wel aan dat het belangrijk is dat schade-experts hun rol pakken in het proces. “Schade-experts zijn onafhankelijk, zijn in staat om ergens de waarde van te bepalen, want daar zijn ze voor opgeleid, hebben geen commercieel belang bij al dan niet schoonmaken of herstellen en kunnen verzekerden als geen ander adviseren wat de mogelijkheden zijn. Daarom zijn zij de aangewezen partij om de regisseursrol te pakken. De expert dient de schade te inventariseren en te waarderen, niet een reconditioneerder. Het is vervolgens aan de klant om te bepalen welke keuze er wordt gemaakt. Aan de expert de taak om de klant bewust te maken van de verschillende, duurzame mogelijkheden”, aldus Frank, die er vertrouwen in zegt te hebben dat verzekerden na het krijgen van de juiste informatie een duurzame keuze zeker zullen overwegen.

Uiteindelijk zou Frank er dus naartoe willen werken dat iedereen bewust wordt gemaakt van duurzame opties als het gaat om schadeherstel. Dat betekent ook werken met reconditioneerders en sloopaannemers die een groen label en de juiste certificaten hebben. En ook de klant de keuze te geven om inboedel te laten reinigen of repareren als dat mogelijk is, zodat het een tweede leven kan krijgen, in plaats van vernietigen omdat reiniging of herstel kostbaarder is dan vervanging. Of beschadigde inboedel naar een kringloopwinkel of reparateur in plaats van de container in. “Laten we met z’n allen toewerken naar *cradle-to-cradle*, waar hergebruik van materialen centraal staat waardoor de hoeveelheid afval fors minder wordt. Dat is toch een stuk duurzamer dan het *cradle-to-grave* principe wat momenteel nog eerder regel dan uitzondering is.”

EXPERTS: PAK JE ROL!

Als laatste doet Frank een oproep aan schade-experts: “Pak je rol! Jij bent expert dus het is jouw taak de schade te inventariseren en te waarderen, oplossingen in kaart te brengen en klanten te adviseren. We moeten er met z’n allen voor zorgen dat mensen een helder beeld krijgen van de impact van hun keuze. Als ze weten wat de gevolgen van hun keuze zijn, zullen ze namelijk eerder geneigd zijn om de juiste keuze te maken en te kiezen voor het milieu. Op de lange termijn heeft niet alleen de klant, maar iedereen daar baat bij.” ●

Laten we met z’n allen
toewerken naar
cradle-to-cradle, waar
hergebruik van materialen
centraal staat