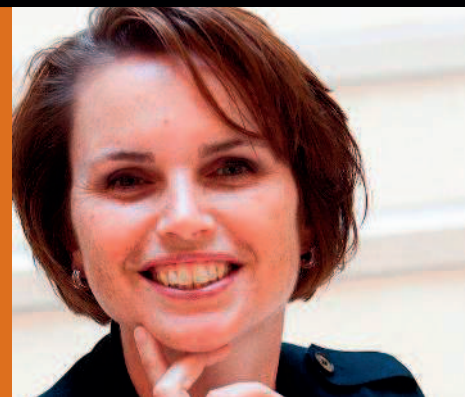


Heilig huis in verval



Nicolette Loonen, voorzitter Women in Financial Services Network

In de verzekeringsbranche is er een heilig geloof dat ‘de burger’ niet zonder ‘ons’ kan. Dit bleek maar weer eens op de VB-dag, waar ik onlangs met enige verbazing in de zaal zat. Een meneer van een grote verzekeraar hield een verhaal over de strategie van zijn bedrijf, maar grote innovaties kwamen hierin niet echt aan bod. Een andere meneer van een groep samenwerkende intermediairs geloofde dat zijn rol, in een steeds complexere wereld, alleen maar aan belang zou toenemen. Er werd vervolgens gedebatteerd tussen de heren, waaruit in ieder geval duidelijk werd dat er een haat/liefde verhouding was tussen de twee.

U kent vast het gezegde: “Waar twee honden vechten om een been, gaat een derde er mee heen.” De hele discussie op het podium deed mij hier pijnlijk aan denken. Terwijl er gepraat werd over de consequenties van het ‘uurtje factuurtje’-systeem en de één de ander op beschaafde toon vuil maakte, bleef wat mij betreft de meest prangende vraag onbeantwoord. Bestaan wij nog wel over tien jaar, als wij zo doorgaan?

We leven in een andere tijd en de veranderingen zullen door nieuwe technologieën alleen maar sneller gaan. Zorgverzekeraars worden via crowdfunding opgestart. Een bromfietsverzekering sluit je via Facebook. Zzp'ers hebben geen arbeidsongeschikt-

heidsverzekering meer, maar richten samen een broodfonds op.

Ik hoor u lachen over de voorbeelden die hierboven staan. Deze kunnen toch nauwelijks serieus worden genomen en het voortbestaan van verzekeringsbranche bedreigen? Maar dachten we dat ook niet

// Zelden had een sector zo weinig feeling met de trends die op haar af komen //

van de eerste mobiele telefoon? En de komst van internet? Dat hadden we toch helemaal niet nodig? Een voicemailapparaat thuis voldeed prima, en klanten wisten jou wel te vinden. Toch zijn mobiele telefoons en internet nu niet meer uit ons dagelijks leven weg te denken.

Dit roept de vraag op welke veranderingen de verzekeringsbranche op zich af ziet komen, en op welke manier zij daarop kunnen inspelen. Het Verbond van

Verzekeraars heeft goed ingezien dat er geïnnoveerd moet worden en liet TNO een uitgebreid onderzoek uitvoeren naar de trends voor de sector. De bevindingen van TNO waren schokkend; zelden was er een sector die zo geraakt werd door externe factoren, en die tegelijkertijd op veel fronten zo weinig feeling had met de trends die op haar af komen. De belangrijkste was de onderschatting van de invloed van nieuwe technologie, zoals medische innovaties die levensverwachtingen verhogen, de invloed van social media op risk management en de toename van cyberrisico's. Maar ook niet-technologische ontwikkelingen worden onderschat, zoals het veranderende solidariteitsbegrip, de biodiversiteit die onder druk staat en verandering van arbeidsrisico's.

De algemeen directeur van het Verbond, Richard Weurding, pleit voor een innovatielab. Dit is een goed idee, mits de juiste mensen aan tafel worden uitgenodigd. Mensen met een andere invalshoek, die niet besmet zijn met vooringenomenheid over de onmisbaarheid van de verzekeringsbranche. Want echte innovatie ontstaat pas als je je realiseert dat de wereld ook zonder jou kan. Tja, tijden veranderen. En als de verzekeringsbranche hier niet snel naar handelt is het door de jaren heen zorgvuldig opgebouwde verzekeringshuis straks ernstig in verval. ■