

*Ambassadeurs over waarde(n) van de financiële wereld*

# Techniek en kennis voor een duurzamere toekomst

KEES HAVERKAMP | BEELD CHRISTIAN KEIJSERS

Het New Financial Magazine stelt in iedere editie een Ambassadeur een aantal vragen over de nieuwe economie en de rol van de financiële sector. Ditmaal Kees Haverkamp, oprichter van diverse innovatieve fintech-ondernemingen.

## **Hoe ziet de dienstverlening in de financiële dienstverlening er idealiter uit?**

Hyperpersonalisatie is zowel op productniveau, als in de dienstverlening optimaal uitgewerkt en geïmplementeerd. Technologie die nu onder andere wordt gebruikt voor het serveren van de juiste op maat gemaakte advertenties voor jouw profiel zal uiteindelijk gaan leiden naar financieel advies en producten op maat. Op deze manier wordt ieder individu geholpen exact op de manier waarop hij geholpen wil worden. Hierbij zullen we niet alleen de techniek zover moeten krijgen, maar juist ook alle organisaties die de bijbehorende diensten leveren. Gespecialiseerde, goed vindbare adviseurs voor

ieder profiel en productaanbieders die qua aanbod in staat zijn om op een efficiënte manier maatwerkproducten samen te stellen en beheren.

Op dit moment is het overgrote deel van organisaties ingericht op een traditionele leverancier-afnemerverhouding. Crowdsourcing zal sectorbreed een prominentere rol hebben. Een willekeurig persoon met een goed idee wil in staat zijn om op een daarvoor ontwikkeld platform zelf een product of dienst samen te stellen, voor de door hem bedachte (micro) doelgroep. De technologie kan het al, wie pakt de handschoen op om het verder in te richten? Marketing zoals we dat nu kennen voor onze sector wordt overbodig omdat dankzij slimme platforms iedereen automatisch het beste aanbod voorgeschoteld krijgt. Dit alles natuurlijk met respect voor ieders privacy.

## **Wat versta jij onder innovatie en verantwoordelijkheid en in hoeverre spelen zij een belangrijke rol in de financiële dienstverlening?**

Innovatie zie ik als een noodzakelijk proces om invulling te kunnen blijven geven aan de steeds veranderende

wensen en eisen van de eindgebruiker. Het optimaal kunnen aanvoelen wat de wensen uit de markt zijn, het vermogen om te kunnen voorspellen wat de wensen van de toekomst zullen zijn en hier vervolgens optimaal op anticiperen. Dit gaat dus veel verder dan alleen de capaciteit om nieuwe producten te ontwikkelen of het blijven hangen bij het temmen van nieuwe technologische ontwikkelingen. Deze laatste fout heb ik overigens zelf ook met enige regelmaat gemaakt.

‘We leven niet in een tijdperk van verandering, maar in een verandering van tijdperk’, aldus een voor mij erg inspirerende Jan Rotmans. Ondanks dat sommige innovaties kannibaliseren op de huidige dienstverlening, en technologie voor veel beslissers helaas onbekend terrein is, moeten we wat mij betreft nu wel echt aan de slag.

Ik vind het overigens de verantwoordelijkheid van de sector om hierbij een veel pro-actievere houding aan te gaan nemen. Er is ontzettend veel kennis en creativiteit binnen onze sector aanwezig maar ik heb te vaak gezien dat deze creativiteit geremd wordt door bureaucratische processen of een gebrek aan

lef en ondernemerschap op managementniveau.

Het is mijn uitdrukkelijke wens om met elkaar te voorkomen dat in de toekomst de financiële dienstverlening bepaald wordt door de big-techreuzen. Om dit te voorkomen zullen we echt gas moeten gaan geven.

Mensen die hun verantwoordelijkheden niet zien of nemen, vind ik vergif voor een gezond functionerende organisatie. Verantwoordelijkheid nemen op alle niveaus en op de juiste momenten is een essentieel element om de slagvaardigheid van en het vertrouwen in de sector op niveau te kunnen houden.

**Wat zijn de belangrijkste kernwaarden van de verzekeringssector en zijn ze voldoende zichtbaar?**

Bij veel organisaties vind je dezelfde kernwaarden terug. Integriteit, persoonlijk, dichtbij, innovatief en nog een hele rits idealistische termen passeren de revue. Bij veel organisaties zie ik in de praktijk weinig van die kernwaarden terug. Ik zou zelf gaan voor fatsoen, compassie, adaptiviteit en realisme. Over deze kernwaarden alleen al kan ik een artikel schrijven.

**Is een financiële sector mogelijk met rendement voor zowel aandeelhouders, medewerkers, klanten als de samenleving?**

Ik ben ervan overtuigd dat het op een duurzame manier inrichten van organisaties uiteindelijk zal leiden tot de best presterende organisaties. Voor mijn gevoel zitten we daarvoor wel in een lastige sector. Ik heb het (nog) niet onderzocht, maar mijn gevoel zegt dat het percentage mensen waarvan het primaire doel is om veel geld te verdienen in deze sector hoger dan gemiddeld ligt. Geld verdienen is natuurlijk goed, maar niet als primair doel.

Een volledig Rijnlands model gaat misschien wat ver, maar ik denk dat het noodzakelijk is om kritisch te kijken naar de Angelsaksische cultuur die nu nog dominant is. De nieuwe generatie



medewerkers is veeleisender dan ooit. Terwijl de juiste, tevreden medewerkers een essentiële rol spelen in het realiseren van een tevreden klantenbestand.

Mensen willen een baan die ze als een handschoen past en zingeving is relevanter dan ooit. Wil je de goede mensen aan je binden, moet je niet alleen zorgen voor de traditionele goede omstandigheden en voorwaarden, maar dan moet je ook zorgen voor een relevante maatschappelijke bijdrage. Ik ben ervan overtuigd dat dit uiteindelijk zal leiden tot optimale, fatsoenlijke rendementen. Dat is dus iets anders dan maximale rendementen. Om Alibaba's Jack Ma te quoten; 'Employees first, customers second, stakeholders last.'

**Is verjonging noodzakelijk om in de financiële sector te vernieuwen?**

Ja, een frisse blik is zeker nodig. Echter, dit is wat mij betreft niet per se een fysieke verjonging. Ik ken mensen die op hun twintigste mentaal stokoud en vastgeroest zijn en ik ken pensioenge-rechtigden die zodanig jong van geest zijn dat zij mij iedere keer weer inspireren om mezelf verder te ontwikkelen. Dit zijn mensen die in potentie de hele markt op kunnen schudden.

**Welke betekenisvolle initiatieven waardeer je in de financiële sector?**

Er zijn ondertussen meerdere consumentenplatforms die zijn of worden gelanceerd en ieder initiatief dat de consument écht in de lead durft te zetten en hier een fatsoenlijk verdienmodel aan verbindt, kan rekenen op mijn waardering. Een platform als Advieskeuze.nl vind ik een voorbeeld dat potentieel een grote rol kan gaan spelen. Geen initiatief maar vanuit organisatieperspectief de moeite om te benoemen is Viisi Hypotheken uit Amsterdam (zie ook het interview met Tom van der Lubbe op pagina 6 van deze uitgave, red.).

**Welke boodschap zou je de financiële sector graag meegeven?**

We hebben qua innovatie in deze sector niet eens het topje van de ijsberg ge-

**“IN DE PRAKTIJK ZIEN WE DE MOOIE KERNWAARDEN VAN FINANCIËLE INSTELLINGEN NIET OF NAUWELIJKS TERUG”**

zien. Een groot deel van de huidige financiële producten en diensten valt te digitaliseren en dit zal de komende jaren steeds sneller gaan gebeuren. Kunstmatige intelligentie was tien jaar geleden alleen toegankelijk voor een enkeling, tegenwoordig is iedere tech-savvy onderneming in staat om hier waardevolle toepassingen mee te bouwen. Vergelijk het maar met de revolutie die de uitvinding van elektriciteit heeft veroorzaakt: bijna ieder denkbaar proces viel revolutionair te innoveren. Diezelfde mogelijkheden zitten verborgen in kunstmatige intelligentie. En juist deze tak van sport is voor veel financiële instellingen een lastige bal.

Er is veel kennis en creativiteit aanwezig binnen onze sector en die zijn naar de toekomst toe hard nodig. Hyperpersonalisatie klinkt leuk, maar brengt een hoop inhoudelijke uitdagingen met zich mee. Laten we deze vak-kennis combineren met de juiste technologische kennis en toewerken naar een duurzamere sector.

**Wat draag je zelf bij om een betere financiële sector te bereiken?**

Door mezelf iedere dag te blijven stimuleren om een meetbaar positieve bijdrage aan de wereld te willen leveren en dat door te laten wegen in iedere beslissing die ik maak. Het klinkt cliché, maar ook bij mij heeft het krijgen van kinderen mijn wereldbeeld overhoopgemaakt. Als indirect gevolg hiervan heb ik de afgelopen tien jaar meerde-

**KEES HAVERKAMP**

Kees Haverkamp is oprichter van diverse innovatieve fintech-ondernemingen waarmee hij meer dan vijftien jaar consument- en datagedreven toepassingen ontwikkelt voor en binnen de financiële sector. Als CTO van de Yes We Can Healthcare group is hij verantwoordelijk voor het ontwerpen en ontwikkelen van innovatieve toepassingen binnen de zorg. Daarnaast is hij strategisch adviseur bij platformontwikkelaar Dycken.com en Villa Pardoës. Villa Pardoës is onderdeel van de Efteling en biedt Nederlandse gezinnen met een ernstig, mogelijk levensbedreigend, ziek kind een onvergetelijke, unieke vakantiebeleving aan.

Kees heeft met zijn partner twee kinderen en zijn hobby's zijn: drummen en muziek, skateboarden, mountainbiken, kitesurfen en wintersport.

re consumer-first platforms ontworpen en ontwikkeld. Op mijn verlanglijstje staat nog om met een aantal gelijkgestemden, volledig lean, een zo digitaal mogelijk financieel platform te lanceren met een échte consumer-first focus. Technisch is gemakkelijker realiseerbaar dan ooit.

**Wat is de belangrijkste les die je in het afgelopen jaar hebt geleerd?**

Als ik gezond ben en mezelf goed voel ben ik in staat om een veel positievere invloed op mijn omgeving te hebben. Om ervoor te zorgen dat ik weer helemaal goed in mijn vel zit, heb ik het afgelopen jaar resolute keuzes gemaakt. Ondanks dat deze keuzes zakelijk misschien niet voor de hand lagen, hebben ze op alle vlakken bijzonder goed uitgekapt. Het bij mijn levenskeuzes laten prevaleren van geluk en zingeving boven financiële zekerheid heeft er wederom voor gezorgd dat ik naast gelukkiger ook effectiever en succesvoller ben. ■