

“We moeten onze branche ont-branchen”

Jonge verzekeraars denken verder



Een mondigere klant, nieuwe partijen die de verzekeringsmarkt betreden en maatschappelijke ontwikkelingen waar je wel in mee moet gaan. Lastig? Niet als het aan ‘de jonge verzekeraars’ ligt. Sterker: zij zien juist vooral kansen om vernieuwing in de branche vleugels te geven. Het Platform Jonge Verzekeraars van het Verbond van Verzekeraars gaat dlt ondersteunen.

TEKST ALBERTINE STOLK | BEELD ERIK JANSEN

Dat er genoeg energie en enthousiasme bestaat in de verzekeringsbranche, bleek wel tijdens de laatste bijeenkomst van het platform. Niks geen grijze pakken en haren. Maar kleurrijk en fris. En vooral bevlogen. De bijeenkomst stond in het teken van *Project Sherlock*, een project waarmee het Verbond vernieuwing in de branche zichtbaar wilde maken. Richard Weurding, algemeen directeur van het Verbond: “Het project leverde dan misschien geen honderden inzendingen op, maar het heeft wel wat te weeg gebracht. Reacties waren positief en het is aanleiding om met elkaar

in gesprek te gaan over hoe we verder moeten gaan met de vernieuwing. Dat gesprek begon al meteen tijdens de bijeenkomst. Er bleken ideeën genoeg te zijn!”

Die ideeën werden onder meer aangewakkerd door de deelnemers aan het project die hun inzending mochten

**“HET IS VOORAL ONS
PROBLEEM, EN NIET DAT
VAN DE SAMENLEVING”**

pitchen voor een jury. Zo zet Arag nu bij ieder overleg een gele stoel aan tafel, die de klant symboliseert. “Daardoor staat ieder team bij ieder overleg stil bij wat een klant aan het overleg heeft.” Een ander introduceerde een ‘taalknop’, zodat iedere tekst snel en gemakkelijk kan worden gecheckt op begrijpelijkheid. Centraal Beheer – die een ‘spullenuitleenverzekering’ met en voor Peerby ontwikkelde – en Nationale-Nederlanden – met het care-netwerk waarbij klanten elkaar helpen – gingen er met de winst vandoor. Weurding: “Ook heel innovatief, twee winnaars: innoveren doe je samen, dus wie weet wat het gezamenlijke etentje, een van de prijzen, nog meer oplevert!”



RELEVANT ZIJN

Genoeg input voor het gesprek zal in ieder geval komen van Peter Creemers, winnaar namens Centraal Be-

Platform Jonge Verzekeraars

Jonge Verzekeraars is een platform voor jonge medewerkers uit de verzekeringssector. Het platform is in het leven geroepen met als doel jonge medewerkers meer te betrekken bij de branche. Tijdens bijeenkomsten staan nieuwe ontwikkelingen in de sector centraal en is er ruimte om daarover mee te denken en mee te praten. En ook in de speciale LinkedIn-groep kan dat. Nieuwsgierig? Neem een kijkje op LinkedIn en zoek de groep Jonge Verzekeraars.

heer Achmea waar hij projectmanager 'Klant & Maatschappij van nu én de toekomst' is. "De samenleving is in transitie naar een nieuw ecosysteem: we weten nog niet precies hoe dat eruit gaat zien, maar we weten wel dat het geen kopie zal zijn van het huidige. Zingeving, iets bijdragen en participeren worden steeds belangrijker. Door de crisis en de terugtrekkende overheid zijn mensen steeds meer op zichzelf en elkaar aangewezen. Mensen kiezen voor optimisme, zoeken elkaar op en slaan de handen ineen. En ze kunnen dat dankzij technologie sneller en effectiever dan ooit tevoren."

Het echte nieuwe organiseren vindt vol-

gens Creemers dan ook voornamelijk buiten grote organisaties plaats. "Voor al onze branche kan niet ontkennen dat ze het moeilijk heeft om te versnellen in deze veranderingen. Dat is echter ons probleem en niet het probleem van de samenleving: wie niet relevant is, doet simpelweg niet meer mee."

Maatschappelijk relevant zijn, betekent volgens Creemers dat verzekeraars moeten verschuiven van organisatie naar organiseren. "Maatschappelijke waardecreatie draait niet om geld en gaat dus verder dan traditioneel verzekeren; we moeten maatschappelijke ontwikkelingen faciliteren. Daarvoor zullen we meer dan ooit moeten samenwerken, over alle grenzen heen."



Ont-branchen, noemt hij het. “Verzekeraars kunnen maatschappelijke problemen niet langer alleen oplossen met nieuwe producten, er is behoefte aan slimme geïntegreerde oplossingen voor bijvoorbeeld wonen, zorg en de ouderdagsvoorziening.”

SAMENWERKING LIJKT DEVIES

Volgens Creemers is hierbij zeker een rol weggelegd voor de jonge verzekeraars. “De branche heeft jongeren hard nodig om te begrijpen wat er ‘buiten’ afspeelt en te ervaren en leren hoe het ook anders kan.” Maar jongere werknemers kunnen het niet alleen, een or-

Verzekeraars Vernieuwen

Het Platform Jonge Verzekeraars en Project Sherlock zijn initiatieven onder de vlag van het programma Verzekeraars Vernieuwen. Verzekeraars startten dit programma in 2009 om het vertrouwen in de verzekeringsbranche te herstellen. In 2013 is het programma een tweede fase ingegaan onder de noemer ‘voor de klant telt alleen het bewijs’. Hierbinnen worden allerlei initiatieven genomen om een duurzame verbinding te leggen tussen de klant, de verzekeraar en de samenleving. Lees meer op www.verzekeraars.nl/vernieuwen.

“WE MOETEN MAATSCHAPPELIJKE ONTWIKKELINGEN FACILITEREN”

ganisatie moet zoeken naar het ideale evenwicht. “Waar jongeren goed zijn in exploratie (experimenteren, variëren en flexibiliteit), zijn de ‘oudere’ werknemers dat eerder in exploitatie (keuze, selectie, efficiëntie en productie). Respectievelijk nodig voor de lange en de korte termijn.”

Samenwerken lijkt dus op alle fronten het devies. Dat bleek ook al tijdens de discussie aan het eind van de eerdergenoemde bijeenkomst. En daarbij gaat het zowel om samenwerking binnen de organisatie, de bedrijfstak en daarbuiten. Een aanwezige: “Laat de disruptieve partijen als Google en Airbnb maar komen, dan kunnen we het samen gaan doen.” Dat vraagt uiteraard ook iets van de werknemer. Die moet anders gaan werken. Volgens een ander zit innovatie dan ook niet in producten, maar in de medewerkers. De stel-

ling ‘wil je innoveren, dan moet je uit je comfortzone treden’, wordt aan alle kanten onderschreven.

VERVOLG

Vraag die overblijft is *hoe?* En welke rol de jonge verzekeraars daarbij kunnen spelen. Nog een project optuigen à la Project Sherlock? Google uitnodigen? Niet iedereen is ervan overtuigd. “Waarom altijd naar Google kijken, we kunnen zelf toch ook nadenken?” De bijeenkomst lijkt in ieder geval wel een goed startpunt. Denkkraft genoeg. “Zet deze bij elkaar, kom eens in de maand samen en bespreek na een jaar wat er is uitgekomen. ‘Om de tafel gaan’ alleen zegt namelijk ook niet zoveel.” En, niet onbelangrijk: de branche mag ook wel eens iets trotser zijn. “We zijn veel te bescheiden en maken een mooi initiatief soms klein.” Terwijl een kleine verandering een klant heel veel kan opleveren.

Als het aan het Verbond ligt komen de parels veel meer voor het voetlicht. En moet de energie en het enthousiasme vooral de ruimte krijgen. Richard Weurding: “Bedoeling is dat het Platform Jonge Verzekeraars die gaat bieden. Als Verbond willen we dat faciliteren. De bijeenkomst beloofde in ieder geval veel goeds, ik heb er alle vertrouwen in.” ■