

Duurzaamheid als enige toekomst

In een themanummer Duurzaamheid mogen de vorig jaar door de Verenigde Naties geïntroduceerde Principles for Sustainable Insurance niet ontbreken. Zeker niet omdat Nederland eindelijk weer eens wereldwijd de toon zet. En dit maal op een positieve manier.

Maar liefst vijf Nederlandse verzekeraars (Achmea, Aegon, Delta Lloyd, ING en Zwitserleven) hebben deze Principles vorig jaar tijdens het IIS-congres in Rio de Janeiro onderschreven en het Verbond van Verzekeraars steunt de principes actief. We mogen trots zijn op deze zes partijen. Daarom in dit nummer aandacht voor een aantal duurzaamheidsaspecten.

Hamvraag is natuurlijk: wat moeten we nu eigenlijk onder duurzaam verzekeren verstaan? Voor de vuist weg noem ik een aantal zaken, groot en klein. Ten eerste zul je als financieel dienstverlener weer dienstbaar moeten zijn aan de samenleving. Financiële instellingen hebben zich te lang bezig gehouden met hun eigen belang en dus hun eigen portemonnee.

DIENTBAARHEID VOOROP

Hoogste tijd om dienstbaar te worden. En dat is logisch. Sinds er financiële dienstverleners zijn wordt er geroepen dat zij de smeerolie zijn van onze samenleving. Je kunt het in dit kader beter over windmolens hebben. Dat is zeker waar. Maar als die smeerolie of die windmolens niet meer ten dienste staan van de samenleving, maar alleen nog maar ten dienste van het eigen bedrijf, dan hapert de economie en dus de samenleving. Verzekeraars en banken zijn de bloedsomloop van de samenleving. Is het bloed besmet, dan hapert de samenleving en breekt de crisis uit.

Bij de lancering van de PSI zei Achim Steiner, plaatsvervangend secretaris-generaal van de Verenigde Naties: “Acht procent van het wereldwijde BNP gaat naar verzekeringen. Dat is bijna ééntiende van alles

wat er financieel op aarde gebeurt. Verzekeraars hebben een enorme belangrijke taak om risico's te beoordelen en te dekken. Dat is altijd zo geweest en het belang van verzekeraars zal alleen maar toenemen. De risico's nemen immers alleen maar toe. We zijn nog maar een paar jaar verwijderd van het tijdstip waarop we zullen moeten concluderen dat we de boot

// Nederlandse verzekeraars zetten belangrijke stappen, maar er zijn nog reuzensprongen nodig //

voorgoed hebben gemist. Pas als we echt begrijpen wat er gebeurt met de aarde kunnen we een concreet beleid uitstippelen om de noodzakelijke veranderingen te laten plaatsvinden.”

“Het kan ook niet anders”, benadrukte Steiner. “Duizenden mensen afkomstig uit de hele wereld protesteren hier in Rio de Janeiro. Zij zijn woedend over de gevolgen van het economische model en vertrouwen niemand meer. Deze groep ontevreden groeit wereldwijd razendsnel. Als er niets gebeurt, leidt dit vroeger of later tot sociale onrust en instabiliteit. Dat zou je als leidende industrie niet moeten willen. En daarom moet je je focussen op duurzaamheid. Of de Verenigde Naties dit nu wel of niet voorstaan, duurzaamheid is de enige toekomst.”

VISIE OP SAMENLEVING

Duurzaamheid betekent dus ook dat je een visie hebt op een duurzame samenleving. Dit betekent dat je niet langer investeert in wapens, kinderarbeid, enzovoorts en dat je de bedrijven met wie je zaken doet en die wel hierin investeren weigert als klant. Dat draagt pas bij aan een duurzame samenleving!

Bij een duurzame samenleving hoort natuurlijk ook dat je je expertise op het gebied van risico's en preventie deelt met de samenleving en je je actief inzet om de grote wereldwijde vraagstukken op het gebied van voedselschaarste, energieproblematiek, en overbevolking te helpen oplossen.

DUURZAME KLANTRELATIE

Ook zet je als financiële dienstverlener in op een duurzame relatie met je klant. Je focust je marketing- en verkoopbeleid dus niet langer op nieuwe klanten, maar je zet in op het behoud van bestaande klanten. Dit betekent dat nieuwe klanten misschien juist wel meer gaan betalen voor je dienstverlening dan bestaande klanten en dat bestaande klanten altijd het beste product tegen de meest billijke prijs krijgen aangeboden.

Daarnaast is ook de duurzame relatie met je medewerkers van belang. En dat doe je niet door salarissen te verhogen of bonussen uit te reiken, maar door iedereen binnen je bedrijf te betrekken bij je missie en verantwoordelijk te maken voor je duurzaamheidsbeleid.

Bij duurzaamheid hoort ook dat je de luchtballonetjes van eeuwigdurende groei helpt door te prikken. Eeuwige groei heeft op deze wereld nog nooit bestaan. En toch is er geen politieke partij die het woord herstel van groei niet in de mond neemt, ook al zet de een wat meer in op duurzame groei dan de ander. Financiële instellingen die dienstbaar willen zijn aan de samenleving, zullen de politiek niet na



Willem Vreeswijk: "Luchtballon doorprikken."

moeten praten, maar zullen ook voorop moeten lopen met de boodschap dat de groei voorlopig ten einde is en dat we wat we hebben (en dat is nog altijd niet weinig) op een hele andere manier moeten verdelen.

NOG REUZENSPRONGEN NODIG

Duurzaamheid. Er worden belangrijke stappen gezet. Chapeau daarvoor! Maar misschien ook goed om het eigen beleid nog eens naast het verlanglijstje met duurzaamheidsprincipes te leggen. Dan besef je dat er reuzensprongen nodig zijn. ■