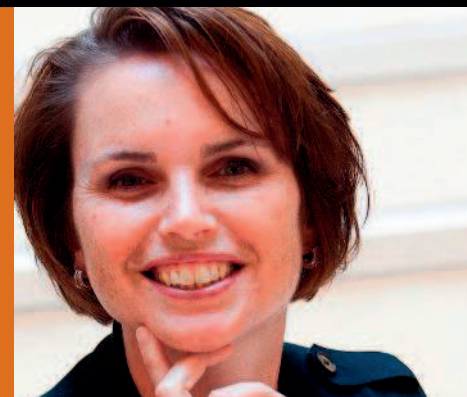


Krimp is goed



Nicolette Loonen, voorzitter Women in Financial Services Network

Een jaar geleden was ik bij de lancering van de Principles for Sustainable Insurance. Een mooie bijeenkomst, met een indrukwekkende lijst aan namen van verzekeraars die deze principes op die middag zouden gaan ondertekenen. Dat er veel Nederlandse partijen onder de eerste ondertekenaars van dit mondiale initiatief zaten, was iets om als inwoner van één van de kleinere landen in de wereld trots op te zijn.

Een minder bemoedigend geluid was de bewering dat de PSI eigenlijk niets nieuws brachten. Zo'n beetje alles wat in de PSI was beschreven werd door de verzekeraars al gedaan. Het leek er dus sterk op dat de verzekeraars vonden dat zij niets hoefden te veranderen in hun strategie en bedrijfsvoering. Er was hooguit hier of daar een probleempje uit het verleden dat moest worden opgelost, maar dat was het dan wel.

Nu kun je je afvragen of men geen benul had van de vertrouwenskloof tussen verzekeraar en klant. Dat men geen idee had van de noodzaak om aandacht te besteden aan duurzaamheid. En dat men vond dat er geen koerswijziging voor de branche nodig was. Maar dat betwijfel ik. Een andere verklaring voor deze houding zou kunnen zijn dat er geen one-size-fits-all aanpak is voor 'de' mondiale verzekeringsindustrie.

En dat het hoogst haalbare dat in de PSI kon worden opgenomen een soort algemeen jargon was, waar de industrie al jaren op vooruitliep.

Naar mijn mening is vooral de nadruk op 'ESG'-factoren (environmental, social en

// Voor een duurzame samenleving zullen we meer het heft in eigen hand moeten nemen //

governance) een gemiste kans. De rol die verzekeraars kunnen spelen in de transitie naar een meer duurzame samenleving gaat verder dan incorporeren van ESG-factoren in het huidige beleid en eigen business modellen. Het gaat naar mijn idee vooral om het verbeteren van de kwaliteit van leven van iedereen. Om het spreiden van risico's over grote groepen, zodat we niet bang hoeven te zijn in geval van een tegenslag buiten de boot te vallen. Daar hoort ook bij het vergroten van het bewust-

zijn bij burgers dat zij hierin een eigen rol hebben.

En wat is dan de rol van de burger? Verzekeraars hebben in het verleden flink geprofiteerd van de angst van mensen om een financieel risico te lopen. Mensen zijn onvoldoende voorgelicht over de mogelijkheden die men in eigen handen heeft om deze risico's zelf te dragen. De klant is daarmee ook passief geworden in het nemen van eigen initiatief. CapGemini rapporteerde in haar 'World Insurance Report 2013' dat Nederland op de 7e plaats stond van de schadeverzekeringsbranche. Per hoofd van de bevolking betalen wij dus veel premie. Tegelijkertijd is de schaderatio ook enorm hoog. Op die manier wordt de verzekeringsindustrie een bodemloze put, die met een kaasschaaf niet meer rendabel te maken is.

Wie neemt de taak op zich om boodschapper van het slechte nieuws te zijn? Wie vertelt de klant dat we voor een duurzame samenleving meer het heft in eigen hand zullen moeten nemen en niet meer achteloos kunnen terugvallen op het vangnet van verzekeraars? We zullen meer met minder moeten doen. Ook verzekeraars. Wie neemt de eerste stap? ■

REAGEREN? nicolette.loonen@wifs.nl