



JELLE BARTELS: "WELKE
WAARDE VOEG JE TOE?"

Betaal je polis met je data

Betalen voor bescherming en preventie met je data in plaats van in euro's. Dit was de winnende pitch tijdens het eerste grootschalige Innovatie Lab van de stichting New Financial Forum. Het idee wordt door binnenkort nader uitgewerkt.

TEKST **TOON BERENDSEN** | BEELD **RODNEY KERSTEN**

Deze eerste grote NFF Innovatie Lab met als titel 'Verzekeren? What else...' werd georganiseerd door de leden van dat lab: Jelle Bartels (Next Step Factory), Jeroen Bais (Next Step Factory), Michiel Brandt (SVC), Douwe Dijkstra, Thom Boot (Thomorrow) en Paul Rijns (a.s.r.) die tevens gastheer was. De opdracht voor de ruim veertig specialisten en talenten van onder meer allianz, a.s.r. en Nationale-Nederlanden, leek eenvoudig: bouw hét nieuwe business model voor de toekomst van verzekeraars, daarbij puttend uit succesvolle business modellen van buiten de branche. Vijf groepen gingen aan de slag, waarbij de succesfactoren van Apple, Skype, Ikea, Nespresso en Coolblue werden geanalyseerd en werden toegepast op de verzekeraar van de toekomst.

HET NIEUWE VERZEKEREN

De 'Skype-groep' zette heel erg in op verbinding, waar het bij Skype natuurlijk vol om draait. Het idee was om netwerken te vormen, die zelf bepalen wie ze toelaten. De deelnemers aan een netwerk vormen feitelijk een onderlinge. Er was zelfs een naam voor bedacht: Connect. De korte pitch werd gehouden door Jelle Jansons van Nationale-Nederlanden. Facilitator vanuit het NFF Innovatie Lab was Paul Rijns.

De 'Ikea-groep', onder begeleiding van facilitator Michiel Brandt zette in op typische Ikea-kenmerken als beleving en transparantie. De pitch werd gehouden door Robin van Beem (Polis Advocaten): "Wij bieden platforms voor specifieke doelgroepen, zoals Ikea dat doet. Verder geen black box-gedoe, maar transparantie zoals Ikea-meubels worden geleverd; je ziet elk onderdeel, elk

schroefje. De consumenten krijgen toegang tot data. Een student bijvoorbeeld geven we data voor zijn scriptie, een ondernemer data waar hij iets mee kan in zijn afzetgebied. En we verzekeren niet langer het eigendom van een goed, maar het goed. Want veel mensen delen vandaag de dag spullen."

De 'Nespresso-groep', gefaciliteerd door Douwe Dijkstra, legde de relatie met het exclusieve karakter van Nespresso. Ewald Bary (Lindenhaeghe) presenteerde de pitch aan alle aanwezigen die hij aansprak als leden van de Nespresso club. "Wij geven de klant hetzelfde gevoel bij zijn financiële huishouding." Letterlijk werd gesproken over de club 'Nespresso for sure. Exclusief voor u'. Het concrete aanbod: een all-inn pakket financiële en andere diensten tegen een vaste prijs. Alle diensten bieden ontzorging, dus geen geldvergoedingen maar bijvoorbeeld een andere auto bij schade aan de huidige wagen.

De 'Apple-groep' (gefaciliteerd door Thom Boot) kwam met Kevin. Deze pitch werd een duopresentatie van Eline Rugebregt en Kevin Bourgonje, de naamgever van deze nieuwe verzekeraar. 'Kevin' verzekert de klant van alles in ruil voor zijn data. Premie betalen is aan de orde. Want met behulp van de data – tegenwoordig niet zo moeilijk te vergaren dankzij de smartphone – kan de verzekeraar de klant volgen en daardoor het risico verkleinen en soms zelfs voor zijn. "Als ik hoest, kan de verzekeraar me aanraden het even rustiger aan te doen", aldus Kevin. "En als ik de grens passeer, kan de verzekeraar automatisch de buitenlanddekking op de reisverzekering aanzetten."

De 'Coolblue-groep' onder begeleiding



van facilitator Jeroen Bais bedacht Hub, een platform. Presentator Indra Frishert (Dazure): "Want verzekeren is niet meer hip. We zorgen voor elkaar, we helpen elkaar, we delen met elkaar. Voor de grote excessen is er herverzekering."

WINNAAR KEVIN

De deelnemers aan deze bijeenkomst mochten stemmen op de ideeën. Verze-

"HET BUSINESS MODEL VAN DE VERZEKERAAR VAN DE TOEKOMST IS DAT-IE GEEN VERZEKERAAR MEER IS"



De leden van het NFF Innovatielab, v.l.n.r.: Jelle Bartels, Paul Rijns, Thom Boot, Michiel Brandt, Jeroen Bais en Douwe Dijkstra.

keraar Kevin kwam als glorieuze winnaar uit de bus. De leden van het NFF Innovatie Lab wil dit idee samen met mensen uit het NFF en anderen proberen in realiteit om te zetten.

Bartels, die vaak werkt met het Business Canvas Model, in een blog op het New Financial Forum: "Hoewel de businessmodellen allemaal vanuit verschillende hoeken werden ingevlogen, was

er wel duidelijk een rode draad: de digitalisering zou weleens kunnen gaan zorgen dat verzekeraars compleet buitenspel gaan raken. Want zeg nu zelf... waarom heb je een verzekeraar nodig

die de risico's draagt als een hub dat ook kan doen? Als een community een eigen 'black box' heeft waarmee zij prima in staat zijn risico's van mede-membbers te analyseren? Een soort block-

**"DE DIGITALISERING ZOU WELEENS KUNNEN GAAN ZORGEN
DAT VERZEKERAARS COMPLEET BUITENSPEL GAAN RAKEN"**



Gastheer Paul Rijns.

chain voor verzekeringen? Een andere overeenkomst tussen de modellen was dat verzekeraars in staat zullen moeten zijn om binnen hun eigen muren het lef te hebben om hun bestaande businessmodel op te eten. Eigenlijk was bij elk business model de conclusie: we

kunnen het samen wel! De vraag is dan: welke waarde voeg je als verzekeraar nog toe? Welke pijn los je op? Welke zaken neem je van het bordje van je klant af? Het business model van de verzekeraar van de toekomst is misschien dat-ie geen verzekeraar meer is.”

**“VERZEKERINGEN EN BANKZAKEN ZIJN
VEEL TE COMPLEX. IK HOOR EN ZIE ONZE SECTOR
HET ELKE KEER WEER VERTELLEN”**

Bartels: “Verzekeringen en bankzaken zijn veel te complex. Ik hoor en zie onze sector het elke keer weer vertellen. Dat er te makkelijk over wordt gedacht. Dat het allemaal geen Jip en Janneke is. En misschien ben ik wel te simpel. Tegelijkertijd zijn er al andere sectoren geweest waarin dat ook gezegd wordt. Er is echter maar één iemand nodig die denkt als Pippi Langkous: ‘Of ik het kan? Ik denk het wel, want ik heb het nooit gedaan!’ en daar is de start van een nieuw tijdperk. Voor mij is de vraag niet meer of er een nieuw tijdperk van verzekeren ontstaat, maar vooral wanneer.” ■