

RISK & BUSINESS

VAKBLAD VOOR RISICOMANAGEMENT EN -FINANCIERING

In deze uitgave

2. Sharon van Herel (HDI Global): "Het is de hoogste tijd dat er in de verzekeringsmarkt wat gaat veranderen!"



4. Zorgdragen voor kwantitatief en kwalitatief volwaardig expertisekorps in de (nabije) toekomst is niet alleen een zaak van de expertisebranche!", vindt NIVRE-voorzitter Hans de Hoog
6. Lloyd's komt met nieuwe ingrijpende maatregelen voor betere werkcultuur



8. Glasstone/Novanet winnaar Rob Insinger Award 2019 met innovatieve polijstechniek voor herstellen glas
11. Economic Crime Survey PwC: "Cybercrime ontkennen maakt extra kwetsbaar"
13. Starr Insurance Companies stelt ambitieuze doelen en ligt qua groei volledig op koers
16. Pieter Jansen over de rol van de adviseur bij complexe (bedrijfs)schades



19. Interview Onno Paymans: "Verzekeringsindustrie zou best wat meer ondernemerschap mogen tonen"
21. Arjen Ronner: "Unieke Executive master Verzekeringskunde verdient nog meer studenten."
23. BMT's Jochen Schenk ziet ook in de toekomst belangrijke rol weggelegd voor de maritieme expert



25. Burghgraef van Tiel & Partners start nieuwe training Risico-deskundige: "Preventie wordt steeds belangrijker."
26. Onderzoek IG&H: Buitenlandse verzekeraars groeien op Nederlandse schademarkt twee keer zo hard dan lokale risico-dragers



28. Blog Peter Hartman (RiskFitInnovation): Is 'Barbieboete' wel verzekerd?

Jan van Stigt Thans



Harde markt, 'de Elfstedentocht van de verzekeringsbranche'

Het is de jaarlijks terugkerende vraag bij de eerste nachtvorst in ons land: 'Komt er deze winter een Elfstedentocht?' De verzekeringsbranche kent ook zo'n fenomeen, al hoeven daarvoor geen rayonhoofden bijeen te komen: de zogenoemde 'harde markt'. Ook daarvan vragen de coassurantieprofessionals zich jaarlijks af of die er na al die jaren weer eens zal komen. Met als andere gemeenschappelijke noemer: beide hebben in de afgelopen twee decennia slechts éénmaal plaatsgevonden: de 'Tocht der Tochten' in 1997 – met Henk 'spruitjespak' Angenent als winnaar – en de 'harde markt' na *nine eleven* in 2001/2002.

De tweede is echter in aantocht, de 'harde markt wel te verstaan'. Uit de Global Insurance Market Index over het tweede kwartaal van Marsh blijkt zelfs dat voor het eerst sinds de start van de periodieke marktinventarisatie in 2012 er in alle delen van de wereld voor alle onderzochte branches- *property, casualty & finpro* – sprake is van een premiestijging ten opzichte van het voorafgaande kwartaal. Al zijn er zowel regionaal als per branche grote verschillen waarneembaar in de onderlinge verhogingspercentages.

Ook op de Nederlandse markt is de 'renewal'-periode al enige tijd in volle gang, vooral op de *property*-markt waarvan ik van meerdere kanten heb vernomen dat zo'n 90% van alle polissen zouden zijn opgezegd. Premieniveaus, hoogte van eigen risico's en dekkingen staan massaal ter discussie, ook in andere branches, zij het in (veel) mindere mate. HDI heeft vorige week in een meeting met makelaars haar (aangescherpt) acceptatiebeleid gepresenteerd, waarin rendement, samenwerking en ondernemerschap de sleutelwoorden vormen. In deze uitgave doet *Managing Director* Sharon van Herel een oproep voor een gezamenlijk inzet van alle marktpartijen om risico's voor bedrijven verzekeraar te houden en de verzekeringsmarkt gezond. Daarnaast laat Aon voor de eigen portefeuille in eigen huis zelf op dinsdagen de fysieke beursvloer terugkeren, primair om de polissen van bestaande klanten sneller te kunnen verlengen.

Kortom, het is nu echt menens. Het belooft in elk geval een 'heet' en boeiend najaar te worden, niet in de laatste plaats doordat een groot deel van de huidige sluiters en acceptanten bij makelaars en verzekeraars voor het eerst een 'harde markt' meemaken.



Sharon van Herel (HDI Global) wil met marktpartijen samen vooruit de toekomst in

Het is de hoogste tijd dat er in de markt wat gaat veranderen

Sharon van Herel is inmiddels meer dan een jaar Managing Director bij HDI Global, een grootzakelijke schadeverzekeraar en onderdeel van de wereldwijde Talanx groep. “Dat biedt veel mogelijkheden. Natuurlijk werken wij voor de markt in Nederland. Tegelijkertijd maken we onderdeel uit van een groter geheel en hebben we een wereldwijd netwerk beschikbaar waarin we kennis en kunde kunnen delen. Specifiek voor de Nederlandse markt willen wij graag breed blijven tekenen. Maar dan is het wel de hoogste tijd dat er in onze markt wat gaat veranderen.”

“Als ik naar de toekomst kijk van onze branche, dan moet er echt wat gebeuren. Het is belangrijk dat risico's nu en in de toekomst verzekeraar blijven. Daarover willen we graag de discussie aanzwengelen en in gesprek blijven met het intermediair”, benadrukt Van Herel. “Er is namelijk wel wat aan de hand. De wereld om ons heen is de afgelopen jaren ingrijpend veranderd. Denk aan het zeer actuele thema van klimaatverandering. Er is een toename aan natuurrampen, maar ook reguliere schades die het gevolg zijn van extreme weersomstandigheden zoals langdurige droogte of juist zeer nat weer. Dit heeft impact op bedrijven en hun activiteiten. Maar ook bedrijven zelf worden steeds groter en internationaler door fusies en overnames. Ook doen zij steeds grotere investeringen in complexe installaties en technologie. Kortom, risico's worden steeds groter en complexer. Dat op zichzelf is iets waar we als markt op in moeten spelen.”

Tegelijkertijd zijn de premies de afgelopen jaren sterk gedaald. “Dat maakt dat premie en risico niet meer in verhouding staan met elkaar. Sterker nog, de schadelast is al een aantal jaar veel hoger dan het premie-inkomen. Dat is geen duurzame manier van zaken doen. Het doorbreken van deze trend is niet alleen noodzakelijk om zelf succesvol te kunnen blijven ondernemen; wij stellen dat ondernemerschap in de gehele sector op het spel staat als wij dit segment niet gezond krijgen. We zien nu al in de markt dat sommige risico's niet of moeilijk verzekerd kunnen worden of dat verzekeraars zich uit de grootzakelijke markt terugtrekken. Dat is niet wenselijk. Als die trend zich doorzet in de toekomst, kunnen



Sharon van Herel: “Het doel zou moeten zijn om zoveel mogelijk continuïteit te bieden aan alle prachtige bedrijven die we samen verzekeren. Dat is de beweging die ik graag wil inzetten samen met onze businesspartners.”

Samenwerking tussen de verschillende marktpartijen: makelaars, intermediair en verzekeraars is meer dan ooit nodig voor een gezonde verzekeringsmarkt, nu en in de toekomst

sommige bedrijven zich niet meer verzekeren in Nederland. Dat is iets dat we met elkaar moeten voorkomen. Samenwerking tussen de verschillende marktpartijen: makelaars, intermediair en verzekeraars is meer dan ooit nodig voor een gezonde verzekeringsmarkt, nu en in de toekomst.”



LIEVER VOORUITKIJKEN DAN TERUG

HDI vervult in deze discussie volgens Van Herel een voortrekkersrol. Vorig jaar was HDI de eerste partij die openlijk sprak over de problemen in de *Property*-portefeuille en een campagne lanceerde om prijs en risico weer met elkaar in balans te krijgen. “Je mag best weten dat het voor ons ook spannend was om als eerste deze boodschap breed te verkondigen en hierover in gesprek te gaan met het intermediair. Uiteraard werd er wisselend gereageerd. Er was veel begrip voor ons standpunt, maar er werd ook gesuggereerd dat de markt er nog niet klaar voor was. Gelukkig bleek dat anders uit te pakken en nu zien we dat de markt in zijn geheel aan het verharderen is, niet alleen voor *Property*.”

Zij vervolgt: “Dit jaar continueren we deze aanpak HDI-breed. Ik geloof dat we juist door samen te werken met het intermediair koers kunnen houden. We zijn er met elkaar verantwoordelijk voor dat de premies niet meegroeiden met de risico’s. We hebben het ook samen zover laten komen dat er onvoldoende aandacht is geweest voor preventie in deze neerwaartse prijs螺旋. In mijn optiek heeft het niet zoveel zin om terug te kijken. Wat ik veel interessanter vind, is hoe we vooruit kunnen kijken en ons gezamenlijk gaan inzetten voor een gezonde markt. Het doel zou moeten zijn om zoveel mogelijk continuïteit te bieden aan alle prachtige bedrijven die we samen verzekeren. Dat is de beweging die ik graag wil inzetten samen met onze businesspartners.”

LATEN WE HIER EEN PUNT VAN MAKEN!

“Mijn grootste zorg zit er in dat in de huidige marktsituatie alle nuance verdwijnt en we doorschieten naar de andere kant”, zegt HDI’s *Managing Director*. “Elke verzekeraar is op dit moment

Het heeft het niet zoveel zin om terug te kijken; interessanter is hoe we vooruit kunnen kijken en ons gezamenlijk gaan inzetten voor een gezonde markt

gedwongen om kritisch te kijken naar haar acceptatiebeleid, ook HDI. Maar we moeten voorkomen dat dit resulteert in een enorme kaalslag waardoor de markt nog verder op slot komt te zitten. Uiteindelijk is niemand daarbij gebaat: de verzekeraar zelf niet, het intermediair niet en de klant al helemaal niet. Waar kunnen bedrijven dan nog terecht? Dat is echt een ontwikkeling waar ik me persoonlijk zorgen om maak.”

Het is iets waar haar collega’s, net als zij zelf, mee worstelen in de praktijk. “Hoe kunnen we breed blijven tekenen en meedenken over oplossingen? Dat zit ook deels opgesloten in het DNA van ons bedrijf. HDI is meer dan honderd jaar geleden opgericht als onderlinge maatschappij juist om ervoor te zorgen dat de meest complexe risico’s verzekerd kunnen blijven. Wat dat betreft ben ik een echte HDI-er”, zegt Sharon met een voorzichtige glimlach op haar gezicht. “Ik voel die verantwoordelijkheid namelijk ook en daarom doen we deze oproep aan de markt. Laten we hier samen een punt van maken!” ■

NIVRE-voorzitter Hans de Hoog wil samen met de markt naar de toekomst kijken

Zorgdragen voor kwantitatief en kwalitatief volwaardig expertisekorps in de (nabije) toekomst is niet alleen een zaak van de expertisebranche!



Het is al jaren een publiek geheim dat in de expertisebranche de vergrijzing een keer zijn weerslag zal hebben op het beschikbare expertisekorps. Er moet rekening mee worden

gehouden dat het aantal ingeschreven Register-Experts in het NIVRE-Register tussen nu en vijf jaar alleen al als gevolg van pensionering met meer dan 15% zal inkrimpen.

Binnen het NIVRE hadden we eerlijk gezegd verwacht dat de daling van het aantal inschrijvingen nu al zichtbaar zou zijn, maar vanwege een aantal factoren is dat aantal de laatste twee jaar zelfs licht gegroeid. Dat is deels toe te schrijven aan de verhoging van de pensioengerechtigde leeftijd maar ook aan het feit dat veel van de oudere Register Experts ook na hun pensionering (vaak parttime) zijn blijven werken en in het NIVRE-Register ingeschreven willen blijven. Mede daardoor is in vrijwel alle branches het aantal ingeschreven stabiel gebleven of lichter gedaald dan voorzien, terwijl er daarnaast een aanwas is van het aantal toegetreden personenschade-experts. Dat neemt niet weg dat we als sector voor een grote uitdaging staan om ook over vijf tot tien jaar nog voldoende gekwalificeerde schade-experts aan te kunnen blijven bieden om tegemoet te kunnen blijven komen aan de wensen van de markt.

PRIMAIR ONS 'PAKKIE AN'

Laat ik daarover duidelijk zijn: het zorgdragen voor een volwaardig expertisekorps in de (nabije) toekomst – 5 tot 10 jaar – is primair de verantwoordelijkheid van onszelf: het NIVRE en de individuele expertisebureaus. En daar wordt al geruime tijd door alle partijen hard aan gewerkt. Zowel aan de noodzakelijke nieuwe instroom van schade-experts van buitenaf, als vervolgens aan de opleiding van die nieuwe aanwas. Daarbij draagt NIVRE met haar opleidingen en PE-systeem zorg voor een goede basis, maar de echte opleiding krijgen experts natuurlijk *on the job*: bij de bureaus en door de collega's. Immers, expertise is vooral een ervaringsvak. Met name bij nieuwe toetreders (meestal mensen met ervaring op de vakgebieden waar experts zich bewegen) moeten vak- en overige kennis en talloze *skills* worden (door)ontwikkeld. Dat is een langdurig en kostbaar proces.

Zowel die nieuwe instroom als de opleiding van nieuwe medewerkers hebben we als expertisebranche altijd prima weten te managen. Al is dit in de loop der jaren voor de bureaus geleidelijk



Hans de Hoog: "Hoe handhaven we in omvang en niveau een expertisekorps dat beantwoordt aan de verwachtingen van de klant? Dat is de uitdaging voor het komende decennium."

aan wel steeds lastiger geworden. Daar zijn meerdere redenen voor aan te wijzen: financieel, de tarieven raakten meer en meer onder druk waardoor er ook bij de expertisebureaus minder budget overblijft om nieuwe mensen aan te trekken en/of te investeren in opleidingen. Hierdoor neemt bij het zittende korps de werkdruk toe, waardoor er ook minder tijd is voor collega's om een nieuwkomer bij te staan bij diens ontwikkeling naar een volwaardig schade-expert.

Daar komt bij dat er ook steeds minder kleinere, eenvoudige schades zijn die ter behandeling aan expertisebureaus worden aangeboden. Die worden afgewikkeld via digitale oplossingen, of bijvoorbeeld door schadeherstel in natura. Dus van traditionele schade afwikkeling/expertise naar snellere en goedkopere processen. Volstrekt logische ontwikkelingen, die in de schadewereld ten opzichte van andere branches nog laat zijn omarmd. De keerzijde is dat deze claims van oudsher bij uitstek een mooie leerschool vormden voor nieuwkomers in het vak, om als zelfstandig werkend expert ervaring op te doen. Nu worden te behandelen dossiers complexer en vergen derhalve meer tijd en inzet van experts, terwijl bovendien de eisen van opdrachtgevers ten aanzien van kennis, kwaliteit, klantgerichtheid en snelheid (doorlooptijden) verder

toenemen. En dat liefst voor dezelfde prijs als vorig jaar, of nog een beetje minder.

STORM VAN 2018

Door al de hierboven genoemde ontwikkelingen zijn expertisebureaus het afgelopen decennium geconfronteerd met de uitdaging om de capaciteit op orde te houden, en ook om te kunnen blijven voldoen aan de almaar groeiende wensen en verlangens bij opdrachtgevers over de geboden dienstverlening bij schade. Voor het komende decennium is die uitdaging niet minder: hoe handhaven we in omvang en niveau een expertisekorps dat beantwoordt aan de verwachtingen van de klant?

Nemen wij als voorbeeld de branche brand: De situatie is nu zo dat de beschikbare expertisecapaciteit weliswaar voldoende is om het reguliere werk goed te kunnen blijven uitvoeren. De vraag is of deze toereikend blijft om bij grote calamiteiten, zoals een zware storm, hagelbuien of een grootschalige wateroverlast, verzekeraars en andere opdrachtgevers die service te kunnen bieden op het kwalitatief hoogwaardige niveau dat zij van ons gewend zijn. Bij de januaristormenten van 2018 hebben wij, verzekeraars en andere opdrachtgevers aan den lijve ondervonden wat dat in de praktijk betekent. De bureaus hebben kunnen leveren dankzij enorme inzet van experts, die het overigens voor de storm ook al druk hadden. Het heeft een grote wissel op het korps getrokken.

Gelukkig hadden de opdrachtgevers begrip voor het feit dat de gebruikelijke doorlooptijden vaak niet gehaald konden worden. Het was in elk geval een voorbode voor wat we vaker zullen meemaken. Het is wel knap dat het lukt, maar de bureaus krijgen ook te maken met een keerzijde: experts die de langdurige druk, en tegelijkertijd de druk door toenemende complexiteit van schades, niet meer aan kunnen. Dat leidt tot uitval of, en dat zien we nu vaker dan vijf jaar geleden, experts die uit het vak stappen en een ander beroep kiezen.

GEZAMENLIJK OPTREKKEN

Zoals de kop al aangeeft, ben ik van mening dat het zorgdragen voor een kwantitatief en kwalitatief volwaardig expertisekorps in de (nabije) toekomst niet alleen een zaak is van de expertisebranche zelf maar van de gehele markt. Ik leg u dat uit.

Opdrachtgevers zijn uit op twee dingen: tevreden klanten en beheersing van de schadelast. Een professionele, snelle en faire schadebehandeling draagt daar aan bij. Dat kan alleen als er voldoende goed opgeleide en ervaren experts klaarstaan. Het werven en opleiden is één kant. Het afstemmen van de behoeften een andere. We moeten de visie van onze opdrachtgevers op toekomstige expertisebehoefte kennen en doorgronden, om daarop te kunnen aansluiten. En er moet van beide kanten bereidheid zijn daarin te investeren; de expertisebranche direct, de verzekeringsmarkt indirect.

We staan vanwege de reeds genoemde pensioneringsexodus van een groot deel van het huidige expertisekorps samen voor een enorme uitdaging: er met elkaar voor zorgen dat er ook over 5 à 10 jaar voldoende experts zijn om gedupeerden/verzekerden bij



“Opdrachtgevers zijn uit op twee dingen: tevreden klanten en beheersing van de schadelast. Een professionele, snelle en faire schadebehandeling draagt daaraan bij.”

schade snel, goed en op kwalitatief hoogwaardige manier van dienst te kunnen blijven. Wij en ook onze opdrachtgevers hebben daar alle belang bij. Het aantrekken van nieuwe instromers kent nog een andere uitdaging: het expertisevak moet voor de jongere generaties aantrekkelijk zijn. Die kijken anders naar het leven dan hun voorgangers. Werkgevers in onze branche hebben daar een uitdaging liggen. Maar zullen worden geholpen door het NIVRE. Wij nemen onszelf het komende jaar opnieuw onder loep, met als doel de uitstraling van ons vak naar de arbeidsmarkt, ingeschrevenen, bureaus en natuurlijk onze klanten fris en eigentijds te maken. Ook daarvoor willen wij de markt raadplegen, en samenwerken. Tot nut van iedereen.

PARTNER VS. LEVERANCIER

Ik zie dat contacten met koepels in de verzekeringsindustrie werken. Het leidt nooit meteen tot kant-en-klare resultaten, maar wel tot nieuwe inzichten en wederzijds begrip, waar we in de komende jaren iets mee kunnen. De hoofddoelstellingen van het NIVRE blijven intact: opleiden, kennis borgen en verbinden. Het opleidings- en PE stelsel van het NIVRE wordt door grote inspanning van velen steeds *up-to-date* gehouden.

De voorwaarden voor een gezonde branche zijn echter ook samenwerking met opdrachtgevers, passende beloning voor expertises, de *appetite* van nieuwkomers, en het bewijzen van de toegevoegde waarde van het merk NIVRE. En: ieders vertrouwen hierin. Hier zetten we in de komende jaren zwaar op in.

Ik zie gelukkig goede ontwikkelingen. Opdrachtgevers zoeken in toenemende mate *partnerships* met expertise-organisaties. En zijn zich bewust van de praktische en financiële consequenties van goed functionerende schaderegeling en –afwikkeling. Met het doorzetten van die tendens vergroten we samen de kans op goed werkende *partnerships*, schadelastbeheersing en tevreden klanten. Met een korps experts dat kwantitatief en kwalitatief past bij de wensen van vandaag en morgen.



Onderzoek brengt groot aantal gevallen van seksuele intimidatie, alcoholmisbruik en andere misstanden aan het licht

Lloyd's komt met nieuwe ingrijpende maatregelen voor betere werkcultuur

Met een aantal nieuwe ingrijpende maatregelen, waaronder een Gender Balance Plan (meer vrouwen op senior levels), Business Conduct Standards (richtlijnen voor zakelijk gedrag) en een Culture Dashboard om de vooruitgang van de maatregelen te monitoren, wil de leiding van Lloyd's de cultuur op de werkvloer van 's werelds grootste verzekeringsmarkt verbeteren. Aanleiding vormde de berichtgeving van toezichthouder de Banking Standards Board over gevallen van seksuele intimidatie, alcoholmisbruik en andere misstanden op de werkvloer. Dit leidde bij Lloyd's in maart van dit jaar al tot een vijf punten tellend actieplan, waarvan een vertrouwelijk marktbreed onderzoek naar de werkcultuur een van de onderdelen vormde. De eind september gepresenteerde uitkomsten van dit marktonderzoek bevestigden de eerder genoemde misstanden en kunnen als zodanig als verontrustend worden aangemerkt.

Uit een onderzoek onder ca. 6.000 personen werkzaam op de Lloyd's-markt is onder meer naar voren gekomen dat 8% van de respondenten – dus ca 480 personen – de afgelopen twaalf maanden een geval van seksuele intimidatie zegt te hebben meegemaakt, maakt 24% melding van overdadig alcoholgebruik, geeft 22% aan dat leidinggevend en andere personen binnen hun organisatie een oogje dichtdoen voor onfatsoenlijk gedrag van collega's en voelt slechts vier procent van degenen die bij een meerdere hun bezorgdheid hebben geuit over een of meerdere misstanden zich hierbij serieus genomen.

Andere uitkomsten uit het onderzoek met betrekking tot het gendervraagstuk zijn dat één van de vijf ondervraagden van mening is dat op Lloyd's mensen vanwege geslacht, geaardheid of afkomst geen gelijke kansen hebben en dat vrouwen op alle vragen rond de werkcultuur op Lloyd's negatiever reageerden dan hun mannelijke collega's. Daarnaast geeft iets minder dan de helft van de respondenten – 45% - aan bereid te zijn hun zorgen naar buiten toe te uiten bij een misstand in de Londense verzekeringsmarkt en geeft 38% aan geen idee te hebben bij welke persoon of instantie ze misstanden zouden moeten melden. Opvallend is dat slechts vier procent van degenen die bij een meerdere hun bezorgdheid hebben geuit over een of meerdere misstanden zich hierbij serieus voelt genomen en vindt dat er naar hun klachten is geluisterd.

WELLBEING & LEADERSHIP

Het onderzoek omvatte ook vragen met betrekking tot welzijn & leiderschap. Wat het eerste betreft gaf niet alleen bijna een kwart van de respondenten aan het afgelopen jaar voorbeelden van overdadig alcoholgebruik op de werkvloer te hebben meegemaakt, voelt daarnaast 40% onder enorme werkdruk te staan en meldt 23% dat het werken in zijn of haar bedrijf een negatieve impact heeft op zijn/haar gezondheid en welzijn.



John Neal, CEO bij Lloyd's: "Ik ben vastbesloten om bij Lloyd's een werkcultuur te creëren waarbij iedereen zich veilig, gewaardeerd en gerespecteerd voelt. Cultuurverandering kost tijd, maar we moeten de vooruitgang versnellen en de gepresenteerde maatregelen hebben de intentie om dat daadwerkelijk voor elkaar te krijgen. Ik ben overtuigd dat de grote meerderheid van de mensen die op Lloyd's werken net zo betrokken zijn als ik ben om die maatregelen te treffen die nodig zijn om meetbare resultaten te boeken. Het creëren van een inclusieve marktplaats waarin alle werknemers tot hun recht komen is een prioriteit voor Lloyd's en van cruciaal belang voor ons lange termijn-succes."

Daarnaast geeft één van de zes ondervraagden aan er geen geloof in te hebben dat de bedrijfsleiding hun verantwoordelijkheid neemt als zaken mis gaan, antwoordt 22% dat verantwoordelijke managers een oogje dichtdoen bij onfatsoenlijk gedrag van medewerkers en is eveneens bijna een kwart (24%) van mening dat binnen hun bedrijf de focus is gericht op korte termijn-resultaten en dus een lange termijn visie ontbreekt, dan wel in elk geval niet prioriteit nummer één heeft.



Standards of Business Conduct bij Lloyds

- *Act with integrity*
- *Be respectful*
- *Always speak up*

Lloyds onderzoek onder 6.000 marktprofessionals

Aan Lloyd's cultuuronderzoek 'The Future at Lloyd's' is meegewerkt door 6.003 professionals, werkzaam binnen de Lloyd's verzekeringsmarkt. Van alle respondenten aan het onderzoek was 60% man, 35% vrouw en had 5% zijn/haar geslacht niet ingevuld. De meerderheid van de respondenten was werkzaam bij een *managing agent* (MGA, 52%), 24% bij een Lloyd's makelaar, was 12% een medewerker van de Lloyd's-organisatie en 12% overig. Negen van de tien deelnemers aan het onderzoek werkt in Londen en 77% was Lloyd's *passholder*.

MAATREGELEN

Lloyd's heeft maatregelen aangekondigd ten aanzien van een viertal aspecten: *Gender Balance* (meer evenwicht tussen mannen en vrouwen), *Speaking Up* (melden van misstanden), *Wellbeing* (welzijn), en *Leadership* (leiderschap).

Gender Balance: De markt toegankelijk maken voor iedereen:

- Lancering van medewerkers vriendelijk marktbeleid binnen de Lloyd's Corporation in Q2 2019
- Meer gerichte trainingen en ontwikkeling van programma's ter verbetering van de *gender balance*;
- Het opzetten binnen de Lloyd's markt van doelstellingen voor meer evenwicht tussen mannen en vrouwen in zowel de directies en raden van bestuur van marktpartijen, het monitoren van de vooruitgang en resultaten vanaf Q2 2020.

Lloyds Five Point Action Plan 2019

Het in maart van dit jaar gepresenteerde 'Lloyd's Five Point Action Plan' omvatte de volgende onderdelen:

- De opzet van een onafhankelijke 24/7 bereikbare hulplijn voor pesten en intimidatie;
- Sancties, waaronder een toegangsverbod tot de Lloyd's-markt;
- De opzet van een onafhankelijk marktbreed onderzoek naar de werkcultuur;
- Herziening van het marktbeleid en -gebruiken en het delen van *best practices*;
- De opzet van trainingen gericht op het voorkomen en melden van misstanden en het helpen van betrokkenen hierbij.

Speaking Up: Zorgdragen dat iedereen wordt gehoord

- De opzet van een onafhankelijke 24/7 bereikbare hulplijn voor pesten en intimidatie;
- De opzet van richtlijnen voor zakelijk gedrag (*Business Conduct Standards*);
- Actieve training voor omstanders om te bevorderen dat zij onbehoorlijk gedrag melden en aankaarten en zo mogelijk interveniëren (vanaf Q3 2019);
- Opzet van bewustwordingscampagne (in Q4 2019) voor alle op Lloyd's werkzame professionals ter bevordering van het nemen van hun verantwoordelijkheid bij het signaleren van onbehoorlijk gedrag.

Wellbeing: Bevorderen van het welzijn

- Speciaal programma ('wellbeing @lloyds) van *workshops*, evenementen en onderzoeken om het welzijn binnen de Lloyd's-markt te bevorderen;
- publiceren van een lijst van 120 opgeleide en zichtbare 'welzijn-kampioenen';
- Opzet van een bewustwordingscampagne per Q2 2020 om de persoonlijke weerbaarheid en het mentale welzijn van medewerkers te bevorderen.

Leadership: Verantwoordelijk ligt op directieniveau

- Benoeming (in Q3 2019) van een speciale *Talent & Culture non-executive director* voor de Lloyd's Corporation;
- Externe adviesgroep komt in Q4 2020 met statistieken informeert over de actieplannen;
- De opzet van een *Culture Dashboard* onder directe verantwoordelijkheid van Lloyd's CEO om de vooruitgang van de maatregelen te monitoren;
- Vooruitgang publiceren in Lloyd's jaarverslag. ■

Rob Insinger Duurzaamheid Award 2019

Glasstone/Novanet winnaar met innovatieve polijstechniek voor herstellen beschadigd glas

Met hun innovatieve polijstechniek voor het herstellen van beschadigd glas zijn Glasstone/Novanet op 12 september jl de winnaar geworden van de Rob Insinger Duurzaamheid Award 2019 van de Stichting Duurzaam Herstel). Tijdens een geanimeerde, goed bezochte bijeenkomst van de stichting in het andermaal zonnige Kijkduin kregen accountmanager Arjen de Man (Novanet) en Nico Verweij, bedenker van de oplossing, de award én een cheque van 1.500 euro ter besteding aan een goed doel overhandigd uit handen van Onno Sleurink, voorzitter van het College van Deskundigen van de Stichting Duurzaam Herstel.



De winnaars Arjen de Man (Novanet) en Nico Verweij (Glasstone) worden geflankeerd door Angelica Gravendijk (Stichting Duurzaam / Herstel en voorzitter Onno Sleurink van het College van Deskundigen

De Award is vernoemd naar Rob Insinger (Centraal Beheer) voor zijn zendingswerk voor duurzaamheid in het verleden. Van alle via internet ingediende stemmen (ruim 400) aangevuld met die van de aanwezigen in de Habana Beach, gingen de meeste naar de innovatieve oplossing van Glasstone/ Novanet. Meestal wordt beschadigd glas vervangen, maar Glasstone/ Novanet is in veel gevallen in staat om het te herstellen. Door de doorontwikkelde polijstechniek is men in staat ook zwaardere beschadigingen nog te repareren, wat bij-

draagt aan de duurzaamheid, een snellere schadeafwikkeling door minder doorlooptijd en mede daardoor ook een kostenbesparing.

VIJF GENOMINEERDEN

Voor de Rob Insinger Duurzaamheid Award 2019 waren vijf duurzame herstel- en reconditioneringsbedrijven genomineerd, die zich alle presenteerden via een filmpje op de site van Groen Gedaan en via een pitch van één minuut tijdens de bijeenkomst in Kijkduin.

De vier andere bedrijven waren Belfor, Kindow, QBuild en Wantix. Reconditioneringsbedrijf **Belfor**, vertegenwoordigd door Arnoud Klaren, heeft een unieke techniek ontwikkeld, SRG (Soot Removal Granulaat) waarmee men in staat is om boeken na brandschade te reinigen, zodat samen met vriesdrogen en ontgeuring nu een compleet palet voor papierherstel aangeboden kan worden. Met een unieke straaltechniek die Belfor wereldwijd inzet, wordt het roet verwijderd zonder dat het papier op enige manier schade oploopt. Hiermee kan historisch- en cultureel erfgoed maar ook de voor de particulier onvervangbare boeken worden veiliggesteld. Inmiddels wordt SRG ook voor andere zaken toegepast, zoals schilderijen, marmer, textiel en stucwerk.

Kindow ontwikkelt en levert intelligent geautomatiseerde binnenzonwering voor een optimale zon – en daglichtregeling. Wordvoerder Sam Kin lichtte toe dat de techniek zorgt voor twee à drie maal meer daglicht op de werkplekken, zonder dat men overlast heeft van de zon. Dit is van groot belang voor de arbeidsproductiviteit. Maar ook wordt er een energiebesparing bereikt van 19% op koeling, verwarming en verlichting.

QBuild is genomineerd met een innovatieve spouwmuur isolatie-techniek met de naam Qavity. Met deze productinnovatie, gebaseerd op vacuümtechniek, is men volgens pitcher Ralph Henderix in staat om op zeer efficiënte wijze, de isolatiewaarde van de spouw te verdubbelen. Hiermee kan het energieverbruik tot wel 20% worden verlaagd.

Verlichtingsexpert **Wantix**, vertegenwoordigd door Bülent Köse, levert professionele LED verlichtingsarmaturen voor de zakelijke markt. Daarnaast wordt er een lichtplan gemaakt, een energieberekening opgesteld, de subsidie worden geregeld en de installatie wordt ter hand genomen. Wat Wantix volgens zijn woordvoerder uniek maakt is dat bij haar propositie alle belangrijke onderdelen van het overschakelen op LED verlichting in één hand liggen. De stichting, die sinds dit jaar het beeldmerk GroenGedaan! voor alle keurmerken voert, is weer buitengewoon ingenomen met de *line-up* van deze editie van de award. “Het zijn stuk voor stuk fantastische initiatieven op gebied van duurzaamheid, die allen een podium verdienen”, aldus Angélica Gravendijk van de stichting. De bijeenkomst werd traditiegetrouw afgesloten met een BBQ.

Rol Stichting Duurzaam verschuift van toetser naar facilitator



Harry Filon: “De beleving rond het thema is de afgelopen jaren verschoven van het ‘geitewollensokken-imago’, via een marketinginstrument naar een groter bewustzijn binnen de samenleving en daarmee naar een niet meer weg te denken onderdeel van het beleid van bedrijven en overheid.”

“De beleving rond het thema is de afgelopen jaren verschoven van het ‘geitewollensokken-imago’, via een marketinginstrument naar een groter bewustzijn binnen de samenleving en daarmee naar een niet meer weg te denken onderdeel van het beleid van bedrijven en overheid. Veel burgers pikken het niet meer als overheid en bedrijven niet ‘groen’ genoeg zijn.” Die woorden sprak Harry Filon, voorzitter van de Stichting Duurzaam gisteren tijdens de uitreiking van de Rob Insinger Duurzaamheid Award 2019 in Kijkduin. Als gevolg hiervan verschuift volgens hem ook de rol van de stichting: van marketing naar inhoud, van toetser naar facilitator en naar een vraagbaak en kennisbank op het gebied van duurzaamheid, bijvoorbeeld door mee te denken over duurzame producten en

diensten. De stichting heeft onlangs het beeldmerk GroenGedaan! doorgevoerd voor al haar keurmerken, waaronder het keurmerk Stichting Duurzaam Herstel voor de property-sector en het keurmerk Duurzaam Repareren voor de automotive branche .

VERZEKERAARS

De woorden van Filon werden later tijdens de bijeenkomst kracht bijgezet door de presentaties van Onno Sleurink, manager Speciale en Juridische Zaken bij a.s.r. Verzekeringen en voorzitter van het College van Deskundigen van de stichting, en Felix Tenniglo. Voormalig CEO en oprichter van InShared.



Onno Sleurink: “Voor veel jongeren wordt duurzaamheid meer en meer een reden om wel of niet bij een bedrijf of organisatie te willen werken.”

Sleurink vertelde over hoe a.s.r. met duurzaamheid omgaat en de vooraanstaande rol die de verzekeraar wil spelen op het gebied van duurzaam ondernemen in de financiële sector. Daarvoor zijn een aantal ambities geformuleerd. Zo is binnenkort het bedrijfspand als eerste bedrijf in Nederland volledig gasloos en heeft a.s.r. een spe-

ciale MVO-manager aangesteld. “Voor veel jongeren wordt duurzaamheid meer en meer een reden om wel of niet bij een bedrijf of organisatie te willen werken.”

KLANT IS NU ECHT KONING

Felix Tenniglo liet in een boeiende, razendsnelle presentatie een groot aantal zaken de revue passeren, waaronder een aantal trends waarmee verzekeraars en herstelbedrijven te maken krijgen. Zoals de allesbepalende klant die volgens hem nu echt koning is geworden en zich er ook naar gedraagt door ‘met z’n voeten’ te stemmen. Maar ook door de ‘onontkoombare’ opkomst van kunstmatige intelligentie, de hang naar echtheid en puurheid (o.a. bij voedsel) en de ontwikkeling naar de economie.

Ook verandert het speelveld in de verzekeringsbranche, zei hij, verwijzend naar bijvoorbeeld de spectaculaire opkomst van een Chinese verzekeraar die sinds het oprichtingsjaar 2013 inmiddels al 8 miljard polissen heeft gesloten bij 500 miljoen klanten. “De vraag is hoe we met al die veranderingen omgaan”, aldus Tenniglo, die zijn gehoor in elk geval als goede raad meegaf optimaal gebruik te maken van de mogelijkheden die social media biedt. “*Be good and tell it.*” Bovendien worstelen veel mensen met tijd, of beter gezegd, een gebrek daaraan. Dat biedt u allen kansen door hier alert op in te spelen bijvoorbeeld door klanten te ontzorgen.”

“GELOOF IN DUURZAAMHEID”

“We kunnen straks vrijwel alles regelen via onze mobiele telefoon, een fantastische ontwikkeling, maar daar kleven paradoxaal ook risico’s aan vast”, zo vervolgde hij. “Zo ben ik ervan overtuigd dat de toename van het aantal verkeersdoden, na een jarenlange daling, voor een belangrijk deel is toe te schrijven aan het gebruik van de mobiele telefoon tijdens het rijden. De tweede veroorzaker is de opkomst van de elektrische fietsen, vooral bij ouderen.”

Tenniglo zei tot slot te geloven in duurzaamheid en zei hierin een mogelijkheid te zien voor bedrijven om zich van de concurrentie te onderscheiden en hierin een voorspog te nemen. Hij haalde in dit verband een onderzoek aan van organisatiebureau Twijnstra Gudde onder *facility managers*, waaruit naar voren kwam dat duurzaamheid bovenaan hun prioriteitenlijst staat (55%), gevolgd door klantgerichtheid (44%) en technologie (35%). Ook roemde het initiatief



Felix Tenniglo: “Ik geloof in duurzaamheid en zie hierin een mogelijkheid voor bedrijven om zich van de concurrentie te onderscheiden en hierin een voorspog te nemen.”

van de Stichting Duurzaam voor de Rob Insinger Duurzaamheid Award, lichtte het nieuwe ‘Groen Gedaan’-logo toe, dat volgens hem naar de consument toe beter laat zien waar het om gaat. ■



GECERTIFICEERD DOOR
STICHTING DUURZAAM | REPAREREN



MAINPLUS
SCHADEHERSTEL
Want u verdient een
veilig en fijn thuis



Economic Crime Survey 2019 van PwC

“Cybercrime ontkennen maakt extra kwetsbaar”

Zestig procent van de Nederlandse organisaties rapporteert in de Economic Crime Survey 2019 één of meer gevallen van cybercrime. Het is het topje van de ijsberg, waarschuwt PwC's cybersecurityspecialist Angeli Hoekstra. “De grootste pijn zit bij de ontkenners.”

Cybercrime is na ‘traditionele’ diefstal van geld en goederen of fraude de meest gerapporteerde misdaad door Nederlandse bedrijven en instellingen, zo blijkt uit het onderzoek. In 2017 meldde 34% van de respondenten één of meer cyberincidenten, twee jaar later is dat aantal bijna verdubbeld. Nog eens 15% is ‘niet zeker’ of men al dan niet gecompromitteerd is. Het goede nieuws is dat méér rapporteren er ook op duidt dat méér incidenten worden opgespoord. 47% van de respondenten meldt malware te hebben gevonden, 34% vond aanwijzingen voor *hacking* en 26% voor sociale cybercrime.

HET GEVAAR VAN ONTKENNEN

PwC's cybersecurityspecialist Angeli Hoekstra maakt zich het meest zorgen om de 25% respondenten die claimt tot nu toe cyberveilig te zijn. “Ons grootste probleem is dat we met de bril van het verleden naar de grootste misdaadvorm van nu en de komende decennia kijken”, vertelt Hoekstra. “Daarom hebben we moeite om de juiste omvang en dreiging ervan te zien. Maar als je het cyber risico ontkent of niet wilt zien, maakt dat je extra kwetsbaar. In het huidige, haast volledig verbonden technologielandschap, is het sowieso haast ondenkbaar dat je de dans ontspringt.”

Het vaststellen van de exacte schade van cybercrime is volgens hem moeilijk, omdat het vaak onduidelijk is of, hoe, en hoe lang de cybercrimineel toegang heeft tot systemen en databestanden. “En je weet nooit zeker of het echte probleem wel is ontdekt. Slimme cybercriminelen laten soms bewust een dwaalspoor achter om hun werkelijke intenties te verbloemen. Cybercrime heeft zich ontwikkeld van een digitale manier van inbreken naar een criminaliteitsvorm die zich vooral bezighoudt met het manipuleren van data en digitale chantage, het overnemen van besturingssystemen en bedrijfs- en industriële spionage. Doordat overheden cybercrimemethodes gebruiken om druk uit te oefenen in conflictsituaties of om de eigen industrie te bevoordelen, is er ook een groeiende dreiging door *hacks* met een geopolitiek motief.”

ONTWRICHTING VITALE INFRASTRUCTUUR

In het licht van hacks met geopolitieke motieven schrikt Angeli Hoekstra ervan dat 80% van de water- en energiebedrijven cyberincidenten meldt. “Het sluit aan bij het dreigingsbeeld dat de Nationale Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid schetst. De potentie van maatschappij ontwrichtende aanvallen is groter dan ooit. Door het plaatsen van zogeheten *agents of chaos* op voor onze fysieke infrastructuur vitale zaken, zoals de energievoorziening en waterhuishouding, kan men van een afstand alles hier ontwrichten.

Als voormalig bedrijfsadviseur van de energiesector weet ik dat veel van de gebruikte systemen kwetsbaar zijn voor zulke aanvallen van buitenaf.”

Ook de hoge score bij diefstal van informatie (40%) verontrust Hoekstra. “Het is weliswaar in lijn met internationale ontwikkelingen, maar voor een open economie als de onze – die het toch groten-deels van kenniscreatie moet hebben – is het een reëel gevaar dat meer aandacht verdient.” Hetzelfde gaat op voor de zes procent score van bedrijfs- en industriële spionage. “Gelet op het aandeel van ‘spionagewaardige’ bedrijven in de Nederlandse economie is het extreem hoog. Er is eigenlijk maar één manier waarop je deze bevinding kunt interpreteren: vrijwel alle organisaties met een internationale voorsprong in kennis zijn waarschijnlijk weleens digitaal bespioneerd of er is een poging gedaan. Met een minimale investering in digitale informatieroof kan maximale economische schade worden toegebracht”.



Angeli Hoekstra

RISICO'S PRODUCT-SECURITY

Cybercrime schuift ook op naar onderdelen van het businessmodel waar men zich nog onterecht veilig waant. Zo ontwikkelt zich een nieuw risicogebied rond *product-security*. “Nu steeds meer machines gekoppeld worden aan het internet om van een afstand te worden uitgelezen, is dat een heel actueel thema”, beaamt Angeli Hoekstra. “Wat gebeurt er met de klantreputatie van de fabrikant wiens product wordt gehackt, zodat alle geplaatste producten op hetzelfde moment foutmeldingen doorgeven? Er komen bijvoorbeeld steeds meer auto's met zelfsturende mogelijkheden op de weg. Welke zekerheden hebben automobilisten en fabrikanten dat de systemen veilig zijn voor manipulatie van buitenaf? Of bij stofzuigers die een camera hebben; wie kijkt er mee in jouw huis?”

Operationele technologie met een internetconnectie is sowieso kwetsbaar. “Het zijn vaak ‘oude systemen’ waarbij het moeilijk is om bijvoorbeeld *patch management* uit te voeren, aangezien deze systemen 24/7 beschikbaar moeten zijn”, zegt Hoekstra. “Verder worden data over het algemeen niet *encrypted* verstuurd tussen control units van deze systemen (HMI/PLCs). Daarom zijn deze

systemen zeer gevoelig voor cybercriminaliteit en de gevolgen hiervan zijn vaak desastreus, aangezien hele productiesystemen platgelegd kunnen worden. Denk bijvoorbeeld aan wat er gebeurt met Nederland als de besturing van de gemalen in verkeerde handen komt. Cybercriminelen die bezig zijn met operationele technologie bereiden hacks vaak lang van tevoren voor.'

Uit PwC's Digital Trust Insights-onderzoek uit 2018 naar mondiale cybercrime blijkt echter dat minder dan de helft van de CIO's van bedrijven die gebruikmaken van het *Internet of Things*, de veiligheidssystemen op orde denkt te hebben. Bij de inzet van *robotica* en *machine learning* zijn de scores lager: respectievelijk 26 en 33%. Over de hele linie moet de digitale weerbaarheid omhoog. Ik weet dat deze boodschap niet populair is, en dat sommigen vinden dat te vaak waarschuwen kopschuw maakt. Maar ik zie haast dagelijks dat de cyberresilience van organisaties achterblijft bij de innovaties van cybercriminelen.' ■

Nederlandse verzekeraars zien cybercriminaliteit momenteel als de grootste bedreiging voor de verzekeringssector

Nederlandse verzekeraars zien cybercriminaliteit momenteel als de grootste bedreiging voor de verzekeringssector. Dat blijkt uit het onderzoek *Insurance Banana Skins 2019*, dat de denktank *Centre for the Study of Financial Innovation (CSFI)* samen met PwC heeft uitgevoerd. 'Maar dat betekent niet dat de sector onder vuur ligt en geen antwoord heeft', zegt Sergio Hernando van PwC.



"Het onderzoek levert niet alleen een lijst met risico's op, maar is ook een heel goede indicator van wat de sector bezighoudt. En het is volkomen terecht dat cybersecurity daarbij hoog scoort. Het belang hiervan neemt toe en is daarmee een verhoogd aandachtspunt voor bestuurders, die hier tot aan de uitvoering mee aan de slag moeten", aldus Hernando.

Het CSFI-onderzoek, dat om de twee jaar wordt uitgevoerd, identificeert 21 'bananenschillen' voor verzekeraars. In Nederland bestaat de top drie, naast cyberbissico, uit veranderingsmanagement en technologie.

Nederlandse organisaties sporen vaker cybercriminaliteit op



Nederlandse organisaties rapporteren meer financieel-economische criminaliteit dan twee jaar geleden, zo blijkt uit de Economic Crime Survey 2019, het tweeverjaarsonderzoek naar financieel-economische criminaliteit door PwC en het criminologisch instituut van de Vrije Universiteit Amsterdam. In 2017 gaf 73% van de 875 ondervraagde experts aan dat hun organisatie in de afgelopen twee jaar in aanraking is gekomen met 'enige vorm van financieel-economische criminaliteit. Dit jaar geeft 83% van de respondenten aan dat dit het geval is.

Cybercriminaliteit is de snelst ontwikkelende vorm van financieel-economische criminaliteit. Ten opzichte van 2017 is zelfs sprake van een forse toename van het gerapporteerd percentage cybercriminaliteit: van 34 naar 60%. "Maar deze stijging is deels te verklaren dat door de toenemende digitalisering en hyperconnectiviteit organisaties onderling steeds nauwer verbonden zijn en in steeds grotere mate afhankelijk zijn van datatechnologie", aldus Andreas Mikkers van PwC. "Hackers en (cyber)criminele organisaties worden slimmer en maken gebruik van geavanceerde methodes en technieken. Tegelijkertijd worden de opsporingssystemen intelligenter en doelmatiger."

MINDER ORGANISATIES KIJKEN NAAR COMPLIANCE

Een opmerkelijke ontwikkeling is de afname van het aantal organisaties met een complianceprogramma. De roep om stelselmatische complianceprogramma's klinkt – zeker gezien recente grote incidenten – steeds luider en de verwachting is dat de regeldruk op dit punt de komende jaren verder zal worden opgeschroefd. Toch is het aantal organisaties met een dergelijk programma sinds 2017 afgenomen van 32 naar 26%.

De onderzoeksresultaten laten daarnaast zien dat data-analyse nog altijd wordt onderbenut. Slechts 25% van de respondenten zegt gebruik te maken van data-analyse voor de opsporing van fraude en 14% overweegt dit in de toekomst te gaan doen. Een meerderheid van 44% heeft geen plannen op dit terrein. Andreas Mikkers: "Dit zijn teleurstellende cijfers. De hoeveelheid data die door organisaties stroomt is de laatste jaren verveelvoudigd. Organisaties kunnen het zich niet meer permitteren om geen actie te ondernemen op dit gebied."

BEWUSTWORDING RONDOM FRAUDE KAN NOG STEEDS BETER

PwC Nederland en de sectie criminologie van de Vrije Universiteit Amsterdam houden elke twee jaar de ontwikkeling van financieel-economische criminaliteit in Nederland tegen het licht. De *Economic Crime Survey 2019* is alweer de negende editie. "In de afgelopen achttien jaar hebben we zo een consistent en gedetailleerd bestand van onderzoeksgegevens verzameld. Daarbij merken we regelmatig dat de bewustwording rondom fraude te wensen overlaat. Terwijl het weerbaar maken van een organisatie juist daarmee begint", aldus PwC, volgens wie bewustwording pas de eerste stap is. "Uiteindelijk gaat het over het bewust zijn van alle gelederen binnen de organisatie en de noodzaak om bewust te blijven.

Starr Insurance Companies heeft ambitieuze doelen gesteld voor komende jaren en ligt qua groei volledig op koers

Wie in de huidige markt geen meerwaarde biedt, is vervangbaar

Normaliter bedenkt een bedrijf een strategie, schrijft daarvoor een businessplan en zoekt vervolgens daar de juiste medewerkers bij om het uit te voeren. Zo niet bij Peter Schott, sinds medio 2017 Regional Manager Benelux bij Starr Insurance Companies. Hij wilde na ruim 30 jaar te hebben gewerkt in de zakelijke verzekeringsbranche, vooral op het gebied van Property, 'totaal iets anders'. Hij schreef daarvoor zelf een businessplan en ging vervolgens daarmee op zoek naar een verzekeraar die bij hem en zijn filosofie paste. Hij sprak met meerdere kandidaten en uiteindelijk klikte het met Starr. In twee jaar is de Benelux-vestiging van de multi lines-verzekeraar uitgegroeid naar een bedrijf met tien medewerkers en heeft het in de eerste 1,5 jaar een belangrijke stap gezet om haar ambitieuze doelstellingen te realiseren. "We liggen qua groei volledig op koers."

Schott is inmiddels meer dan 30 jaar werkzaam in de verzekeringsindustrie. Zijn eerste schreden in de branche zette hij in 1988 bij het verzekeringsbedrijf Sedgwick, niet te verwarren met het gelijknamige expertisebureau, als *controller* en later als *junior underwriter*. Daarna werkte hij als (*senior*) *underwriter* bij achtereenvolgens Nieuw Rotterdam/AXA, Zurich insurance en Royal & Sun Alliance en in meer leidinggevende en managementfuncties bij opnieuw Zurich Insurance en AIG, waar hij in totaal ruim negen jaar werkzaam zou zijn. In alle functies lag de nadruk op *property*.

'TOTAAL IETS ANDERS'

Over zijn laatste *move*, zegt hij: "Na mijn vertrek bij AIG wilde ik totaal iets anders. Ik wilde graag een bedrijf opzetten en dat naar mijn eigen filosofie runnen. Ik wilde bij voorkeur niet bij een beursgenoteerd bedrijf aan de slag omdat het beleid daar primair gedreven wordt door de aandeelhouders, maar wilde een bedrijf dat nog grotendeels zelf zijn beleid kan maken en beslissingen kan nemen. Ik wil graag een *multi line*-verzekeraar opzetten, waarde kunnen toevoegen en heb een bepaalde kijk op onder meer zaken doen, de schadebehandeling en het omgaan met klanten."

Schott werd aanvankelijk door een buitenlandse verzekeraar gevraagd een vestiging in Nederland op te zetten en schreef een businessplan. "Die samenwerking ging uiteindelijk niet door, maar bij mij was hierdoor wel de kiem gelegd. Ik heb mijn plan vervolgens bij meerdere partijen gepresenteerd en met Starr klikte het meteen."

TEAM

Hij ging aan de slag en formeerde het diverse team dat hem voor ogen stond: Daphne Tieman (ex Aon) kwam als *office manager*, Pieter Dijkstra (ex Allianz, *property*), Martien Poppe (ex AIG, D&O), Robert de Valk (ex Zurich, PI) en Koen Wielens (ex HDI, *general liability*) als (*senior*) *underwriters*. Sindsdien is het team uitgebreid met underwriter Niek Janssens (ex Concordia de Keizer, *property*), *operations & technical assistant* Sultan Atis (o.a ex Aon), schadebehandelaar Ben Feelders (ex Veon) en Michele Hulsmann (ex China



Peter Schott: "Ons beleid is erop gericht om samen met de makelaar en de klant de kans op (frequentie)schades zoveel mogelijk te beperken. Maar als er onverhoopt toch een schade voordoet willen we die zo goed en snel mogelijk afhandelen."

Taiping, *property*). Per 1 november a.s. komt daar Reva Agunbero (de Vereende) bij. De CAR-polissen worden geaccepteerd door Pieter Hangen (ex Munich Re) vanuit Duitsland en is twee dagen per maand op het kantoor Rotterdam te vinden.

Starr is eind 2017 officieel van *scratch* van start gegaan in Nederland en is inmiddels gevestigd in het Rotterdamse WTC – op de *Lloyd's floor* – op de 20e verdieping. Qua ruimte is inmiddels een voorschot genomen op de te verwachte uitbreiding van het personeelskorps naar 20 medewerkers in de komende drie, vier jaar. Schott koos bij de start bewust voor meerdere productlijnen: brand, algemene aansprakelijkheid, beroepsaansprakelijkheid, bestuurders- en commissarissenansprakelijkheid. Daar is inmiddels CAR aan toegevoegd en biedt de verzekeraar de markt inmiddels ook

verschillende producten aan voor Aviation. De *Regional Manager Benelux* heeft bij de start voor Starr ambitieuze doelstellingen geformuleerd. “We liggen qua groei op koers. Daar hebben alle *lines of business* aan bijgedragen.”

AUTHENTIEK

Op de vraag hoe hij ‘zijn’ bedrijf zou willen omschrijven, antwoordt hij kort en bondig met ‘authentiek’, wat volgens het woordenboek een synoniem is voor onder meer betrouwbaar, echt, onvervalst, oorspronkelijk en origineel. “We willen een bedrijf zijn met een duidelijke visie dat met een kwalitatief hoogwaardige dienstverlening nadrukkelijk waarde toevoegt voor zowel makelaars als hun klanten. Wie geen meerwaarde biedt in de huidige markt is nu eenmaal vervangbaar. Voor makelaars en bedrijven willen we bovenal duidelijk, voorspelbaar en berekenbaar zijn. Door duidelijk te communiceren wat we wel willen verzekeren (calculeerbare risico’s) en welke risico’s niet. En ons daar vervolgens consequent aan houden. Daardoor weten makelaars en hun klanten waar ze aan toe zijn.”

De kracht van Starr is volgens hem daarnaast gelegen in de vak-kennis en diversiteit van de medewerkers, zowel qua achtergrond (allen ander bedrijf) als qua leeftijdsopbouw, als in de ondersteuning en het vertrouwen van het krachtige moederbedrijf Starr Insurance Companies (34.000 medewerkers, omzet wereldwijd \$ 4,4 miljard), waarin de ‘levende legende’ Maurice (‘Hank’) Greenberg als CEO fungeert.

HANK GREENBERG

“Hij bracht onlangs een bezoek aan Rotterdam voor een bijeenkomst met onze makelaars en diverse klanten, waarbij visies en ideeën werden uitgewisseld en kansen en uitdagingen besproken. Hank Greenberg is nog altijd vlijmscherp en gedreven met bovendien een duidelijke visie. Een voorrecht om hem te ontmoeten. Het mooiste moment in mijn carrière tot nu toe, dat me bovendien veel energie heeft gegeven”, aldus Schott, die bijzonder te spreken zegt te zijn over de grote mate van vrijheid en zelfstandigheid die hij gekregen heeft om het Nederlandse bedrijf van de grond te krijgen en verder te ontwikkelen. “Men is bereid constructief mee te denken over oplossingen voor vraagstukken die op alle terreinen spelen.”

Schott geeft nog een voorbeeld van het ‘eigen’ karakter van zijn bedrijf. “We werken allen respectabele tijden. We hechten als *company* veel waarde aan een goede *work-life balance*. Na 18.00 uur wordt het e-mailverkeer geminimaliseerd en in het weekend ben je gewoon vrij en tijdens de vakantie is het verboden om de bedrijfslaptop mee te nemen. Vakantie is vakantie. En als iemand zes maanden achtereen geen snipperdag heeft opgenomen, kan hij of zij een telefoontje van HR verwachten.”

SCHADE

Een belangrijke voorwaarde voor succesvol zaken doen is volgens Schott begrip tonen voor de positie van de makelaar, zowel in de acceptatiefase als bij een schade. “Ons beleid is erop gericht om samen met de makelaar en de klant de kans op (frequentie)schades zoveel mogelijk te beperken. Maar als er onverhoopt toch een schade voordoet willen we die zo goed en snel mogelijk afhandelen.”



Hank Greenberg tijdens zijn bezoek eerder dit jaar aan kantoor Rotterdam tijdens een bijeenkomst met makelaars en enkele klanten. Peter Schott: “Het was een voorrecht om Hank Greenberg te ontmoeten. Het mooiste moment in mijn carrière tot nu toe, dat me bovendien veel energie heeft gegeven.”

Starr gaat daarnaast bij (dreigende) grote en/of complexe aansprakelijkheidsschades verzekerde bedrijven al in een vroeg stadium juridisch laten bijstaan. Daarvoor is het een exclusieve samenwerking aangegaan met een viertal advocatenkantoren: CMS, Kennedy Van der Laan, Stadermann Luiten en WIJ Advocaten. “Daarmee willen we verzekeren die aansprakelijk zijn gesteld voor schade, bijvoorbeeld door een ontevreden klant, toeleverancier of andere gedupeerde, of om wat voor reden reputatie- of imagoschade hebben opgelopen, met raad en daad terzijde staan. Daarmee helpen we hen op praktische wijze met hun probleem en reduceren we de kans dat een geschil uitmond in een langdurige en kostbare kwestie”, licht Schott toe.

MARKT

Hoe kijk je naar de huidige zakelijke verzekeringsbranche? Schott: “De markt lijkt te kantelen van een softe naar een hardere verzekeringsmarkt. Het aanbod krimpt. Niet zozeer door het ontbreken van voldoende capaciteit – want die is wereldwijd volop aanwezig – maar meer wat de *riskappetite* betreft. Mede door de verslechterde resultaten en de druk van de zijde van de aandeelhouders trekken meerdere verzekeraars zich terug uit sommige verliesgevendende segmenten. Daardoor wordt de markt meer onvoorspelbaar.”

De leiding van Nederlandse verzekeringsbedrijven heeft steeds minder te zeggen over het te voeren acceptatiebeleid in eigen land

Hij schrijft dat onder meer toe aan het feit dat de leiding van Nederlandse verzekeringsbedrijven steeds minder te zeggen heeft over het te voeren acceptatiebeleid in eigen land en dat dit wordt opgedrongen door het moederbedrijf vanwege de slechte resultaten wereldwijd. “Daar komt bij dat een wezenlijk deel van de huidige generatie sluiters en acceptanten niet eerder een harde markt hebben meegemaakt en dat vraagt toch wel een andere aanpak. Het komt nu echt aan op vakkennis”, benadrukt Schott.

“De keerzijde is dat deze trend en ontwikkeling nieuwkomers zoals wij lokaal kansen biedt. Wij voeren wat dat betreft met een hoge mate van zelfstandigheid een consistent beleid door duidelijk te communiceren wat wij accepteren en ons daar vervolgens consequent aan houden. Daardoor weten makelaars en hun klanten bij ons waar ze aan toe zijn.”

MAATREGELEN DURVEN NEMEN

Op de vraag wat er in zijn ogen zou moeten gebeuren in de markt, antwoordt Schott met ‘durven ingrijpen als de resultaten daarom vragen’. “Als je ziet dat het niet goed gaat met je portefeuille, dan zul je maatregelen moeten treffen. Ik heb het idee dat verzekeraars soms bang zijn om productie en dus marktaandeel te verliezen en daarom risico's accepteren tegen een laag premieniveau. Mijn stelregel is: als je bang bent om iets te verliezen, zul je nooit iets winnen.”

Zoals gezegd, trekken de laatste tijd meerdere verzekeraars zich terug uit bepaalde risicosegmenten, soms zelfs zonder aanvullende eisen te stellen. In een reactie hierop zegt Schott dat het binnen Starr Insurance Companies de filosofie is om altijd naar een verzekeringsoplossing te zoeken, desnoods tegen een hogere premie of eigen risico, aangepaste condities en/of preventieve eisen. “En in elk geval duidelijkheid verschaffen over je *risk-appetite*. Dat is wat de klant wil. Men wil weten waar-ie aan toe is, zowel bij een schade als ten aanzien van premies en voorwaarden. En bij continuaties moet je hen dat tijdig melden en niet om ‘5 voor 12’.”

Hij geeft een voorbeeld over duidelijkheid. “Voordat wij met onze CAR-tekening zijn begonnen hebben we informerende gesprekken gevoerd met de risk- en insurancemanagers van de vijf grote aannemers. Daarbij hebben we aangegeven ‘dit willen we aanbieden tegen deze voorwaarden en premies’ en vervolgens gevraagd of ze er oren naar hadden. Als niemand bereid was geweest om op onze propositie in te gaan, waren we niet in dit segment gestapt”, aldus Schott, die ook van makelaars en hun klanten verlangt dat ze op hun beurt ook niet het onderste uit de kan willen. “Ik ben ervan overtuigd dat we gezamenlijk in goed onderling overleg erin moeten kunnen slagen voor alle risico's een verzekeringsoplossing te vinden.” ■

Rechtsvormwijziging voor Starr Underwriting Agents Limited (Netherlands)

Starr heeft besloten om haar activiteiten in continentaal Europa onder te brengen in een nieuwe entiteit: Starr Europe Insurance Limited. Deze wijziging houdt ook verband met het mogelijke vertrek van het VK uit de Europese Unie. “Daarmee gaat Starr over van een ‘assuradeurenstructuur’ naar een verzekeraar”, meldt Peter Schott in een brief aan de relaties.

Starr Europe Insurance Limited is gevestigd op Malta en is in het bezit van een AM Best rating van A (Excellent). “Voor het kantoor van Starr in Nederland betekent dit dat wij verder gaan als bijkantoor van Starr Europe Insurance Limited en dat de rechtsvorm zal wijzigen”, aldus Schott. Sinds 1 juli 2019 worden de activiteiten in Nederland voortgezet onder de naam: Starr Europe Insurance Limited, The Netherlands ingeschreven bij de Kvk onder nummer 74482106.

TROOSTWIJK

Burghgraef
van Tiel
& Partners

Gedegen advies op basis van ervaring, kennis en data



Taxaties



Contra expertises



Vastgoedadvies



Onderzoek



Risicoinspecties

troostwijk.nl

088 6666666

risicoinspecties.nl

Amsterdam | Rotterdam | Groningen | Eindhoven

Pieter Jansen (ex Unilever) deelt lessen uit zijn internationale praktijk

De rol van de adviseur bij complexe (bedrijfs)schades; benader een claim vanuit het perspectief van de klant

Leef je bij een (grote) schadeclaim in de situatie van de klant in en vraag je regelmatig af waaraan hij of zij het meeste behoefte heeft. Dat is één van de adviezen die Pieter Jansen, voormalig insurance manager bij Unilever, de deelnemers meegeeft in de SAR-workshop met als titel 'De rol van de adviseur bij complexe (bedrijfs)schades'. "Natuurlijk is het belangrijk dat het schaderegelingsproces na een ingrijpende brand, overstroming, orkaan of aardbeving snel en goed wordt opgepakt, maar het is niet dátgene wat als eerste in het hoofd van de ondernemer opkomt. Die denkt primair aan de veiligheid van zijn mensen, zijn producten en aan de continuïteit, reputatie en het marktaandeel van zijn onderneming."

Jansen kan erover meepraten. Hij werkt inmiddels zo'n 30 jaar in de verzekeringsindustrie, onder meer bij een verzekeraar (Elvia), makelaar (Adriaan Wulfse) maar grotendeels aan de klantkant: bij Pon Holdings en de afgelopen 19 jaar bij Unilever als *insurance manager*. In die functie, die hij tot 1 juli van vorig jaar vervulde, was hij met een klein team verantwoordelijk voor alle schadeverzekeringsgerelateerde zaken van de Unilever groep, waaronder het besturen van de *captive* van het bedrijf: Unilever Insurances N.V. Momenteel geniet hij van een onderbreking van zijn carrière.

Uit eigen ervaring weet Jansen wat de impact kan zijn van een grote (bedrijfs)schade voor een onderneming en aan welke hulp, begeleiding en ondersteuning je dan als ondernemer, CFO of *insurance manager* behoefte hebt. "Veel van wat ik wereldwijd bij Unilever op dit punt heb meegemaakt en wat daarbij zoal om de hoek komt kijken is toepasbaar op andere grote schades. Daarbij kom je een groot aantal soortgelijke zaken tegen, hoewel geen enkele schade natuurlijk hetzelfde is."

VANUIT PERSPECTIEF KLANT

'De rol van de adviseur bij complexe (bedrijfs)schades' is een interactieve en praktische workshop bedoeld voor adviseurs die zich bezighouden met zakelijke schadeverzekeringen die in de praktijk van alledag te maken kunnen krijgen met omvangrijke schades. Wat kunnen de deelnemers aan deze workshop verwachten? Jansen: "De SAR had de wens om in hun PE-programma meer aandacht te besteden aan casuïstiek en de praktijk. Met deze workshop wordt beoogd om een stuk inzicht te krijgen van wat je zoal tegen kunt komen bij een calamiteit en een aantal praktische tips hoe hiermee om te gaan. Die zijn direct toe te passen in de dagelijkse advisering aan zakelijke klanten. Het unieke van deze workshop is echter de benadering vanuit het perspectief van de klant."

Een antwoord dat om een nadere toelichting vraagt. "Adviseurs realiseren zich lang niet altijd wat de prioriteiten zijn van hun klanten



Pieter Jansen: "Verzekeraars en experts willen vaak na een schade snel om de tafel zitten om voor hen belangrijke informatie te krijgen die nodig is om het schaderegelingsproces snel op te kunnen pakken. Vooropgesteld, natuurlijk is dat belangrijk, maar het is niet dátgene wat er primair omgaat in het hoofd van de ondernemer bij een ingrijpende brandschade of aansprakelijkheidsclaim. Die denkt in de eerste dagen vooral aan de veiligheid van zijn of haar personeel, de producten of diensten en aan reputatie en de continuïteit van zijn onderneming."

in geval van een incident. Verzekeraars en experts willen vaak snel om de tafel zitten om voor hen belangrijke informatie te krijgen die nodig is om het schaderegelingsproces snel op te kunnen pakken. Vooropgesteld, natuurlijk is dat belangrijk, maar het is niet dátgene wat er primair omgaat in het hoofd van de ondernemer bij een ingrijpende brandschade of aansprakelijkheidsclaim. Die denkt in de eerste dagen vooral aan de veiligheid van zijn of haar personeel, de producten of diensten en aan reputatie en de continuïteit van zijn onderneming."

MEERWAARDE

Hij vervolgt: "Als je bedrijf door brand of storm zwaar is beschadigd, is het natuurlijk je eerste zorg de situatie te stabiliseren en schadebeperkende maatregelen te nemen. Het is als adviseur dan ook zaak om de getroffen klant juist in deze fase van het proces,

Adviseurs realiseren zich lang niet altijd wat de prioriteiten zijn van hun klanten in geval van een incident

samen met bijvoorbeeld schade-experts en/of gespecialiseerde schadeherstellers en reconditioneringsbedrijven, daarbij te helpen en te ondersteunen en de afstemming met verzekeraars te verzorgen. Daarin ligt je meerwaarde, helemaal als de calamiteit zich in het buitenland voordoet.”

Jansen geeft in dit verband aan dat het aandeel van de gevolgschade in de totale schadelast steeds groter wordt. “De verhouding directe schade vs. gevolgschade was voorheen ongeveer 2:1 maar is inmiddels minstens *fifty fifty* en schuift mogelijk de komende jaren verder op richting gevolgschade. Overigens vind ik het in dit verband opmerkelijk dat ongeveer de helft van (MKB) ondernemingen na een grote brandschade binnen twee jaar failliet is. Dan vraag ik me terecht af: Hoe kan dit? Was de ondernemer soms niet capabel genoeg om een dergelijke crisis goed te managen, was hij of zij niet voldoende verzekerd of zijn er andere factoren die daarin een belangrijke rol spelen?”

Hoewel er alleen al in Nederland tientallen miljoenenbranden per jaar plaatsvinden, is Jansen zich terdege bewust dat verzekeringsadviseurs in hun werkzame periode niet vaak met grote schades worden geconfronteerd. “In elk geval zijn dat er te weinig om er echt ervaring in te krijgen. Bovendien kun je natuurlijk je (schade) organisatie niet inrichten op gemiddeld één grote schade in de zoveel jaar. Denk daarom goed na welke rol je hierin wilt spelen: die van adviseur of facilitator. En denk ook goed na over je ambitieniveau en of je de gekozen rol ook aankunt. Als je daarover twijfelt pak dan niet de regie of de *lead*, dat werkt alleen maar verstoring in het proces”, aldus de ervaren *insurance manager*, die benadrukt dat bij Unilever de rol van de makelaar beperkt was. “Dat is een bewuste keuze geweest. Dat kon ook omdat het team in de loop van de jaren genoeg complexe claims behandelde in samenwerking met een select aantal partners en daardoor veel kennis en ervaring heeft opgedaan, maar dat is natuurlijk bij lang niet alle bedrijven het geval.”

VISITEKAARTJE

Jansen heeft een uitgesproken mening over de plek en de waardering van de schaderegeling in het verzekeringsproces. “Schade regelen is echt een vak en vereist ervaring, harde en zachte *skills*, maar het is vaak een ondergeschoven kindje. Bovendien wordt het vaak beschouwd als een kostenpost en dat schuurt. Terwijl schade naar mijn mening juist hét moment is om als verzekeringsadviseur je meerwaarde aan te tonen. Dat is al vaak genoeg gezegd in de branche.”

Jansen vindt dat de zorgplicht een actieve en voortdurende betrokkenheid van de adviseur vereist. “Dat stopt niet bij het melden van de schade aan de verzekeraar en de verdere schaderegeling aan hen en de expert over te laten en vervolgens het proces te monitoren. Voor de klant is de afhandeling van een claim de ultieme test of het product dat is geadviseerd aan de verwachting voldoet. Daarmee is het tegelijkertijd een test van de kwaliteit van de dienstverlening van de adviseur.”

Het is volgens hem dan ook vooral zaak de dienstverlening bij schade optimaal te laten *matchen* met de verwachtingen van de klant. “Als ik me verplaats in de meeste ondernemers dan denk ik dat ze massaal ‘HELP’ roepen waar het gaat om de verzekering, want de ondernemer is gefocust op het crisismanagement. Overigens zou ik van een RMiA of RAiA bij een schade zeker verwachten dat hij of zij mij meeneemt in het vaak langdurige en complexe schadeproces. Mij uitlegt wat ik kan verwachten; mij met raad en daad ondersteunt en waar mogelijk ontzorgt; mij adviseert over wat ik in die situatie als beste wel, maar ook niet kan doen om snel weer volop *in business* te zijn. Ik vind dat een klant van zijn adviseur mag verwachten dat hij of zij een leidende rol pakt, de ogen continue op de bal houdt en borgt dat de schade-uitkering wordt gemaximaliseerd.”

IDEAALPLAATJE

Het ideaalplaatje is volgens Jansen dat reeds bij het afsluiten van een verzekering en de hieraan voorafgaande risico-inventarisatie wordt uitgelegd aan de klant wat men in geval van een schade aan dienstverlening kan verwachten. En voor welke prijs. “Ook dat men in een claimsprotocol afspraken vastlegt voor het geval het mis gaat. Daarin wordt toegelicht welke stappen er bij een schade worden genomen, wie welke werkzaamheden voor zijn rekening neemt en welke externe partijen – experts, advocaten en herstellende – er eventueel worden ingeschakeld. Het grote voordeel daarvan is dat iedereen weet waar hij aan toe is en er bij een calamiteit snel en adequaat actie wordt ondernomen. Hierdoor kan de (gevolg)schade worden beperkt en is er vanaf dag 1 een duidelijke structuur waarin de rol en verantwoordelijkheid van de diverse partijen helder is en er snel geschakeld of opgeschaald kan worden.”

Jansen benadrukt dat hij het belangrijk vindt dat de makelaar/verzekeringsadviseur de klant in geval van schade bijstaat om enige mate van een gelijk speelveld te creëren. “Dat is in mijn ogen belangrijk, want die is er bij lange na niet. Bij een schade staat het bedrijf qua kennis van schaderegeling nu eenmaal op een grote achterstand ten opzichte van zijn verzekeraar én door hen benoemde expert. Weliswaar hebben alle betrokken partijen het doel om de schade goed af te wikkelen, maar de belangen zijn verschillend”. In zijn ogen zijn experts die in opdracht werken van de verzekeraar, uitzonderingen daargelaten, doorgaans niet of onvoldoende objectief en onafhankelijk. Immers, wie betaalt bepaalt. Jansen adviseert daarom om als adviseur invloed te krijgen op de benoeming van de diverse experts. “Het succesvol afwikkelen van een schadeclaim wordt in belangrijke mate bepaald door de samenstelling van de juiste teams en het leiderschap, zowel aan de klant kant als aan de

kant van de verzekeraar/ expert. Dat kost soms wat, maar in mijn ervaring verdient zich dat terug in de besparing in tijd, minder 'ruis' en een hogere klanttevredenheid."

TIPS & TRICKS

Wat zou u dé markt met betrekking tot de behandeling van grote, complexe (bedrijfs)schades mee willen geven? Jansen hoeft niet lang na te denken over zijn antwoord: "Onderschat het menselijke aspect niet, dat wordt wel eens onderbelicht maar is een belangrijke factor. Een calamiteit is ingrijpend, soms emotioneel en zorgt voor veel onzekerheid. Verder, in het advies en onderhoudstraject, zorg dat u als markt, verzekeraar en adviseur, uw klant nog beter kent. Wat zijn de doelstellingen van de onderneming, waar wordt de waardecreatie gecreëerd, met andere woorden hoe wordt er geld verdiend? En wat zijn de kansen en risico's. Besteed ruim voldoende tijd aan een goede risico-inventarisatie. Vraag door bij het bepalen van bijvoorbeeld de verzekerde limieten en uitkeringstermijnen en deel daarbij gezamenlijke uw kennis, ervaring, onderbouwd met harde data. Bijvoorbeeld door een aantal *real case* scenario's met de klant en experts te bespreken."

Alleen uitgaan van de schadescenario's uit een inspectierapport is volgens hem soms volstrekt onvoldoende. "Want dat is veelal gebaseerd op een beperkte set informatie en een beperkte kennis van de *value chain* en de continuïteitsplannen. De scenario-methode of een business impact-analyse zijn niet alleen heel geschikt voor brandrisico's, maar ook een effectieve methode voor het bepalen en kwantificeren van andere risico's, zoals product- en bestuurdersaansprakelijkheid en cyberrisico's", aldus Jansen, volgens wie je op die manier als adviseur en verzekeraar een veel completer plaatje van de onderneming én van het management krijgt en verhoog je het risicobewustzijn van de ondernemer. "Als je dat goed doet, dan til je de rol van intermediair en risicodrager naar een hoger niveau, namelijk van *trusted advisor* en businesspartner."

GEEF DE ONDERNEMER VOLDOENDE RUIMTE OM TE ACTEREN

Jansen wil nog iets meegeven. "In geval van een onverhoopte calamiteit; geef de ondernemer voldoende ruimte om te acteren, sta open voor zijn of haar creatieve en economische oplossingen die verder gaan dan het simpelweg vergoeden van de geleden schade. Een crisis brengt voor bedrijven ook vaak *opportunity's* met zich mee. Het is zonde om die te laten liggen, ook al vertraagd dat soms de schadeafwikkeling. Bijvoorbeeld door bedrijfsprocessen te optimaliseren, te (des)investeren, (tijdelijk) uitbesteden of een verloren gegaan bedrijfspand op een andere locatie te laten (her)bouwen. Dat kan in het belang van alle betrokken partijen zijn."



Pieter Jansen won in 2018 de NARIM Award: "Ik zou zelf als klant van een RMIa of RAIa bij een schade zeker verwachten dat hij of zij mij meeneemt in het vaak langdurige en complexe schadeproces. Mij uitlegt wat ik kan verwachten; mij met raad en daad ondersteunt en waar mogelijk ontzorgt; mij adviseert over wat ik in die situatie als beste wel, maar ook niet kan doen om snel weer volop in business te zijn."

Tenslotte geeft Jansen een aantal overwegingen mee voor de adviseur. "Hoe zorg je ervoor dat de verwachtingen van de klant over de dienstverlening bij schade volledig *matchen* met wat hem of haar daadwerkelijk wordt aangeboden. Wat is positie van de schadeafdeling binnen je bedrijf? Is het een ondergeschoven kindje of vooral een kostenpost of toch een *core business* van het bedrijf waarmee je te kunnen onderscheiden en je meerwaarde te bewijzen."

Hij zegt zelf te hebben ervaren dat door het behandelen van schade je veel kennis en ervaring opdoet en waardevolle lessen leert die je aan de adviespraktijk weer kan toepassen. "Daarom is het nuttig om na te denken hoe je de schademensen wellicht breder kan inzetten. Door hen bijvoorbeeld te betrekken bij risico-inventarisaties, het acceptatieproces, bij productontwikkeling, maar om hen ook eens mee te nemen naar de klant om diens bedrijf beter te leren kennen. Juist in deze tijd van de *'war on talent'* is het aan te bevelen om investeren in training en opleiding van je eigen schademensen. Dat kan vooral in de vorm van tijd door hen ruimte te geven om een netwerk te ontwikkelen en ervaringen met vakgenoten uit te wisselen."

Hij besluit: "Persoonlijk heb ik het altijd erg bevredigend gevonden om een complexe schade tot een goed einde brengen. Het is hard werken, tactvol en geduldig opereren en alle partijen aan boord zien te houden. De beloning is een goede reputatie, klantloyaliteit en als het goed is ook waardering van de verzekeraar en experts. Een adviseur die dit kan bieden aan zijn klanten mag zich ook best meer profileren op dit gebied, omdat anders de indruk kan ontstaan dat schaderegeling vooral een zaak is van de expert en de verzekeraar." ■

Nog één sessie dit jaar

In de SAR-workshop wordt dit onderwerp verder besproken aan de hand van een casus. Geïnteresseerd? Dit jaar staat nog één sessie op de agenda van de workshop 'De rol van de adviseur bij complexe (bedrijfs)schades'. Voor de sessie op 4 november a.s. in Rotterdam zijn nog enkele plaatsen beschikbaar.

Onno Paymans denkt na vertrek bij Meijers alweer aan nieuwe uitdagingen in de branche

Verzekeringsindustrie zou best wat meer ondernemerschap mogen tonen

In mei nam drs. Onno Paymans afscheid van Meijers Assurantiën, de Amstelveense assurantiemakelaar waar hij bijna zeven jaar aan het roer heeft gestaan als CEO en waar hij in februari in die functie werd opgevolgd door Daniel de Swaan. Na ruim 25 jaar in de verzekeringsbranche – bij Bloemers Nassau, de Leidse, HDI en Meijers - beraadt hij zich momenteel op een nieuwe stap in zijn carrière, die ongetwijfeld opnieuw binnen de sector zal plaatsvinden. “Ik heb mijn hele leven in de verzekeringsbranche gewerkt en daar zit mijn kennis, ervaring en netwerk. Bovendien is het gewoonweg een boeiende branche waarin nog vele leuke dingen te doen zijn en mooie opportuniteiten liggen. Het is dus simpelweg nog veel te vroeg om te stoppen”, benadrukt de 51-jarige Paymans.



Onno Paymans: “Ik vind het persoonlijk jammer dat er op de coassurantiemarkt nog maar weinig echt Nederlandse verzekeraars actief zijn. Ik zou het van harte toejuichen wanneer er meer lokale partijen zouden komen die zelfstandig beslissingsbevoegdheden hebben om risico’s te accepteren tegen de premies en condities die zij op basis van de resultaten hier nodig achten.”

Hij is dus een leven lang actief ‘in de verzekeringen’ en dat voor iemand die als student economie aan de Erasmus Universiteit in Rotterdam zichzelf later in allerlei bedrijfstakken zag werken, behalve ‘in die saaie verzekeringssector’. Het kan verkeren. Paymans licht toe: “Toen ik afgestudeerd was in 1995 lagen de banen niet bepaald voor het oprapen. Een studiemaat van me die

bij het Rotterdamse assuradeurenbedrijf Bloemers & Co werkte – Diederik Sutorius – heeft me overgehaald. ‘Kom hier werken: goed bedrijf, boeiend werk en leuke mensen. Maar ik had helemaal niets met verzekeren en had eerlijk gezegd ook geen idee wat me qua werk te wachten stond. Ik ben toch maar gaan praten en werd aangenomen als *underwriter*.’

MOOIE, BOEIENDE BEDRIJFSTAK

De rest is geschiedenis. Bij Bloemers Nassau kreeg hij een *traineeship*, maakte kennis met de verschillende afdelingen en bedrijfsonderdelen – schade, leven, herverzekeren - werkte als accountmanager en kreeg onder meer de kans gedurende 1,5 jaar de vestiging van Bloemers in Keulen mede van de grond af op te bouwen en daarna de Nederlandse BCA-pool mee helpen op te zetten. Uiteindelijk werd hij directeur bij zowel het schadebedrijf Nassau Verzekering Maatschappij als het levenbedrijf Leidse Verzekering Maatschappij. Ook werd hij directeur én aandeelhouder van Bloemers Nassau Groep. Vervolgens begeleidde hij bij HDI als lid van het bestuur de overname en integratie van Bloemers Nassau voordat hij in mei 2012 aan de slag ging als CEO bij Meijers Assurantiën.

Een kwart eeuw in verzekeringen: kennelijk is de verzekeringsbranche zo saai nog niet. Paymans: “Het is een mooie, prachtige bedrijfstak, die een belangrijke rol speelt in de samenleving en economie. Het bijzondere is dat we geen tastbaar product verkopen, maar een belofte die wordt ingelost op het moment dat het er voor de verzekerde echt op aankomt: bij een schade, bij het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd of bij overlijden. Om die reden is vertrouwen in onze branche zo van cruciaal belang, misschien wel meer dan in welke andere bedrijfstak ook.”

VOLDOENING

De ervaren verzekeringsman heeft inmiddels tal van facetten van het verzekeringsvak doorlopen: schade, leven, assuradeur, herverzekeraar. “Ik kan niet zeggen wat ik het leukste vind. Als verzekerder ben je vooral bezig met het managen van de gehele porte-

Bloemers was een geweldig opleidingsinstituut

feuille, als makelaar ben je meer transactiegericht en veel meer '1 op 1' met klanten bezig. Ook het leven- en herverzekeringsbedrijf hebben hun eigen interessante kanten."

Hij zegt dan ook op veel zaken met veel voldoening terug te zien. Zoals de opzet van een nieuwe Bloemers-vestiging in Keulen en later de transitie van een ouderwets assuradeurenbedrijf, wat Bloemers was, naar een internationale verzekeraar. "Sowieso denk ik te kunnen stellen dat Bloemers een geweldig opleidingsinstituut was. Veel voormalige medewerkers zie je momenteel in de branche terug op belangrijke posities bij verzekeringsbedrijven."

Desgevraagd zegt hij dat het zeker een voordeel is geweest dat hij 'aan beide kanten' van de tafel heeft gewerkt. "Als je als verzekeraar snapt wat de rol van de makelaar is, dan kun je je werk beter doen en omgekeerd. Als makelaar heb je daardoor bijvoorbeeld meer begrip voor wat een verzekeraar doormaakt als de resultaten onder druk staan. En als verzekeraar weet je daardoor beter wat verzekerde bedrijven willen en wat een forse premieverhoging, dekkingsbeperking of schadeafwijzing betekent voor zowel klant als de boodschap die de makelaar hem moet vertellen."

FAMILIEBEDRIJF

Paymans kijkt ook met plezier terug op zijn zeven jaar bij Meijers, dat hij omschrijft als 'een fantastisch, klantgedreven familiebedrijf met een prachtige *footprint*.' "We hebben met z'n allen veel bereikt. Het bedrijf is in alle facetten op het gebied van *employee benefits* – pensioen, zorg, verzekeringen – verder getransformeerd naar een allround dienstverlener, wat een andere *mindset* en dus ook om een ander type medewerker vraagt. De afgelopen zes jaar is het personeelsbestand verdubbeld naar ca 250 mensen en alleen al dit jaar wil het nog vele tientallen nieuwe professionals aantrekken", aldus de man, die van mening is dat familiebedrijven een streepje voor hebben op andere bedrijven.

"Bij familiebedrijven zie je in de eerste plaats doorgaans dat er meer *commitment* is met de klant, die vaak als een vriend wordt gezien en behandeld. Daardoor lopen zowel management als medewerkers gemiddeld een stukje harder. Daarnaast hebben familiebedrijven vaker een langetermijnvisie en is er mijns inziens ook meer sprake van echt ondernemerschap. Ook stelt men zich doorgaans wat flexibeler op en is men eerder geneigd de koers aan te passen als de marktomstandigheden daarom vragen. Sowieso wordt geen enkel businessplan uitgevoerd zoals het bij de voor de start op de spreadsheet stond. Bovendien durft men meer risico's te nemen. Ik denk dat veel verzekeringsbedrijven – verzekeraars 'en makelaars – hier een voorbeeld aan kunnen nemen en best wat meer ondernemerschap aan de dag mogen leggen."

ZORG- EN AANDACHTSPUNTEN

Hoe kijkt u naar de zakelijke verzekeringsmarkt in ons land? Paymans zegt op zich goede toekomst te zien weggelegd, al ontkent hij niet dat er ook de nodige zorg- en aandachtspunten zijn.



Onno Paymans tijdens zijn afscheidsreceptie: "Familiebedrijven hebben een streepje voor op andere bedrijven: er is doorgaans meer commitment met de klant, management en medewerkers gemiddeld lopen een stukje harder, hebben vaker een langetermijnvisie en er is mijns inziens ook meer sprake van echt ondernemerschap. Bovendien durft men meer risico's te nemen. Ik denk dat veel verzekeringsbedrijven – verzekeraars 'en makelaars – hier een voorbeeld aan kunnen nemen en best wat meer ondernemerschap aan de dag mogen leggen."

Hij wijst als eerste op het personeelsvraagstuk. "Verzekeren is als geen ander *people's business*. De kracht van de coassurantiemarkt heeft altijd gelegen in een hoge mate van kennis en ervaring van de acceptanten, sluiters en schadebehandelaars bij makelaars en verzekeraars. Het is zaak om naar de toekomst toe voldoende hoog gekwalificeerde medewerkers aan ons te blijven binden om ook de komende decennia het bedrijfsleven in ons land optimaal van dienst te kunnen zijn."

Daarnaast zegt hij het persoonlijk jammer te vinden dat er op de coassurantiemarkt nog maar weinig echt Nederlandse verzekeraars actief zijn. "Ik zou het van harte toejuichen wanneer er meer lokale partijen zouden komen die zelfstandig beslissingsbevoegdheden hebben om risico's te accepteren tegen de premies en condities die zij op basis van de resultaten hier nodig achten."

Sowieso zegt hij zich zorgen te maken over de krimpende teken-capaciteit waardoor steeds meer risico's moeilijker te verzekeren zijn of soms zelfs helemaal niet. "Natuurlijk staan de resultaten bij veel verzekeraars onder druk. Daarom is het juist zaak om met elkaar – samen met makelaar en klant – te zoeken naar alternatieve manieren om risico's verzekeraar te houden: door middel van preventie of aanpassingen qua premie, eigen risico's en/of condities. Ondernemen is nu eenmaal risico lopen en niet alles is te voorzien. Zoals eerder aangegeven, mogen verzekeraars wat mij betreft best wat meer ondernemerschap aan de dag leggen en wat vaker risico's durven nemen." ■

'Pensionado' Arjen Ronner zal zijn academische opleidingskindje zeker gaan missen

“Unieke Executive Master Verzekeringskunde verdient nog meer studenten”

Sinds tien jaar is aan de Amsterdam Business School van de Universiteit van Amsterdam (UvA) de enige verzekeringsopleiding op academisch niveau (master of science, MSc) van ons land te volgen: de Executive Master Verzekeringskunde met twee afstudeervarianten: Verzekeringskunde en Enterprise Risk Management. Sindsdien hebben meer dan 150 verzekeringsprofessionals bij verzekeraars, makelaars en bedrijven de tweejarige parttime masteropleiding gevolgd. 'Geestelijk vader' prof. dr. Arjen Ronner zegt bijzonder trots te zijn op de komst en de waardering van 'zijn' opleiding. "Al had ik eerlijk gezegd graag gezien dat nóg meer studenten de 'master' hadden gevolgd. Maar gelukkig krijgen zij daar in de toekomst nog volop de gelegenheid."

Er breken bijzondere tijden aan voor Arjen Ronner, die afgelopen juli is gestopt als hoogleraar aan de UvA, nadat hij al veel eerder zijn functie van programmadirecteur van Master Enterprise Risk Management had overgedragen aan Rob Wagenvoord. "Ik zal het les geven zeker gaan missen, wat mede door de gemotiveerdheid en het enthousiasme van de studenten telkens weer een feest was", aldus Ronner, die veel vakken heeft gedoceerd, waaronder Enterprise Risk Management, Actuarial/kwantificeren van risico's, Operationeel Risk Management en Risico Strategie. "Ik zou het leuk vinden als ik af en toe nog een gastles zou mogen geven", aldus de man, wiens opvolger als hoogleraar binnenkort bekend wordt gemaakt.

STUWENDE KRACHT

Wie 'Master Verzekeringskunde' zegt vrijwel in één adem 'Arjen Ronner'. Want hij is zonder enige twijfel dé stuwende kracht achter de enige academische verzekeringsopleiding die ons land rijk is, met name wat de afstudeerrichting 'Enterprise Risk Management' betreft.

Hij licht toe: "Ik werd benaderd door Rolf van der Wal, toenmalig voorzitter van de VNAB, met het verzoek de mogelijkheid te onderzoeken van 'een academische opleiding waar de sector wat aan heeft' en die toegespitst is op de verzekeringsbranche en elementen van risicomanagement zou moeten bevatten. Die was er namelijk nog niet. Ik ben ermee aan de slag gegaan en heb een opleidingsprogramma geschreven voor wat uiteindelijk de afstudeerrichting 'Enterprise Risk Management' zou worden. De UvA zag dit zitten en heeft deze gekoppeld aan de reeds bestaande opleiding Verzekeringskunde. Vandaar dat de opleiding nu twee afstudeerrichtingen heeft: Verzekeringskunde, die in 2004 van start is gegaan, en ERM, die in 2007 voor het eerst werd gegeven."

VIS IN HET WATER

Ronner is zichtbaar trots op zijn 'opleidingskindje', waaraan hij behalve als programmadirecteur ook als docent zijn steentje heeft bijgedragen. "Ik voelde me hierbij als een vis in het water, omdat



Arjen Ronner: "Ik heb altijd een sterke affiniteit gehad met risicomanagement."

ik altijd beroepsmatig een sterke affiniteit heb gehad met risicomanagement en omdat deze opleiding alles omvat waarmee ik me in mijn jarenlange loopbaan heb beziggehouden. Als afgestudeerd econometrist heb ik geleerd berekeningen te maken, als verzekeraars heb ik me beziggehouden met multi line verzekeringsprogramma's, als Riskmanager bij Philips met risicomanagement en bij Aon met een combinatie van beiden. In deze opleiding komen op academisch niveau alle facetten van het (zakelijk) verzekeringsvak aan bod: van het in kaart brengen van de risico's tot het afsluiten van verzekeringen en alles wat daar tussen in zit."

De kersverse ‘pensionado’ zegt desgevraagd dan ook met trots en voldoening terug te kijken op de masteropleiding. “Het is de enige verzekeringsopleiding op academisch niveau (*master of science*, MSc) van ons land, die verdeeld over twee jaar parttime wordt gegeven: telkens op de dinsdagmiddag en -avond, zodat mensen naast hun drukke baan deze arbeidsintensieve opleiding kunnen volgen. Inmiddels hebben ruim 200 verzekerings- en riskmanagementprofessionals bij verzekeraars, makelaars en bedrijven de opleiding gevolgd. Een mooi aantal, al had ik eerlijk gezegd graag gezien dat nóg meer studenten de ‘master’ hadden gevolgd. Ik denk dat die mogelijkheid er in potentie is, al begrijp ik ook wel dat de opleiding zowel in financiële zin als wat het tijdsbeslag betreft veel vraagt van zowel student als zijn werkgever.”

De meeste voldoening zegt hij te halen uit het lesgeven en de feedback die hij hierbij krijgt. “Vooral de motivatie van de studenten en hun enthousiasme heeft me persoonlijk goed gedaan. Het was elke keer weer een feest om les te geven”, aldus Ronner, die daarnaast de VNAB en de Stichting Assurantiebeurs Amsterdam wil bedanken voor hun steun. “Zij hebben de komst van deze masteropleiding financieel mogelijk gemaakt.

VERBREDING KENNIS EN INZICHT

Waarom zouden verzekerings- en riskmanagementprofessionals bij verzekeraars, makelaars en bedrijven de masteropleiding ‘Verzekeringkunde’ moeten volgen? Ronner: “In de eerste plaats voor

zijn of haar eigen ontwikkeling. De opleiding biedt deelnemers een enorme verbreding en verdieping van hun kennis en inzicht, zowel op financieel en juridisch gebied als op het vlak van risicomanagement. De opleiding omvat namelijk een multidisciplinair programma dat is opgebouwd uit de deelgebieden Financiële economie, Actuarial, Recht en Bedrijfskunde.. Bovendien verbreed je je netwerk binnen de markt en kun je veel voordeel halen uit de visie van en interactie met andere cursisten. Een belangrijk voordeel van de opleiding is daarnaast de praktijkgerichtheid. Deze wordt gegeven door zowel universitaire docenten als mensen uit de dagelijkse assurantie- en riskmanagementpraktijk.”

Ronner zegt ervan overtuigd te zijn dat de opleiding eenieder mede hierdoor een betere gesprekspartner maakt van zowel de financieel directeur, bedrijfsjuristen als actuarissen. En daarmee een betere adviseur/onderhandelaar voor je werkgever. In dat laatste ligt volgens hem ook het grote voordeel voor bedrijven om hun speciale werknemers de masteropleiding te laten volgen. “De masteropleiding leidt academici op die in staat zijn complexe verzekeringsvraagstukken zelfstandig te analyseren en op basis van deze analyse te adviseren, te beslissen en te handelen. Werkgevers investeren daarmee in de kwaliteit van je mensen en van je dienstverlening naar klanten toe. Bovendien versterk je met een dergelijke forse investering de band met de betrokken medewerkers. Een win-win-situatie derhalve.” ■

Executive Master Verzekeringkunde is weer van start gegaan

De Amsterdam Business School van de Universiteit van Amsterdam (UvA) sinds 3 september jl. weer de Executive MSc Verzekeringkunde & Enterprise Risk Management aan. Ook in 2020 staan deze op het programma.

Deze *master of science* (MSc) is een opleiding door en voor de bedrijfstak en de enige academische masteropleiding in Verzekeringkunde en riskmanagement afgestemd op de verzekeringsbranche voor professionals die zowel hun kennisgebied als hun netwerk in de sector willen verbreden. Er zijn twee afstudeervarianten: Verzekeringkunde en Enterprise Risk Management.

Deelnemers volgen de specialisatievakken op het gebied van Financiële- en Verzekeringseconomie, Actuarial, Verzekeringsrecht en Bedrijfskunde. Theorie en wetgeving worden uitgebreid toegelicht met praktijkvoorbeelden. Het programma bestaat uit het tweejarige parttime masterprogramma en modules en losse vakken uit het masterprogramma.

Sinds 3 september jl. worden de modules Bedrijfskunde, Balans- en Kapitaalmanagement, Regulering en Toezicht Financiële Markten en Verzekerings- en Privaatrecht aangeboden. Die kunnen ook als losse vakken uit het masterprogramma worden gevolgd.

De colleges worden op dinsdagen in de middag en avond aangeboden. Enkele modules hebben andere benamingen gekregen, waaronder worden de modules Balans- en Kapitaalmanagement (voorheen Balans- en Risicomanagement), Governance & Riskmanagement (Bedrijfskunde & Risk), Regulering en Toezicht Financiële Markten (Regulering en Toezicht) en Strategie & Scenario-analyse (Strategische Riskmanagement).

De Executive MSc Verzekeringkunde & ERM is de enige academische verzekeringskundige opleiding in Nederland en NVAO-geaccrediteerd Na het succesvol afronden van het masterprogramma ontvangt u de Mastergraad (*Master of Science*) van de Universiteit van Amsterdam.

Voor aanvragen brochure: https://abs.uva.nl/content/executive-masters/verzekeringkunde/contact-programma/brochure/brochure-aanvraag-vzk.html?utm_source=website-riskenbusiness&utm_medium=artikel&utm_campaign=juli19 of kijk op www.verzekeringkunde.nl voor meer informatie.

Jochen Schenk (BMT)

Ook in de toekomst blijft voor de maritieme expert een belangrijke rol weggelegd

Wat de komende jaren ook met zich mee zullen brengen, er zal altijd een zonnige toekomst blijven weggelegd zijn voor de maritieme expertisector. Daarvan is Jochen Schenk overtuigd. Hij is sinds december 2002 werkzaam als senior schade-expert, oorspronkelijk begonnen bij de BMT-voorloper Verweij Hoebee Groep, één van de grootste maritieme expertisebureaus van ons land. Daarnaast is hij als technisch directeur verantwoordelijk voor het reilen en zeilen van de tien medewerkers tellende vestiging van BMT in Amsterdam, samen met nautisch directeur Paddy Rynders.

Waarop is zijn optimistische toekomstverwachting over de sector gebaseerd? Schenk licht toe: “Ondanks de grote veranderingen die de komende decennia in de scheepvaart zullen plaatsvinden, zullen zich altijd schades blijven voordoen en zal er dus ook altijd werk blijven voor deskundige, gespecialiseerde maritieme schade-experts.”

Daar staat tegenover dat hij zich enigszins zorgen zegt te baren over de vergrijzing van het maritieme expertisekorps. “Ik ben met mijn 45 jaar één van de jongere experts in dit segment en dat zegt wat dat betreft meer dan voldoende. We hebben als expert een prachtig vak, met vakmatig interessant en zeer afwisselend werk, en een grote mate van zelfstandigheid en verantwoordelijkheid. Het probleem is dat veel te weinig jongeren en andere *potentials* dat weten. Dat zullen we als bedrijf, gezamenlijk én individueel, nog meer moeten uitdragen en voor het voetlicht moeten brengen.”

Schenk voegt toe: “Binnen BMT zijn we gelukkig wel succesvol in het aantrekken van jonger talent en hebben we meerdere jonge medewerkers in dienst. BMT is dan ook een organisatie die de capaciteit en gelegenheid heeft om jongere experts aan te nemen en volledig op te leiden tot volwaardig experts.”

VERANDERING

Vorig najaar gingen BMT Surveys en de Verweij Hoebee Groep samen verder als één bureau onder de naam BMT. Begin 2019 werd Jochen tot Hoofd Binnenvaart (*Inland Navigation*) benoemd en gevraagd als technisch directeur de leiding op zich te nemen van de tien medewerkers tellende vestiging aan in Amsterdam, samen met nautisch directeur Paddy Rynders.

“Ik vond het een eer hiervoor gevraagd te worden en om meerdere redenen een mooie uitdaging om ‘kantoor Amsterdam’ te runnen, niet in de laatste plaats vanwege de grotere verantwoordelijkheid die deze functie met zich meebrengt. Deze vervolgstap paste eerlijk gezegd ook wel bij mijn ambities”, aldus de man, die na zijn



Jochen Schenk: “We hebben als expert een prachtig vak, met vakmatig interessant en zeer afwisselend werk, en een grote mate van zelfstandigheid en verantwoordelijkheid. Het probleem is dat veel te weinig jongeren en andere potentials dat weten. Dat zullen we als bedrijf, gezamenlijk én individueel, nog meer moeten uitdragen en voor het voetlicht moeten brengen.”

opleiding Commerciële Techniek en Werktuigkunde in Rotterdam aanvankelijk gedurende zes jaar bij MME in Ridderkerk in binnen- en buitenland inspecties en keuringen uitvoerde op zowel binnenvaart-, zee- als visserij-schepen. In december 2002 stapte hij over naar de expertisector, waar hij van meet af aan heeft gewerkt en is opgeleid tot schade-expert. Als *senior surveyor* houdt hij zich o.a. bezig met schade-expertises aan schepen in de binnenvaart, visserij, pleziervaart en aan land- en werkmaterieel.

Al snel bleek dat we over hetzelfde ‘maritieme DNA’ beschikken

ZELFDE MARITIEME DNA

Schenk kijkt tevreden terug op het eerste jaar van de krachtenbundeling tussen de beide BMT-dochters, het vroegere BMT Surveys en de Verweij Hoebee Groep. “Een spannende tijd, om meerdere redenen”, antwoordt hij. “Je krijgt met een nieuwe organisatie te maken, andere collega’s met hun eigen achtergrond en werkcultuur en – voor wat betreft Amsterdam – ook een nieuwe werkomgeving. Het nieuwe kantoor bevindt zich aan de Zekeringstraat 44 in Amsterdam. Al die veranderingen zorgden ervoor dat het in het begin best wel even wennen was, maar al snel bleek dat we over hetzelfde ‘maritieme DNA’ beschikken.”

Spannend noemt hij het vooral om te zien hoe klanten op de nieuwe situatie reageerden. “Van oudsher hadden we een sterke persoonlijke band met onze klanten en die is gelukkig niet veranderd. We hebben veel klanten bezocht en de nieuwe krachtenbundeling toegelicht, wat goed werd gewaardeerd. Het overgrote deel van onze klanten is ons dan ook trouw gebleven, wat andermaal onderstreept dat onze branche er vooral één is van *people’s business*. Al blijft het natuurlijk in de eerste plaats zaak dat je kwalitatief expertise- en onderzoekswerk levert en dat combineert met de menselijke maat en een goed persoonlijk contact met de klant.”

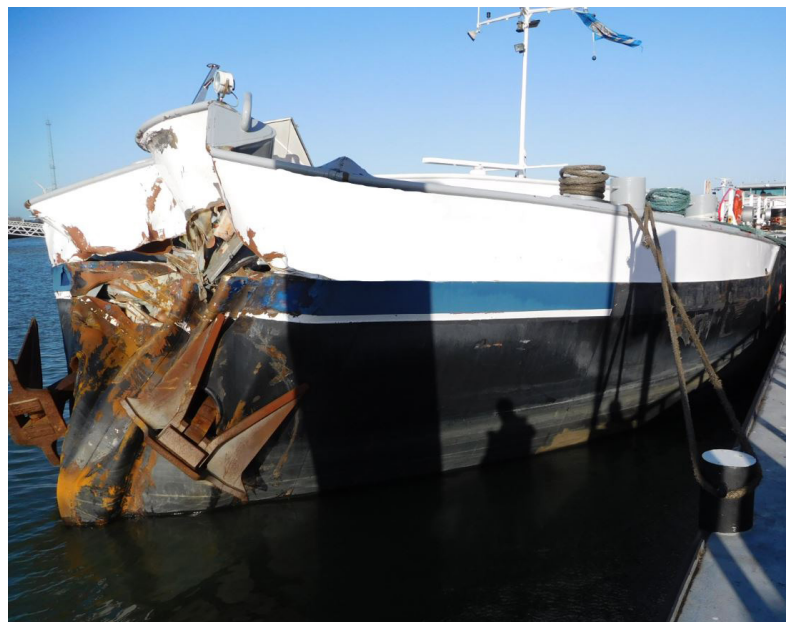
COMPLEMENTAIR

Schenk vindt het een bijkomend voordeel dat beide bedrijven elkaar uitstekend aanvullen. “Als VHG richtten we ons van oudsher vooral op de lokale markt en zijn we sterk in de segmenten visserij, binnenvaart, jachten en landmaterieel, terwijl BMT behalve nationaal ook internationaal actief is in de sectoren zeevaart, aansprakelijkheid en goedertransport. We zijn met meer dan 70 medewerkers, onder wie 45 experts, nu het grootste maritieme expertisebureau in Noordwest-Europa en behoren we tot de top 3 in de wereld met vestigingen in Rotterdam, Amsterdam, Antwerpen, Londen, Singapore en Melbourne. Daarnaast beschikken we over een groot wereldwijd netwerk aan specialisten op al onze vakgebieden. Daardoor kunnen we opdrachtgevers bij verzekeraars en in de maritieme sector nu voor elke schade een goede, snelle passende oplossing bieden.”

Hij noemt een recent voorbeeld van de krachtenbundeling, dicht bij huis. “Onlangs werd ik gebeld over een schade aan een sluis in Antwerpen. Daarbij was enige haast geboden, maar ik was net bezig met een andere schade in Amsterdam waardoor ik niet eerder dan binnen drie, vier uur ter plaatse zou kunnen zijn. Dan is het prettig als je een deskundige Antwerpse collega kunt bellen die binnen een kwartier op de schadelocatie aanwezig kan zijn.”

GROEI- EN ANDERE TRENDS

Desgevraagd zegt Schenk niet te klagen te hebben over het werk-aanbod, op alle werkgebieden. “Enerzijds constateren we een lichte



Menselijk fouten, zoals stuurfouten, zijn nog steeds hoofdoorzaak nummer één voor schades, gevolgd door technische oorzaken en gebreken, zoals machinebreuk of andere technische storingen.

afname in het totaal aantal expertise- en onderzoeksopdrachten. Dat komt onder andere door de grotere aandacht bij bedrijven en organisaties voor preventie en risicomanagement en wellicht door aanpassing van de polisvoorwaarden en de verhoging van de eigen risico's. Daar staat echter tegenover dat de gemiddelde schade complexer en omvangrijker is geworden, wat voor ons als experts meer werk met zich meebrengt.”

Gevraagd naar de trends in schadeoorzaken antwoordt Schenk dat menselijke fouten, zoals stuurfouten, nog steeds hoofdoorzaak nummer één zijn, gevolgd door schades door technische oorzaken en gebreken, zoals machinebreuk of andere technische storingen. Wat dat laatste betreft wijst hij op de sterk toegenomen elektronica aan boord van schepen, waardoor steeds meer zaken computer-gestuurd zijn. “We zien daarbij complexere schades ontstaan, die soms tot fikse schadeclaims kunnen leiden. Inmiddels zien we door een aantrekkende economie dat er behoorlijk meer scheepsbewegingen zijn in de binnenvaart en dat tijdsdruk toeneemt. De sluisen op de grote doorgaande routes zijn boordevol, wat tot veel contactschades leidt. Vorige zomer hadden we veel schades ten gevolge van het lage water”, aldus Schenk. “Zo zie je maar dat ieder klimaat, of het nu het weer of de economie betreft, zijn eigen type schades kent.” ■

Ieder klimaat, of het nu het weer of de economie betreft, kent zijn eigen type schades

Burghgraef van Tiel & Partners start nieuwe training Risicodeskundige

PREVENTIE WORDT STEEDS BELANGRIJKER; RISICODESKUNDIGE WORDEN?



Je komt ze regelmatig tegen in het nieuws: enorme bedrijfschades. Van compleet afgebrande kippenschuren tot aan cyberaanvallen die geheime informatie publiekelijk maken. Niet alle schade is herstelbaar. Los van de financiële schade die is geleden en de kostbare tijd die verloren gaat waarin de bedrijfsvoering stil ligt, kun je een kippenschuur wel herbouwen, mits je de benodigde vergunningen weer kunt krijgen. Echter, zijn gesneuvelde kippen net als verloren geheimen, onvervangbaar en onherstelbaar. De maatschappelijke status van het bedrijf komt in zulke situaties onder druk te staan. Met name in deze tijd waarin informatie over alles tot in de oneindigheid – zoals dat gelooft wordt – in het wereldwijde web belandt, wordt het steeds belangrijker om in te zetten op preventie. Risico's zoals installatiefouten en brandgevaarlijke constructies, zijn namelijk vaak wél herstelbaar. Dat is waar ze zich bij Burghgraef van Tiel & Partners in specialiseren: het voorkomen van schade.

Bij Burghgraef van Tiel & Partners weten ze alles over schade, risico's en preventie. Om schades te voorkomen, moeten de risico's in kaart worden gebracht, waarna gewerkt kan worden aan een toepasbare oplossing. Bij elk bedrijf is de situatie weer anders. Er is dan ook maatwerk nodig en voldoende kennis, ervaring en inzicht, om problemen te signaleren en tot een goede oplossing te kunnen komen die past bij het betreffende bedrijf en de bedrijfsvoering zo min mogelijk verstoort. Dit betreft specialistische kennis die schaars is in Nederland, waardoor veel nog onbekende gevaarlijke situaties onnodig tot schades en slachtoffers zullen leiden.

Om aan de grote vraag naar risicodeskundigen te kunnen voldoen, deelt gerenommeerd risico-inspectiebureau Burghgraef van Tiel & Partners, al sinds 2005, haar kennis in exclusieve workshops, seminars en trainingsprogramma's. Sindsdien hebben al ongeveer tweehonderd deelnemers de 10-daagse opleiding tot risicodeskundige succesvol doorlopen. 'Ons voornaamste doel met de trainingen is het delen van kennis', vertelt Jurjen Burghgraef. 'Schades zullen namelijk beheersbaar blijven en preventie zal breder worden gedragen, als meerdere mensen dezelfde "taal" spreken.' Een bijkomend voordeel van het geven van trainingen is dat 'je jezelf dwingt, om altijd bij te blijven'. 'Bovendien, vind ik het ook gewoon erg leuk om te doen.'

Ook in het derde kwartaal van dit jaar, is er weer een nieuwe lichte risicodeskundigen-in-wording begonnen aan hun opleiding bij BvT, waar ze aan de hand van theorie met praktijkvoorbeelden, zullen leren om bedrijfsmatige risico's te identificeren binnen verschillende vakgebieden, sectoren en materiaalsoorten. Ook de onderwerpen milieu, verzekeringen en beveiliging, komen aan bod. De cursisten leren o.a. foutieve installaties, gevaarlijke opslagtechnieken en brandgevaarlijke constructies, herkennen en leren welke middelen en aanpassingen er nodig zijn om de risico's in deze situaties tot een minimum te beperken.

De training tot risicodeskundige is onderverdeeld in 17 modules, die zijn toegespitst op verschillende branches, materialen, installaties en/of thema's. Het is ook mogelijk om de module-trainingen los en op uw locatie te volgen.

Zie de website van Burghgraef van Tiel & Partners, www.risicoinspecties.nl/opleidingen, voor meer informatie.

Onderzoek IG&H:

Buitenlandse verzekeraars groeien op Nederlandse schademarkt ruim drie keer zo hard dan lokale risicodragers; marktaandeel inmiddels meer dan 10%

Buitenlandse verzekeraars zijn in toenemende mate actief op de Nederlandse schademarkt en pakken de kansen die deze markt biedt, meldt consultancybureau IG&H in een paper waarin het de drivers, omvang en impact van deze ontwikkeling in kaart brengt. Daarin komt onder meer naar voren dat de buitenlandse verzekeraars hun premievolume afgelopen drie jaar hebben weten te vergroten tot meer dan 10% van de Nederlandse schademarkt, een aandeel dat binnen vijf jaar wel eens verdubbeld zou kunnen worden. “Steeds meer buitenlandse risicodragers betreden de Nederlandse verzekeringsmarkt zonder daarbij aan de DNB te rapporteren. Zij worden daarbij geholpen door mismatch tussen klantvraag en aanbod, stijgende premies, harmoniserende wetgeving én professionaliserende adviseurs”, aldus IG&H-opsteller Jan Pieter van der Helm.

Waar Nederlandse risicodragers de afgelopen jaren met amper 3% per jaar zijn gegroeid, hebben buitenlandse verzekeraars jaarlijks hun premievolume in de Nederlandse markt met meer dan 10% weten te vergroten tot inmiddels zo'n € 1,6 miljard in 2018. Daarmee hebben zij nu meer dan 10% van de Nederlandse schademarkt in handen, waarbij het gaat over buitenlandse risicodragers die nog nooit in Nederland hebben gerapporteerd. Wanneer in deze analyse ook verzekeraars worden meegenomen die in het verleden wél aan de DNB hebben gerapporteerd, zoals Allianz en Amlin, is dit aandeel zelfs bijna 30%.

IN TREK

De Nederlandse verzekeringsmarkt is volgens IG&H al tijden internationaal in trek en ook het afgelopen jaar hebben diverse buitenlandse partijen hun entree gemaakt. “Deze intreders doen dit met verschillende doelen. Zo willen Fintechs zoals Wefox nieuwe distributieproposities lanceren en focust een buitenlandse schadeverzekeraar als rhion.digital zich op het volmachtkanaal.

Zoals aangegeven, hebben buitenlandse verzekeraars inmiddels meer dan 10% van de Nederlandse schadeverzekeringsmarkt in handen. “Extrapolatie van hun groei stelt dat dit binnen vijf jaar richting de 20% zou bewegen. Hoewel de snelheid van de groei van diverse factoren afhankelijk is, geven de achterliggende drivers van groei een stabiel en opwaarts potentieel. Interviews leren namelijk dat de buitenlandse verzekeraars zich aan het organiseren zijn voor de langere termijn. De kapitaalcrachtige maatschappijen behalen ergens in Europa een licentie en installeren vervolgens een Nederlands management met ervaring in de markt om de intrede te begeleiden”, schrijft IG&H in het rapport.

CONCENTRATIE WORDT MINDER

Ondanks de stroom aan nieuwsberichten is er weinig bekend over de omvang en impact van zowel de nieuwere als bestaande buitenlandse risicodragers. In slechts enkele gevallen is bekend

welk premievolume naar het buitenland ‘verdwijnt’, bijvoorbeeld wanneer een partij niet meer in Nederland rapporteert maar dit in het verleden wel heeft gedaan (o.a. Allianz, Amlin). Er is echter een toenemend aantal, voor Nederland nieuwe, risicodragers die op basis van een Europese verzekeringslicentie in Nederland opereren (o.a. Liberty Mutual, Fatum, China Taiping).

Het ‘buitenlandse’ premievolume is volgens IG&H momenteel nog sterk geconcentreerd bij de top-5 verzekeraars, maar diverser beeld wordt verwacht. “Het gros van het premievolume wordt nog gedragen door partijen die al langere tijd in Nederland actief zijn. Vijf grote verzekeraars, zoals Chubb, AIG en Lloyd's of Londen, leveren 80% van het premievolume. Uit de AFM-registers blijkt echter dat in de laatste twee jaar spelers die nieuw voor Nederland zijn in hoog tempo het aantal volmachten uitbreiden (vb. Starstone, China Taiping en CNA Hardy). Zij focussen zich daarbij voornamelijk op de zakelijke schadeverzekeringen bij de grotere, professionele advieskantoren en serviceproviders (top 20 intermediairs) en geven aan een flinke *appetite* te hebben. Daardoor ligt het in de lijn der verwachting dat de onderverdeling van de markt de komende jaren een minder geconcentreerd beeld laat zien.”

IMPACT OP NEDERLANDS VERZEKERINGSLANDSCHAP

Deze groei van buitenlandse risicodragers heeft volgens het consultancybureau forse impact op het Nederlandse verzekeringslandschap. “Traditionele *full-service* verzekeraars komen verder onder druk te staan. Waar in het verleden succesvolle en winstgevende activiteiten in de Nederlandse schademarkt te realiseren vielen via één van drie waardeketenrollen (*full-service* verzekeraar, volmacht, adviseur), heeft de rol als sec *underwriter* nu ook definitief zijn succesvolle entree gemaakt.”

Dat maakt volgens IG&H dat verzekeraars nu ook aangevallen worden op een onderdeel van de waardeketen waar ze relatief onaangetast konden opereren. “Daar komt bovenop dat buitenlandse

Verdeling Nederlandse schademarkt naar herkomst onderwriter

Omzet	NL verzekeraars	buitenlandse verzekeraars
2018	12,9 miljard euro (89%)	1,6 miljard euro (11%)
2017	12,6 miljard euro (89,4%)	1,5 miljard euro (10,6%)
2016	12,2 miljard euro (90,4%)	1,3 miljard euro (9,6%)

partijen de voordelen kunnen plukken van internationale diversificatie en een vaak kapitaalkrachtigere positie, waardoor zij sterke kaarten in handen hebben voor deze positie.”

Dit betekent niet dat traditionele full-service verzekeraars direct buiten spel staan, vervolgt het consultancybureau. “In de zoektocht naar onderscheid zullen veel Nederlandse verzekeraars wél genoodzaakt zijn zich meer te verdiepen in specifieke doelgroepen en risico’s. Het is daarbij van belang dat ze echte meerwaarde leveren door diepgaand begrip van lokale klantbehoeften, (data gedreven) expertise en het aanbod uit te breiden met aanpalende diensten. Totaaloplossingen bieden in plaats van sec verzekeringen, waarmee onderscheidend vermogen geleverd wordt dat lastig te evenaren is door buitenlandse concurrenten. Voor buitenlandse risicodragers geldt dat de Nederlandse markt een relatief klein aandeel in de totale portefeuille vormt en ontbreekt het hen vaak aan specifieke (doelgroep)kennis over Nederland.”

AANTREKKELIJK VOOR TOETREDING

De aantrekkelijkheid om de Nederlandse markt te betreden wordt volgens IG&H aangewakkerd door een standaardiserend aanbod, in combinatie met een landschap van professionaliserende adviseurs. “Er zijn daardoor kansen voor toetreders door afnemend en standaardiserend aanbod van Nederlandse verzekeraars, ondanks de blijvende klantvraag.”

Daarnaast meldt IGH dat Nederlandse schadeverzekeraars, gedreven door toegenomen toezichtseisen, betere inzichten én strikte, terughoudend geworden zijn in het afgeven van tekencapaciteit aan volmachten en accepteren van bijzondere risico’s. “Als gevolg hiervan standaardiseert het aanbod in de Nederlandse markt. Verdere afname van aanbieders door consolidatie onder schadeverzekeraars, zoals de overname van Reaal door NN, zal dit effect eerder versterken dan afzwakken.”

HAAKS OP KLANTBEHOEFTE

Deze beweging staat volgens IG&H echter haaks op de ontwikkeling van de klantbehoefte, die door demografische en technologische ontwikkelingen juist complexer wordt. “Adviseurs ervaren daardoor een toegenomen vraag naar tekencapaciteit, die zij steeds lastiger bij Nederlandse verzekeraars kunnen onderbrengen. Dit biedt kansen voor buitenlandse verzekeraars die daarmee een welkome aanvulling zijn voor adviseurs, waardoor deze beweging ook wordt aangemoedigd door de NVGA”, aldus IG&H, volgens wie de risico’s die Nederlandse verzekeraars mijden bij buitenlandse verzekeraars voorsnog niet tot grote verliezen leiden. “Hoewel een compleet overzicht ontbreekt, leren de interviews dat *combined* ratio’s van tussen de 80% en 90% niet ongebruikelijk zijn.”

Ook de markt voor adviseurs consolideert al jaren, rapporteert IG&H. Ook dit kalenderjaar hebben al diverse overnames plaats-

gevonden. Mede hierdoor is al meer dan driekwart van de markt bij de 50 grootste adviseurs geconcentreerd. “Deze organisaties zijn makkelijker in staat grote professionaliserings- en digitaliseringsstrategieën door te voeren. Dit maakt het voor buitenlandse risicodragers eenvoudiger om toegang te krijgen tot het uitgebreide distributienetwerk dat deze partijen tot hun beschikking hebben. Daarbij worden zij geholpen door invoering van Solvency II, waarbij met één Europese licentie toegang wordt verkregen tot het gehele continent. Daar tegenover staat dat, zoals eerder beschreven, adviseurs op zoek zijn naar partners voor meer tekencapaciteit en het plaatsen van bijzondere risico’s.”

ONDERSCHIEDEND VERMOGEN

Dit betekent volgens IG&H niet dat de full-service verzekeraar per direct buitenspel staat. “Verzekeraars moeten wel bij zichzelf te rade gaan op welke manier er onderscheidend vermogen gecreëerd wordt. In de zoektocht naar onderscheid zullen veel Nederlandse verzekeraars daarom genoodzaakt zijn zich te specialiseren in specifieke doelgroepen en of risico’s. Echte meerwaarde leveren door diepgaande expertise en het aanbod uitbreiden met aanpalende diensten zal onderscheidend vermogen leveren dat lastig na te maken is.”

Voor buitenlandse risicodragers geldt volgens IG&H dat dit veelal te kleine bronnen van omzet zijn en ontbreekt het hen vaak aan specifieke doelgroepkennis in Nederland. “Voor adviseurs geldt dat zij deze beweging ook inzetten, maar dat een *full-service* verzekeraar in staat zal zijn hier meer schaal in te realiseren én de volledige waardeketen hier beter op af te stemmen. Het mes kan overigens aan twee kanten snijden wanneer de verzekeraar zijn adviseurs parallel in staat stelt de slag naar risicoadviseur te maken door hun expertise te vergroten én ze in staat stelt aanpalende diensten aan te bieden.” ■

10 grootste buitenlandse volmachtgevers

Uit de inventarisatie van IG&H blijkt dat Allianz de lijst aanvoert van de buitenlandse volmachtgevers voor wat betreft het aantal in ons land verstrekte volmachten: 58. MS Amlin komt op de tweede plaats (43) en HDI op plek 3 (29).

De Top-10 ziet er als volgt uit:

1. Allianz (58)
2. MS Amlin (43)
3. HDI (29)
4. Fatum (26)
5. AIG (19)
6. China taiping (18)
7. Chubb (18)
8. Hiscox (15)
9. Lloyd's (10)
10. Zurich (7)

Is 'Barbieboete' wel verzekerd?

Juist van een ziekenhuis mag worden verwacht dat de persoonlijke en medische gegevens van een patiënt optimaal worden beschermd. Hoe anders blijkt de praktijk in het Haga Ziekenhuis (HZ). Jan en alleman konden de gegevens van Barbie inzien en velen hebben dat ook kennelijk gedaan. Hoe is dat mogelijk en waarom komt dit ziekenhuis haar verplichtingen uit de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) niet na? Na uitgebreid onderzoek van de Autoriteit Persoonsgegevens (AP) stellen zij vast dat het nogal rammelt aan de privacybescherming. Reden waarom zij dit ziekenhuis een bestuurlijke boete hebben opgelegd van € 460.000.

HARD OORDEEL AUTORITEIT PERSOONSGEGEVENS

Aanleiding voor het onderzoek is een melding van een datalek van het HZ op 4 april 2018. Het betreft een datalek waarbij door het HZ is geconstateerd dat 85 van haar medewerkers de medische gegevens van een patiënt hebben ingezien toen deze was opgenomen in het HZ, zonder daartoe bevoegd te zijn. Daar hebben deze medewerkers overigens een officiële waarschuwing voor gekregen. De AP constateert na het onderzoek dat het HZ onvoldoende passende maatregelen heeft getroffen ten aanzien van de beveiligingsaspecten 'authenticatie' en 'controle van de logging'. Het HZ handelt hierdoor in strijd met artikel 32, eerste lid, aanhef, van de AVG. Dit artikel bepaalt dat de verwerkingsverantwoordelijke passende technische en organisatorische maatregelen treft om een op het risico voor betrokkene afgestemd beveiligingsniveau te waarborgen.

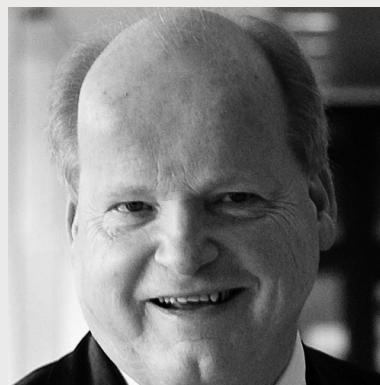
Uit het door het HZ zelf opgestelde rapport "Onderzoek onrechtmatige inzage patiëntdossier" van mei 2018, blijkt dat de directie van het HZ op de hoogte was van de onbevoegde inzage van dit patiëntdossier. De aanbevolen maatregelen in dit rapport zijn echter niet adequaat geïmplementeerd. Daarom is de AP van oordeel dat het HZ in elk geval bijzonder nalatig is geweest in het treffen van deze elementaire maatregelen. Dit is niet alleen slecht voor de reputatie van dit ziekenhuis, maar geeft patiënten ook geen veilig gevoel. Hopelijk trekt het HZ maar mogelijk ook andere ziekenhuizen lessen uit dit kwalijke incident. Er zijn namelijk ook tips over andere ziekenhuizen bij de AP binnengekomen.

STOK ACHTER DE DEUR

Het HZ heeft uiteraard aangekondigd nu wel passende actie te nemen. Men verzet zich niet tegen de boete, maar vecht wel de hoogte daarvan aan. Op het moment dat de boete werd opgelegd, voldeed het ziekenhuis, ondanks de bevindingen van de AP, nog steeds niet aan de AVG. Daarom heeft de AP naast de bestuurlijke boete een last onder dwangsom opgelegd. Wanneer het ziekenhuis de overtreding van de AVG niet binnen 15 weken beëindigt, volgt een dwangsom van € 100.000 voor elke twee weken dat de overtreding voortduurt, met een maximum van € 300.000. Dus een behoorlijke stok achter de deur om alsnog orde op zaken te stellen.

CYBERVERZEKERING

In de meeste Europese landen is het verzekeren van dit soort boetes niet toegestaan. In Nederland is dit niet expliciet verbo-



Door Peter Hartman, Risico & Innovatie adviseur bij RiskFitInnovation

den, hoewel de vraag is of dit de toets van onze ethische regels kan doorstaan. Toekomstige jurisprudentie zal dit mogelijk duidelijk maken. De Nederlandse cyberverzekeringen bieden over het algemeen een dekking voor dit soort boetes. Die dekking is vaak ongeconditioneerd en tot het maximum verzekerde bedrag van de polis. Dat is natuurlijk een prettige gedachte voor de verzekerde en een goed verkoopargument voor een cyberverzekering. Maar is het in dit specifieke geval ook verdedigbaar dat deze boete wordt uitgekeerd? Niet alleen heeft het HZ de wet overtreden, maar duidelijk er met de pet naar gegooid als het gaat om privacybescherming. En als die boete al zou moeten worden betaald, hoe zit het dan met de mogelijke vervolgdwangsom van maximaal € 300.000 als het na 15 weken nog niet is opgelost?

Lijkt mij voor cyberverzekeraars een goed moment om aan de hand van deze case vast te stellen hoe zij dit beoordelen in het kader van hun boetedekking. Daarbij dient niet alleen het belang van het HZ mee te wegen, maar ook het algemene belang van de overige cyberverzekerden die mogelijk consequenties onderkennen van de beslissing inzake het al dan niet vergoeden van deze boete en of dwangsom. En hoe leg je dit uit aan die andere verzekerden die wel hebben geïnvesteerd in een optimale privacybescherming? Deze boetedekking mag geen beloning worden voor bedrijven die zeer onzorgvuldig omgaan met persoonlijke gegevens en beveiligingsmaatregelen. De verzekeringswereld kent namelijk hetzelfde credo als de medische wereld: 'Voorkomen is beter dan genezen!'