



meijers

makelaars in
assurantiën

De harde markt: een haat-liefdeverhouding

Q4 2019 was een spannende verlengingstijd. Ton Stalenhoef, Chief Brokerage Officer bij Meijers, kijkt terug op de afgelopen woelige maanden. Zijn conclusie is dat Meijers de gevolgen goed op voorhand had ingeschat, maar dat er nog wel werk aan de winkel is. Zo blijft een goede voorbereiding naar klanten en verzekeraars essentieel. En de zoektocht naar verse capaciteit om verzekeringen onder te brengen gaat onverminderd door.

Ton: "De verhogingen zouden onze klanten raken in de hele breedte op property gebied. We verwachtten verhogingen tussen 15-30% en dan heb ik het niet over de uitschieters. Maar het is ons toch tegengevallen om de echt moeilijke risico's voor 100% te verzekeren. Ik verklaar het door de veranderde 'apetite' van verzekeraars. Steeds minder verzekeraars die steeds selectiever zijn welke risico's ze wel en niet verzekeren. Dat gezegd hebbende, moeten we ons wel realiseren dat de echte problemen in 10% van de zaken zitten. Dat relativeert."

De verhogingen zijn een paar jaar geleden begonnen met wagenparken, gevolgd door brand. Ton denkt dat de premie voor aansprakelijkheid, brand en slecht renderend transport nog omhoog gaat. De beweging voor brand zal niet zo steil meer zijn, meer afvallend. Waarschijnlijk duurt deze markt nog 2 jaar. Ton: "Ik hoop wel dat de nieuwe premies goed onderbouwd gaan worden, niet op basis van een percentage over de oude premie. Een goede analyse van het risico. Dat is eerlijk en doet recht aan onze verantwoordelijkheid richting onze klanten."

Behoeftte aan oplossend denken: wat is the job to be done?

Feit is dat de maatschappelijke ontwikkelingen duidelijk zichtbaar zijn. Alternatieve energieopwekking, recycling, alternatieve mobiliteit, en elektrisch rijden zijn niet meer weg te denken. Bovendien is Nederland van oorsprong groot in de voedingsindustrie. Ook dit is een gegeven dat niet snel zal veranderen. Ton: "We hebben behoefte aan meer oplossend denken in onze markt. Partijen die nadenken over welke verzekeringsoplossingen passen bij een veranderende samenleving. Denk maar aan het gebouw als energiecentrale, de taxi als vervanging voor de auto, de auto als dataverzamelaar van verkeerssituaties, afval als een grondstof, etc. Yuval Harari, de auteur van o.a. Homo Deus zei laatst in een interview met Adriaan van Dis dat de mens steeds adaptiever moet worden om mee te komen met de tijd. Het probleemgericht denken in onze branche neemt grote vormen aan en dat is de verkeerde kant op denken."

Harde markt is als een relatiecrisis

In deze moeilijke tijden voelt het soms als een soort test, waarbij we vanzelf ontdekken wie onze partners zijn. Als familiebedrijf zoekt Meijers voor haar klanten echt naar relaties voor de lange termijn. Ton: "Ik pleit voor meer ondernemerschap in Nederland. Partijen die op zoek zijn naar rendabele business. Ik zie nu teveel moederbedrijven in het buitenland die de wet voorschrijven. Sluiters kunnen echt niks met 'ik snap je, maar we mogen niet'. Daarmee veeg je meteen ook alle argumenten van tafel. Deze harde markt voelde dan ook soms als een relatiecrisis. Wij zoeken met onze klanten naar partners met wie we samen de problemen kunnen oplossen. Niet om ze onder de tafel te vegen of om er koud mee te stoppen. Vergeet niet: zonder omzet heeft nog niemand winst gemaakt."

Nieuwe capaciteit

In de afgelopen maanden hebben de klanten van Meijers het zure en het zoete gevoeld. Steun kwam uit alle hoeken, want ook nieuwe partners zijn aangehaakt. De verwachting voor de komende vijf jaar is wel dat we in alle verzekeringskanalen nieuwe capaciteit gaan zien.

Voor Meijers blijft volgens Ton de toegevoegde waarde vooral zitten in het vinden van capaciteit voor complexe risico's. Ton: "Wij zitten op de uitzonderingen, dat vinden we leuk en daar hebben we specialisten voor in huis. Bovendien vinden wij ook het administratieve proces super belangrijk. De polis moet gewoon snel opgemaakt bij de klant zijn. Strik eromheen. Daarbij moeten we ook kritisch op onszelf durven zijn. Want in dit laatste zit nog wel verbetering."

Bij tegenwind gaat je vliegertje op

Ton geeft toe dat zijn makelaarshart sneller gaat kloppen van een harde markt. Uiteindelijk is voor hem de grootste drive om de beste deal uit de markt te halen en de verwachtingen van klanten waar te maken. Ook in tijden dat het voor de klant best heel moeilijk kan zijn. Skills die hierbij goed van pas komen zijn stressbestendigheid, vakmanschap, huiswerk doen en zuinig zijn op relaties. Het motto van Ton is 'hard op de zaak, zacht op de relatie'. Ton bekijkt de harde markt ook positief: "Bij tegenwind gaat je vliegertje op en kan je laten zien wat je waard bent. Ik denk dat je als makelaar in deze tijd echt je klanten kan helpen."



Ton Stalenhoef
Chief Brokerage Officer bij Meijers

De winkel was open tot nét voor de oliebollen

De conditiewijzigingen en verhogingen waren onontkoombaar. Ton: "De mensen van Meijers hebben echt hun schouders eronder gezet. De sluiters, accountmanagers en de administratie. Daar zijn we trots op en dankbaar voor. Alle grote probleemgevallen zijn op tijd rondgekomen. En daarbij hebben we ook wel nieuwe klanten geholpen die nog geen 100% dekking hadden. De winkel was open tot nét voor de oliebollen."

Blik op de toekomst

Terwijl de wereld radicaal verandert door de coronacrisis, zien we dat de harde markt vrijwel hetzelfde is gebleven. Een combinatie die heel vervelend is voor sommige van onze klanten. Ton: "Juist nu is het belangrijk om samen met de klant te kijken naar de impact van deze crisis op de bedrijfssituatie. Zodat als de situatie hierom vraagt we daarop kunnen anticiperen." Zaken met terugwerkende kracht regelen is namelijk heel lastig. Meijers houdt haar blik nu liever gericht op de toekomst. Want zeker verder kunnen was nog nooit zo relevant als nu.



zeker verder

Van Heuven Goedhartlaan 935
1181 LD Amstelveen
Postbus 707
1180 AS Amstelveen
+31 (0) 20 642 05 24
info@meijers.nl
www.meijers.nl