

# M

meijers

zeker verder

ROUTE

2021



Gerard van Rooijen van Nationale Nederlanden:

## 'Wij willen solide en voorspelbaar zijn'

In de aanloop naar de verlengingen 2021 vragen we verzekeraars aan onze digitale tafel. Wat gaat er gebeuren? Hoe kijken zij naar de markt? Wat zijn de belangrijkste ontwikkelingen? Ton Stalenhoef, Chief Brokerage Officer bij Meijers nodigde Gerard van Rooijen, Directeur Zakelijk Schade, uit als eerste in de reeks. Tijd voor Ton's Talk.



Ton Stalenhoef  
Chief Brokerage Officer



**Ton's Talk**

## Wat staat ons te wachten in 2021? Zijn het zoete of zure tijden?

Bedrijven in Nederland hebben het zwaar nu, dus echt zoet wordt het niet. Vorig jaar hadden we een gespannen markt, maar er zullen nog premiestappen genomen moeten worden. Daarom zullen we nog premieaanpassingen zien, maar onverzekerbaarheid speelt een minder grote rol.

De brandmarkt blijft in beweging en de transportmarkt verschuift ook, vooral aan de casco kant. Op evenementen hebben we dit jaar veel verliezen gemaakt. Ook herverzekeraars worden erg kritisch. Dus als zij uitsluitingen introduceren, dan volgen verzekeraars deze.

## Vorig jaar gaf je na de overname van Delta Lloyd aan dat schaal belangrijk is en goed voor de klant. Wat gaan zij hiervan merken nu ook Reaal aan jullie productenpalet is toegevoegd?

Onder het motto *first integrate, then upgrade* zijn we nu bezig met investeren en digitaliseren. Het afgelopen jaar hebben we vol ingezet op rendementsverbetering, ook door te stoppen met sommige dingen te verzekeren. Vanaf hier willen we over 3,5 jaar de best gewaardeerde verzekeraar worden, een stabiele en betrouwbare speler. Dat betekent dat we ons niet terugtrekken uit markten en een voorspelbaar premiebeleid voeren, zonder teveel swings. In plaats van drie zelfstandige spelers hebben we nu één solide Nederlandse partij: NN.

Hoe? We bieden nu echt al een veel beter pakket dan vorig jaar. We investeren ook in propositities. *Hello mobility* helpt wagenparkbeheerders bijvoorbeeld om het rijgedrag van hun bestuurders te beïnvloeden. Ze besparen op brandstof en onderhoud en hebben ook minder schades. Goed voor verzekeraars en goed voor de klant. Met dit soort investeringen in data analytics willen we echt meerwaarde creëren.

## Wat merken jullie van COVID in de schaderesultaten? En hoe gaan jullie de getroffen klanten helpen?

Het raakt ons op het vlak van evenementen, bij inkomensverzekeringen en bij reisverzekeringen. Ook zullen we lagere premie-inkomsten hebben doordat de na-verrekeningen omzet gerelateerd zijn. Aan de andere kant zien we door COVID bij de particuliere kant meevallers op auto en brand. De schatting is dat deze crisis ons als groep € 100 miljoen kost.

Wij kunnen bedrijven niet helpen van wie het hele business model in gevaar is. Wel kunnen we ze faciliteren op de terreinen waar we samen zaken doen. Bijvoorbeeld door extra dekkingen aan te bieden als het business model verandert (bijvoorbeeld bezorging door restaurants). Of door vervoersbewegingen te evalueren bij transportcontracten. Of door betalingsregelingen te verstrekken. We hebben 'denktanks' om te kijken hoe we kunnen meedenken met de klant.



## Wij lezen in de media over jullie goede resultaten in de breedte. Toch zijn er segmenten die hard worden geraakt door NN beleid. Hoe verklaar je dat?

Onze basis is nu op orde waarbij we de doelstelling hebben op diverse gebieden dekkingen te bieden. Maar met structureel verlies in bepaalde markten is het twijfelachtig of dit gaat lukken. Ik vind dat men wel iets mag verwachten van ons als grote verzekeraar, als marktleider. Het is niet voor niets onze ambitie om een bedrijf voor alle stakeholders te zijn. Niet alleen voor aandeelhouders, maar voor onze klanten en medewerkers. Dat moet zich vooral uiten in klanttevredenheid, expertise en continuïteit

## Hoe voorkomen we onverzekerbaarheid in de groot zakelijke markt? Welke rol speelt NN hierin?

Ja dit onderwerp leeft. We zoeken naar sleutels om lastig te verzekeren risico's te kunnen dragen. Ook is de vraag of de risico's in sommige branches te groot zijn? In de recycling en de vleesindustrie zien we forse verhogingen vanwege deze risico's. Samen met de branche zullen we moeten kijken hoe we de risico's beheersbaar en binnen de perken houden. Het ene bedrijf is het andere niet, dus we moeten specifiek blijven kijken en de tijd nemen om risico's te beoordelen.

## Klanten hebben keuze uit minder verzekeraars door alle consolidaties. Hoe verklaar je de wens om te groeien terwijl verzekeraars toch ook kiezen om zich terug te trekken uit markten? En als dat dan gebeurt, wanneer besluit men dan om weer terug te keren in een markt?

Ik herken wel iets van wat je bedoelt. Verliezen door grote schades in het verleden gaven een schrik-effect, maar de huidige situatie is veranderd. We moeten wel blijven kijken wanneer iets weer interessant is. Door data analyse zijn we in staat om verfijnder naar risico's te kijken. We hebben bijvoorbeeld veel geïnvesteerd in inspecties. De data hiervan vertellen ons onder welke condities we wél kunnen verzekeren. Alleen als de ondernemer zelf de maatregelen niet treft, dan doen wij ook niet mee.



Gerard van Rooijen  
Nationale Nederlanden





## Er gebeurt veel in de wereld, hoe zien we dat terug in verzekeringsoplossingen? Is bedrijfsschade door pandemie bijvoorbeeld te verzekeren?

Nee, dat lukt echt niet. Een pandemie is een wereldwijd verschijnsel. Zelfs herverzekeraars kunnen dit risico niet verzekeren door de omvang van potentiële schades.

## Hoe kijken jullie naar de consolidatie van intermediairs?

Moeilijke vraag, je ziet zoveel vormen van consolidatie. Het kan in de klantbediening goed uitpakken, maar klanten kunnen ook wegllopen omdat ze aandacht missen. Het lijkt me belangrijk om de balans tussen schaalvoordelen en de persoonlijke advisering te vinden. Persoonlijke aandacht kunnen veel partijen niet meer bieden, dat biedt jullie als familiebedrijf meer kans.

## Zijn er leuke nieuwe ontwikkelingen en innovaties?

In ons Sparklab ontwikkelen we veel initiatieven om te kijken welke levensvatbaar zijn. Bijvoorbeeld op het gebied van cyberdienstverlening of sensoring. Bij dat laatste gaat het om preventie in combinatie met verzekering. Het plaatsen van sensoren geeft ons de kans om te meten of de temperatuur van een ruimte oploopt zodat we tussentijds kunnen bijsturen met het waarschuwen van de brandwacht. We zoeken ook partnering met bestaande bedrijven die hier al expertise in hebben.

## Hoe zie je de toekomst? Blijven jullie onze partner in een veranderende samenleving?

De thema's op onze directie agenda gaan over maatschappelijke relevantie en klantbelang. We zijn ook steeds meer in de situatie dat we aan die belangrijke thema's toekomen. Als je verlies maakt dan kan je maar een ding doen: zwarte cijfers schrijven. Ik ervaar meer en meer vertrouwen in het zakelijke bedrijf van NN en in de samenwerking met het intermediair. Nu kunnen we succesvol zijn. Dit zal onze aandeelhouders tevreden stemmen, maar zo niet belangrijker: onze klanten en intermediairs. Ik blijf fan van van Meijers.



meijers

zeker verder

Van Heuven Goedhartlaan 935  
1181 LD Amstelveen  
Postbus 707  
1180 AS Amstelveen

(020) 642 05 24

info@meijers.nl

www.meijers.nl

