

VOLDOENDE MOGELIJKHEDEN VOOR MAATWERK ZIJN CRUCIAAL BIJ DE VERZEKERING VAN NIEUWE RISICO'S. VANDAAR ONZE OPROEP AAN VERZEKERAARS: BIED DIE MOGELIJKHEDEN. VERDER BELANGRIJK: DELEN VAN KENNIS, DATA EN ERVARING.

Kijken naar het specifieke risico

TEKST LUDGER DE BRUIJN, ADFIZ

Welke rol kunnen adviseurs (meer) pakken bij de verzekering van nieuwe risico's (klimatschade/cyber/verduurzaming/mobiliteit/pandemie)?

Adviseurs helpen ondernemers bij het vinden van de passende dekking voor hun risico's, dat is voor nieuwe risico's niet anders. Voor die nieuwe risico's leveren adviseurs bovendien een belangrijke bijdrage doordat zij als vertrouwde partner de bewustwording bij de klant bevorderen en als risicoprofessional de ondernemer helpen met een brede, risicomanagementgerichte aanpak van zijn risico's

Om met het eerste te beginnen. Adviseurs hebben het directe contact met ondernemers en zijn daarom bij uitstek in staat om bewustwording bij de klant te bevorderen. Persoonlijk contact is cruciaal. En zelfs dan merk je dat hoe verder een risico voor een ondernemer weg is van de praktijk van vandaag, hoe lastiger het is om de ondernemer bewust te maken van het risico en de impact en om hem tot actie aan te zetten. Dat verandert als de klant in zijn omgeving ervaart wat de impact is van een risico, zoals de cyberdreiging op dit moment of de overstromingen vorige zomer in Limburg. Dan ontstaat er, overigens vaak tijdelijk, meer belangstelling voor dit risico. Nieuwe risico's zijn gewoon onderdeel van het risicogesprek, maar we zien dat adviseurs die calamiteiten in de eigen omgeving of in de media aangrijpen als moment om er actief met klanten over in gesprek te gaan er in slagen om meer ondernemers in beweging te krijgen.

Voor de ondernemer die aan de slag wil, is vervolgens die andere rol belangrijk. Er wordt door de buitenwereld nogal eens naar de adviseur gekeken als iemand die helpt bij het regelen van de verzekering en bij de schadeafhandeling. Maar een adviseur doet veel meer en het belang van zo'n risicomanagementgerichte aanpak wordt alleen maar groter. Preventiemaatregelen, contractmanagement, bedrijfscontinuïteitsplannen, herstelplannen. De toolkit van de adviseur is goed gevuld, en maakt dat de overblijvende risico's doorgaans goed verzekeraar zijn.

KENNIS DELEN

Waar is te winnen in de samenwerking tussen adviseurs en verzekeraars?

Door de goede voorbeelden die we in de markt zien breder te trekken. Bijvoorbeeld als het gaat om het delen van kennis over nieuwe risico's. Kijk hoe verzekeraars en adviseurs samen hebben gewerkt bij de watersnood in Limburg; in de begeleiding van getroffen ondernemers hebben we elkaar prima gevonden. En dat geldt ook voor de lessen die we uit die ramp moeten trekken. Je mag voor een volgende gebeurtenis immers niet uitgaan van coulance, en de overheid was duidelijk over de Wts, die is de volgende keer echt alleen voor onverzekerbare schades. We hebben nu net samen met het Verbond van Verzekeraars en a.s.r een webinar over klimaatrisico's achter de rug, waarin kennisdeling cen-

'Adfiz ontwikkelt apart kennisportaal klimatrisico's'

traal stond. Wij gaan die kennis ook voor leden ontsluiten via een apart kennisportaal klimatrisico's.

Bij nieuwe risico's geldt ook vaak dat daar eerst ervaring mee moet worden opgedaan. Per definitie is in het begin weinig data over het risico voorhanden. En ook daar zien wij winst als adviseurs en productontwikkelaars elkaar vinden en kennis delen. Nu begint het vaak met het nieuwe risico uitsluiten van de reguliere verzekering en dekking bieden in een speciale verzekering. Die is vaak duur of heeft zeer beperkende voorwaarden. Of het tegenovergestelde gebeurt, het wordt eerst te optimistisch meegenomen in dekking en na tegenvallende resultaten uitgesloten. Uiteindelijk normaliseert het wel door ervaring, marktwerking en ook buitenlandse spelers. Maar dat proces kan sneller door goede individuele risicobeoordelingen, de juiste preventie maatregelen en het delen van kennis, data en ervaring.

Hier van is de verzekeraarbaarheid van zonnepanelen een goed voorbeeld. Het heeft enige tijd gekost maar intussen heeft de markt ervaring met de risico's en invulling van het preventiebeleid. Daarvoor is er breed overleg geweest met alle betrokken stakeholders. Scope 12 is nu bij grote installaties steeds meer de norm voor preventie. Daarnaast is Adfiz samen met andere stakeholders ook ondersteuner van de gedragscode 'zon op grote daken' van Holland Solar.

Uit dat soort trajecten kunnen we leren voor de komst van innovaties of technieken waarvan de (maatschappelijke) impact nog moeilijk is te overzien omdat de rol van de techniek nog niet helder is: neem nano, AI, elektrificering, biotechnologie. De risico's zijn er en de

toepassingen ook, maar de verwachte schaal en voorspelde impact op de samenleving hebben zich nog niet volop laten zien.

MAATWERK

Komen de grenzen van verzekeraarbaarheid in zicht?

Of de grenzen van verzekeraarbaarheid in zicht komen, is natuurlijk primair een vraag voor de verzekeraars. Maar wij zien dat niet structureel gebeuren. Wat niet wegneemt dat er af en toe spanningen zijn. De tijd van 'voor ieder risico een scherpe premie' ligt definitief achter ons. De correctie daarop maakt het in sommige sectoren nu lastig, maar we zien dat die sectoren met meer beheersmaatregelen nu weer aantrekkelijk worden voor verzekeraars.

Wat dat betreft blijft het wel van groot belang dat verzekeraars een grotere bereidheid gaan tonen om naar specifieke risico's te kijken in plaats van hele sectoren over één kam te scheren of in standaardproducten te denken. Dat gaat al beter, we zien bij verzekeraars de bereidheid weer toenemen om bedrijven die het al goed doen in een matige sector toch in dekking te nemen. Maar het is nog geen gemeengoed. Juist ook bij nieuwe risico's doen we het als sector beter voor onze klanten als we samen met de klant diens specifieke risico binnenste buiten keren en niet alleen op (big) data varen, om vervolgens te kijken wat er wél verzekeraarbaar is. ■

Ludger de Bruijn is Senior Adviseur Public Affairs en Beleid en Bestuurssecretaris bij Adfiz.