

DUURZAAMHEID EN ADVIES

Het zal niet lang meer duren of duurzaamheid is een standaardfactor waarmee we rekening houden als we ons bedrijf leiden en keuzes maken. De overheid en samenleving oefenen steeds meer druk uit op het bedrijfsleven om duurzaamheid in de bedrijfsvoering en de producten mee te nemen. Die druk zal de komende jaren alleen maar toenemen. Niet alleen de Green Deal in Europa, maar ook bewustere consumenten versterken de beweging naar een duurzame samenleving.



Door de beweging naar een duurzame samenleving starten er steeds meer 'purpose driven' bedrijven, waar winst en omzet een logisch gevolg zijn van het streven naar een groter doel. Het nastreven van een duurzamere wereld en brede welvaart is voor deze bedrijven hun reden van bestaan. Je ziet echter dat er in de verzekeringsbranche nog te weinig beweging komt op het gebied van duurzaamheid. Waar de branche met haar maatschappelijke functie en potentiële invloed op een duurzaamheidstransitie bij uitstek geschikt is om een voortrekkersrol te kunnen spelen, zie je dat de branche uiterst voorzichtig is in het omarmen van duurzaamheid in haar bedrijfsvoering en adviesrol. Toch is het juist belangrijk dat de branche die adviesrol over duurzaamheid meeneemt in de adviespraktijk.

Voorbeeld

Als verzekeraars in samenwerking met door duurzaamheid gedreven adviseurs meer zouden sturen op duurzame pensioenproducten en de daarachterliggende duurzame

beleggingen, zou dat een immens positieve impact kunnen hebben op de transitie naar een duurzame samenleving.

Bewustwording in het eigen bedrijf

Duurzaam verzekeringsadvies zou de spil moeten zijn waar de verzekeringsbranche om draait. Dit begint bij het eigen bedrijf. Wil je binnen de eigen organisatie duurzaamheid in het advies meenemen, zal je ook zelf stappen moeten zetten. Dat betekent nog niet dat het bedrijf koploper in de branche moet zijn. Begin met kleine stappen en je zult zien dat het bedrijf in zijn geheel enthousiast wordt. Zonder zelf te hebben geëxperimenteerd met het invullen van duurzaamheid zal het goed en met verve geven van een advies met duurzaamheid als component, niet lukken. De klant voelt feilloos aan of zij met een gedreven adviseur te maken heeft of met iemand die adviseert omdat hij of zij moet. De vraag is ook in hoeverre het meenemen van duurzaamheid in het advies geloofwaardig is als de organisatie zelf geen stappen op het gebied van duurzaamheid heeft genomen. Dan

Nog te weinig beweging in onze branche op het gebied van duurzaamheid

zou de klant het advies al gauw kunnen gaan kwalificeren als een vorm van

'greenwashing'.

Dus begin voorzichtig met duurzaamheid, maar schreeuw het niet van de daken. Groei er langzaam in. Alhoewel er toch enige haast is geboden om te verduurzamen.

De consument verwacht actie

PA Consultancy onderzocht eind vorig jaar de behoefte van de consument om duurzaamheid in een financieel advies te verwerken. 3.500 consumenten werden in het Verenigd Koninkrijk, Denemarken, Nederland Noorwegen en Zweden geïnterviewd. Een overweldigende meerderheid van de geïnterviewden verwacht dat duurzaam financieel advies de norm wordt of het al is. 50 procent van de geïnterviewde groep denkt dat in 2025 duurzaam advies leidend is. Ofwel, er is werk aan de winkel!

Wat is eigenlijk een duurzaam advies?

Waarom zou duurzaamheid een rol moeten spelen in het advies van de

tussenpersoon? Ze hebben toch een prachtig vak wat begrensd is door de competenties waarvoor zij zijn opgeleid? Het kan toch niet de bedoeling zijn dat ze buiten de grenzen van het verzekeringsvak een nieuwe winkel openen en geld gaan verdienen met duurzaamheidsadviezen? Nee. Het is juist zo dat veel van de adviezen al verscheidene duurzaamheidscomponenten in zich hebben. Meer op duurzaamheid inzoomen geeft je de kans om het advies nog meer toegevoegde waarde te geven. Daarvoor moet je de diverse mogelijkheden van duurzaam advies laten passeren: hoe zou je duurzaamheid in het advies kunnen laten terugkomen?

Vergelijken: duurzaamheid bij verzekeraar of in zijn producten

Een belangrijke meerwaarde van een adviseur is dat hij de markt kent en dus in staat is de kwaliteit en productkenmerken met elkaar te kunnen vergelijken. De Eerlijke Verzekeringswijzer is ook een optie om de mate van duurzaamheid van de beleggingen van verzekeraars te bekijken. Dit is slechts een facet van het duurzaamheidsbeleid van een verzekeraar. Een vergelijking op duurzaamheid van producten bestaat nog niet. Het intermediair zal als branche transparanter moeten zijn om aan de steeds groter wordende vraag naar het vergelijken van dit soort gegevens te kunnen voldoen.

Op dit moment zijn verzekeraars verplicht om te rapporteren over klimaatrisico's. De gegevens hierover komen uit verschillende bronnen die onvoldoende op elkaar aansluiten. Ook hier ligt een uitdaging.

Adviseren in duurzame (pensioen)beleggingen geeft enorme impact

Als verzekeraars in samenwerking met door duurzaamheid gedreven adviseurs meer zouden sturen op duurzame pensioenproducten en de daarachterliggende duurzame beleggingen, dan zou dat een immense impact kunnen hebben op de duurzaamheidstransitie, zowel op het gebied van klimaat als op het sociale vlak. Studies hebben aangetoond dat het switchen naar een duurzame pensioenbelegging

twintig(!) keer meer effect heeft dan vegetariër worden of overgaan op een duurzame energieprovider. Het Verbond van Verzekeraars geeft in zijn impactpaper aan dat van de 450 miljard euro die verzekeraars onder beheer hebben, slechts een beperkt deel wordt aangemerkt als investeringen met een duurzaam element in zich.

Zorgen voor (on-)verzekeraarbaarheid van de verduurzaming

Verzekeraars kunnen van meerwaarde zijn door het gesprek met de adviseurs niet met een mindset in te gaan van 'wij kennen dit niet dus verzekeren wij het niet', maar juist te kiezen voor 'hoe kunnen wij het wel verzekeren?'. Daarbij zijn de adviseur en de kennis van de adviseur van vitaal belang. Door te rug te koppelen aan de verzekeraar waar er behoeftes liggen in de markt en

Niet 'wij kennen dit niet dus verzekeren wij het niet', maar juist 'hoe kunnen wij het wel verzekeren?'

waar gewerkt wordt aan duurzaamheid, ontstaat er beter zicht op wat er nodig is. Daar samen verantwoordelijk voor zijn, zorgt ervoor dat de transitie naar duurzaamheid versnelt in plaats van vertraagt. Ook heeft de adviseur een rol om de sociale component van duurzaamheid te bewaken. Hierbij zal de adviseur met zijn kennis die groepen kunnen bijstaan die zich moeilijker kunnen verzekeren, hetzij door een financiële achterstand of hetzij door een sociale achterstand. Juist ook voor deze groepen kan die adviseur de 'local hero' zijn (inclusiviteit).

Adviseren met duurzaamheidselementen

- *Belonen bij goede keuzes*
Niet alleen verzekeraars belonen duurzaamheid (door middel van lage premies of lagere rentes bij duurzame huizen, lagere premie bij gezond leven, et cetera). Ook zie je steeds meer initiatieven, waarbij adviseurs klanten belonen als de klant kiest voor duurzaam advies. Vaak wordt de beloning gekoppeld aan een goed doel in de regio. In mijn bedrijf werd gekozen voor het planten van een boom per klant die een verzekeringspakket koopt bij een

duurzame verzekeraar. Daarnaast werken adviseurs succesvol met vitaliteitsprogramma's. Belonen van duurzaamheid werkt en bindt klanten.

- *Koppelen aan specialisten*
Het moet naar mijn mening niet zover gaan dat onze adviseurs adviezen gaan geven op het gebied van duurzaamheid, die niet gerelateerd zijn aan hun bestaande adviespraktijk. De adviseur kan zich wel ontwikkelen als een aanspreekpunt als de klant duurzaamheidsstappen wil gaan nemen. Dat betekent dat hij zich goed moet kunnen inleven en inlezen in wat er op de markt te koop is op het gebied van duurzaamheid. Er zullen regionale partners moeten worden gezocht die de klanten (particulier en zakelijk) kunnen begeleiden op duurzaamheidsgebied. Denk hierbij aan verduurzamingsadviseurs Gebouwen (label c of verder), leveranciers van duurzaamheidsoplossingen, subsidieadviseurs, et cetera.

- *Advies van achtergestelde groepen*
Vaak wordt onderschat hoe belangrijk een goed advies is. Veel groepen hebben door financiële omstandigheden geen toegang tot een goed advies, terwijl dat advies juist in hun situatie van levensbelang is. Laat iedere adviseur binnen de organisatie eens met zijn kennis een gezin in moeilijkheden een paar uur per maand begeleiden. Hier is zo veel winst te halen.

- *Niet alleen duurzaam, maar duurzaam rendabel*
Natuurlijk zijn er legio meer voorbeelden te vinden waarmee duurzaamheid in het advies is te verwerken. Begin met kleine duurzaamheidsstappen. Daarmee kan het bedrijf en de daarbij behorende adviseur zich ontwikkelen tot een duurzame speler in de regio die ertoe doet. Hou daarbij ook in het achterhoofd dat de huidige duurzame koplopers over het algemeen niet alleen beter scoren in klanttevredenheid, maar ook in rentabiliteit. ●

K. (Kees) van Steensel
De auteur is directeur bij Van Steensel Assurantiën te Rotterdam en tevens (mede) oprichter van het Instituut Verduurzaming Verzekeringsbranche (INSVER).