Universiteit van Amsterdam

Amsterdam Centre for Insurance Studies (ACIS)

HAN_UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Sustainable verzekeringsadvies

Over de rol en impact van verzekeringsadviseurs bij sustainability

UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

HAN_UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Sustainable Finance & Tax

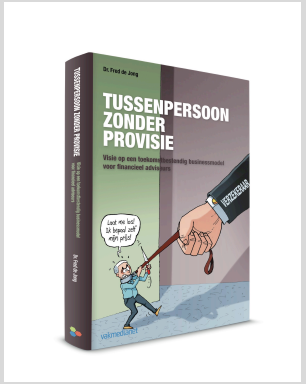
- Sinds 2020 associate lector bij de HAN
  - ▸ Wat is de meervoudige waarde van financieel advies?
  - ▸ Welke rol kunnen financieel adviseurs spelen om verduurzaming aan te jagen?
  - ▸ Hoe duurzaam is het businessmodel van de financieel adviseur?

- Sinds 2010 zelfstandig / onafhankelijk onderzoeker en consultant
- Docent Strategie, Bedrijfskunde en Case Study aan de UvA Master Insurance & Risk
- Verbonden aan ACIS
- Lid College Deskundigheid Financiële Dienstverlening





UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM
Amsterdam Centre for Insurance Studies



HAN_UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Antwoorden

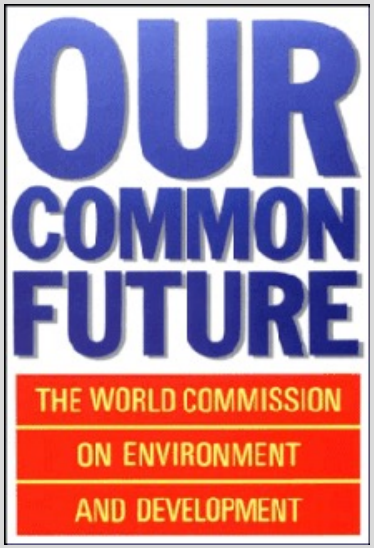
- Wat is sustainability?
- Wat betekent sustainability voor de praktijk van de assurantieadviseur?
- Hoe kun je als assurantieadviseur duurzaam ondernemen?



Sustainable development

- "Is a development that meets the need of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs."

Brundtland (1987)





UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

HAN_UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

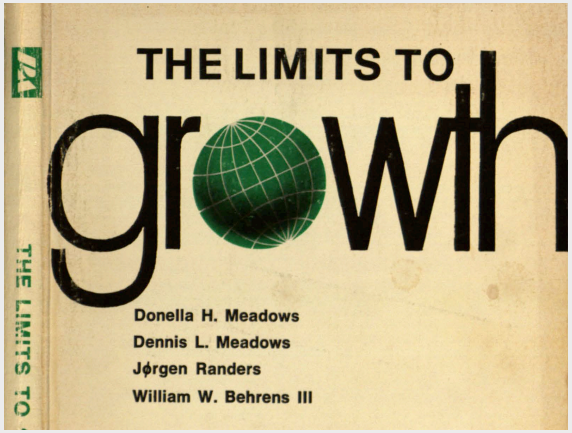
The Blended Value Proposition:
INTEGRATING SOCIAL AND FINANCIAL RETURNS

Jed Emerson

Creating Shared Value

How to reinvent capitalism—and unleash a wave of innovation and growth ***by Michael E. Porter and Mark R. Kramer***

THE INTERNATIONAL <IR> FRAMEWORK



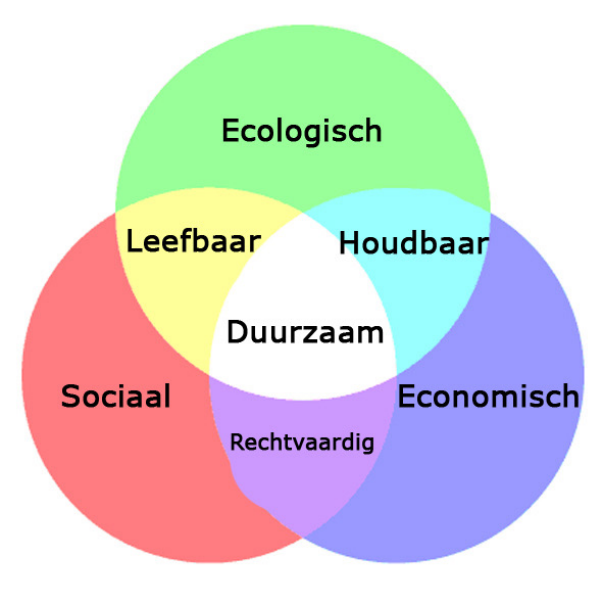


25 Years Ago I Coined the Phrase "Triple Bottom Line." Here's Why It's Time to Rethink It.

by John Elkington

June 25, 2018

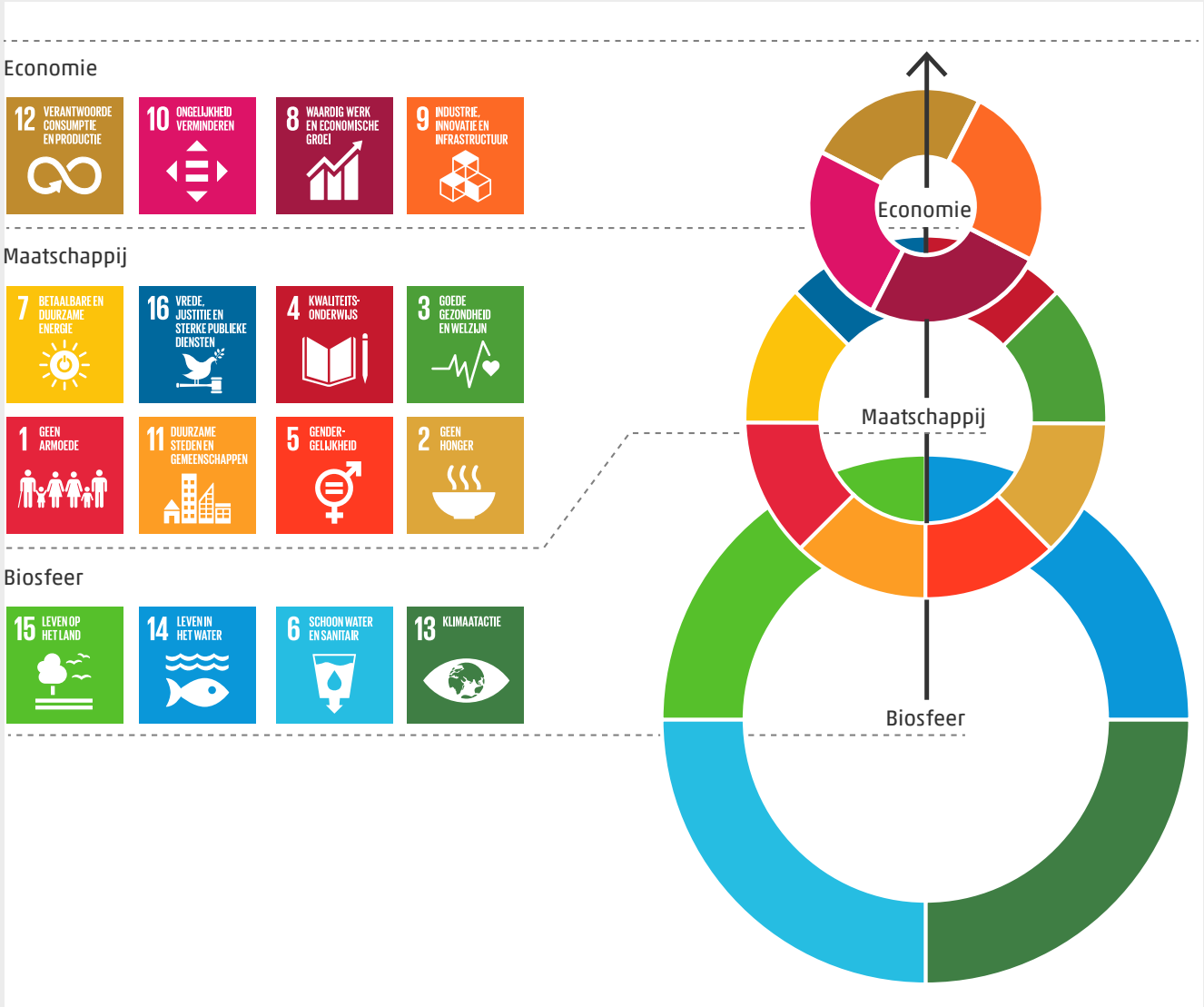
Duurzame ontwikkeling



Bron: Etterbeek.be



Bron: Economielokaal.nl



CBS monitor Brede welvaart 2021



Bron: CBS, 2021

Deltaplan Belastingen voor een Circulaire en Sociale Economie

Routekaart 2021-2030

Bron: The ex'tax project 2021

Onze economie circulair maken

De aarde warmt op en de mensheid put de aarde uit – met serieuze gevolgen voor de leefbaarheid van de aarde voor toekomstige generaties. Nederland bungelt onderaan de ranglijstjes. Klimaatverandering en de uitputting van aardse grondstoffen vereisen een revolutie in de wereld van energie, mobiliteit, voedsel-voorziening en een transitie naar een circulaire economie.

Bron: VNO-NCW en MKB Nederland, Ondernemen voor brede welvaart, Middellange termijnvisie, februari 2021, Den Haag

MKB heeft een uitdaging

- 93% van de ondernemers is op een of andere manier bezig met verduurzaming. (KvK 2018, Rapport duurzaam ondernemen)
- MKB heeft weinig financieel inzicht / niet toekomstgericht (KvK 2016)
- 38% van de MKB-ers heeft gebrek aan middelen om verduurzaming te financieren (Kantar TNS 2018).



Consument wil verduurzamen

B2B

11 nov 2020 @ 10:20

27848 x gelezen

Nu reageren



Sjaak Hoogkamer
hoofdredacteur
MarketingTribune

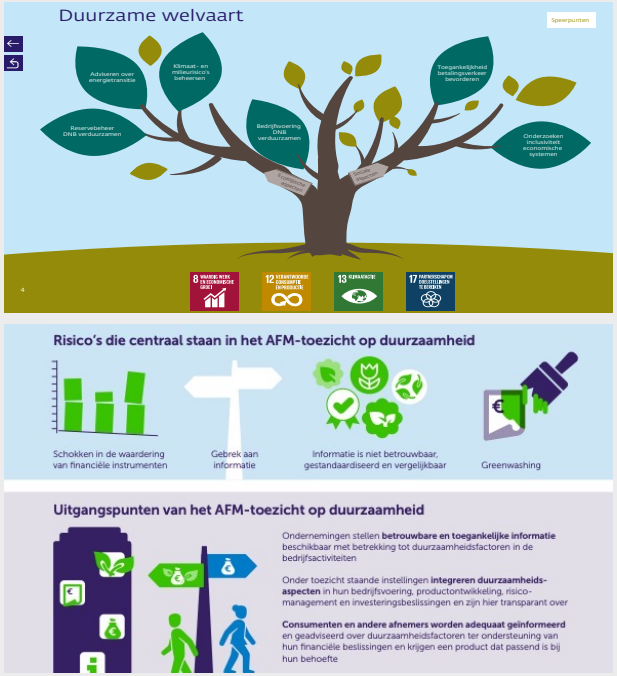
Innovatie

Duurzaamheid bij merken wordt steeds meer gewaardeerd door consumenten

Driekwart van de consumenten vindt het belangrijk dat bedrijven een maatschappelijke rol vervullen door bij te dragen aan de maatschappij, milieu en welzijn van mensen. Iets meer dan de helft van de consumenten (53%) let bij de aanschaf van producten of diensten op deze maatschappelijke rol of duurzaamheid. Deze trend steeg steeds in de afgelopen jaren, maar stabiliseert in 2020. Dat is verklaarbaar, zegt Bart Brüggenwirth van b-open. 'Aan de ene kant is door de coronacrisis bijna één op de drie consumenten bewuster of duurzamer gaan consumeren. Aan de andere kant leidt de economische recessie die met de crisis gepaard gaat, ertoe dat een deel van de consumenten juist minder aandacht heeft voor duurzaamheid. Deze effecten compenseren elkaar,' aldus Brüggenwirth.

Overheid stimuleert en dwingt af





Bron: AFM 2020, DNB 2019

Aanbod verzekeringsadviseurs

	Adviesbevoegd t/m 31 maart 2022	Adviesbevoegd t/m 31 maart 2025	% adviesbevoegd t/m 31 maart 2025
Consumptief krediet	17.840	4.240	23,8%
Hypothecair krediet	22.304	7.307	32,8%
Inkomen	21.341	7.327	34,3%
Pensioen	4.746	1.502	31,6%
Schade particulier	54.039	19.155	35,4%
Schade zakelijk	33.627	12.723	37,8%
Vermogen	33.865	11.398	33,7%
Zorgverzekeringen	13.174	4.927	37,4%

87.648 met 1 of meerdere beroepskwalificaties
(31 maart 2021)

Bron: CDFD



Businessmodel adviseur onder druk

Informatie asymmetrie kleiner

Investeringen noodzakelijk

- Opeiding
- Digitalisering
- Nieuwe mensen
- Social media

Digitalisering

- Online verzekeringen
- > 50% is administratief werk
- Data science (PSD2)

Concurrentie

- Consolidatie
- Nieuwe adviesbedrijven (fintech)

Regelgeving

- Transparantie
- Zorgplicht
- Beloning
- Kwaliteit

Waarom Sustainable verzekeringsadvies?

1. Intrinsieke motivatie

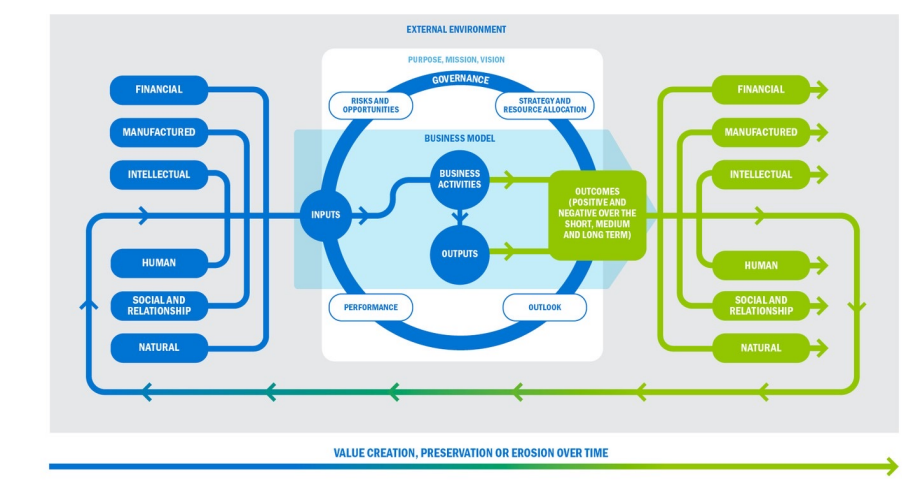
2. Bedrijfseconomische noodzaak

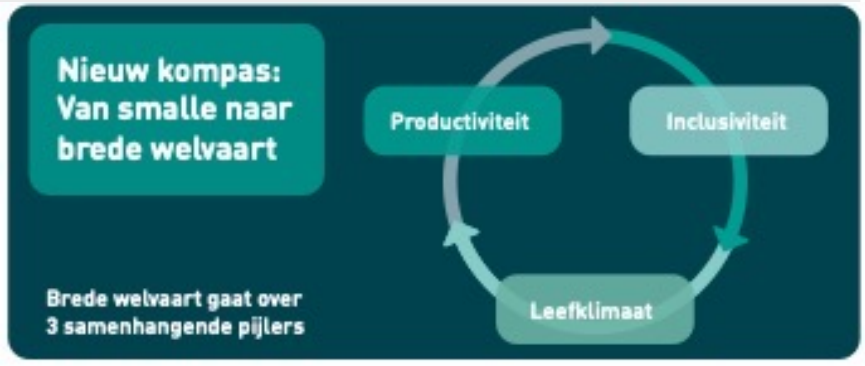
3. Politieke druk

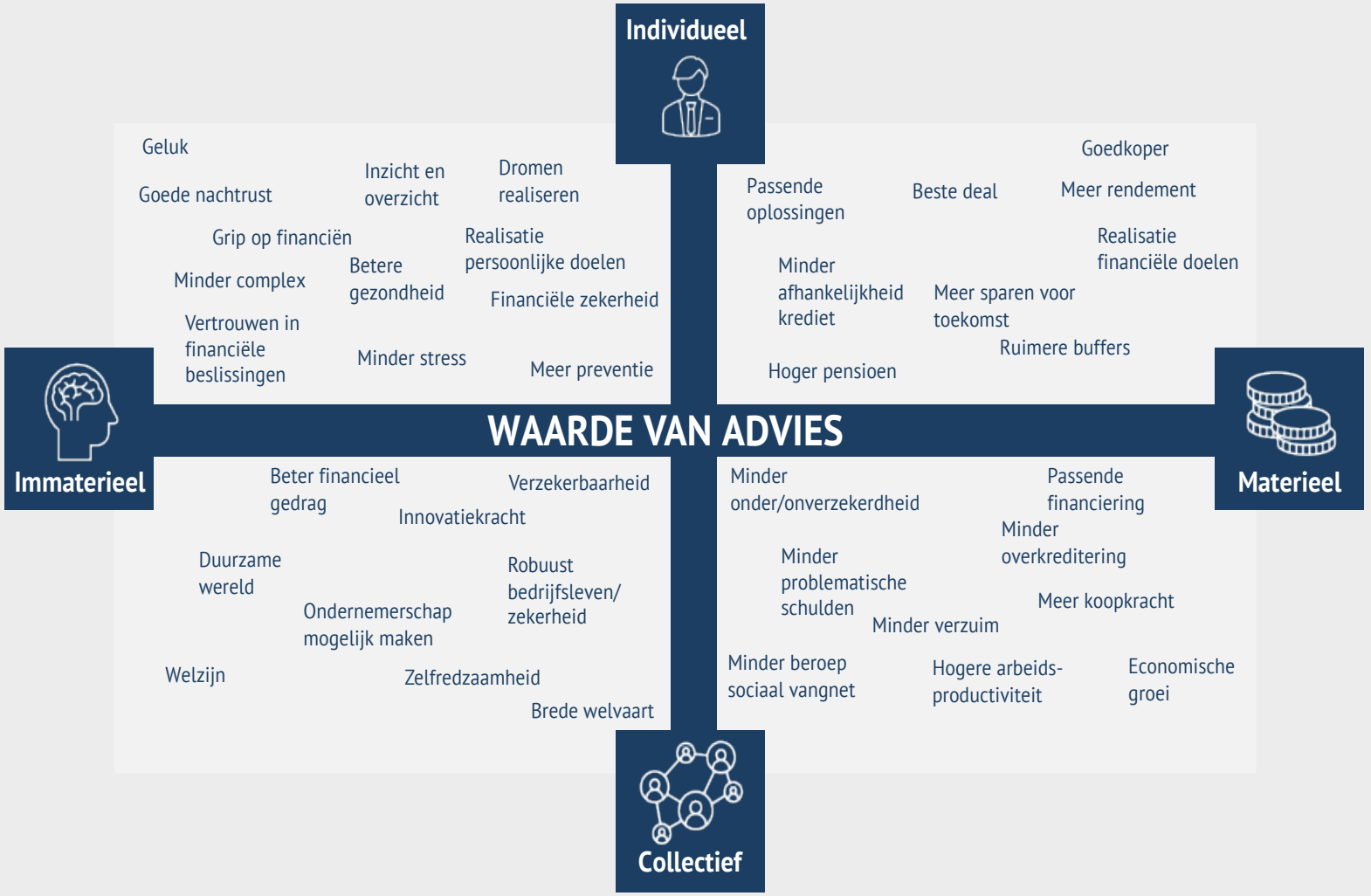


Naar duurzaam businessmodel via meervoudige waardecreatie

- Financiële waarde
- Sociale waarde
- Ecologische waarde







Ontwikkeld in samenwerking met Adfiz (2021)

Verzekeringsadvies: nieuwe risico's

- Risico's door klimaatverandering
- Risico's door verduurzamingsmaatregelen
- Risico's door circulair ondernemen
- Risico's door nieuwe businessmodellen
- ….

Verzekeringsadvies: nieuwe kansen via meervoudige waardecreatie

- Werknemersregelingen
- ‘groene’ verzekeringen die duurzaam gedrag stimuleren
- Duurzaam schadeherstel
- Financiële zelfredzaamheid



Duurzaam verzekeringsadvies

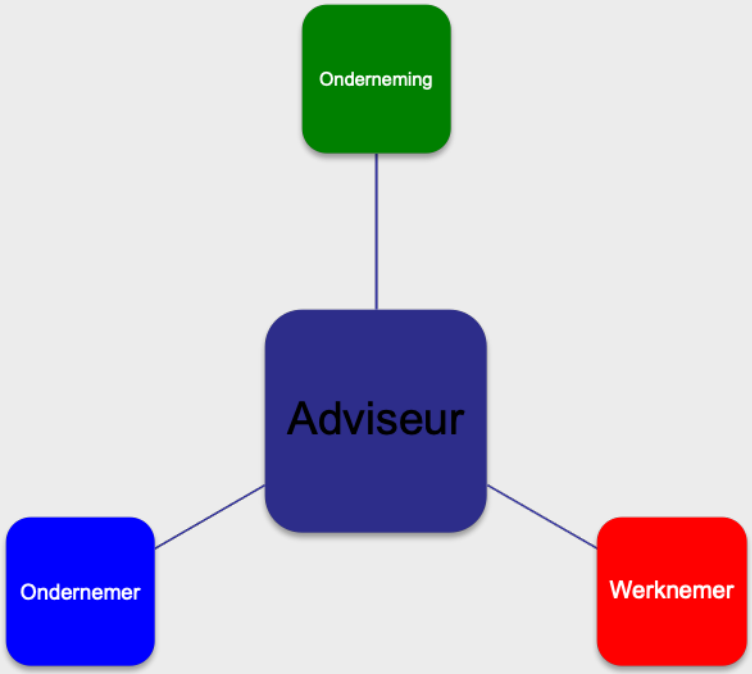
Interne organisatie

- Wagen(park)
- Afval
- Papierloos werken
- Kantoorpand
- Arbeidsvoorwaarden
- Lokale, sociale functie
- Sponsoring

Extern richting klanten

- Selectie aanbieders
- Selectie producten
- Impact op risicoprofiel
- Breder adviseren
- Verzekerbaarheid
- Zelfredzaamheid
- Verduurzaming
- Subsidies
- Arbeidsvoorwaarden
- Toekomstvoorzieningen

Integrated thinking



UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

HAN_UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Artikel | Fred de Jong en Alwin Oerlemans[1]

De financieel regisseur als oplossing voor de maatschappelijke uitdaging van financiële zelfredzaamheid

10

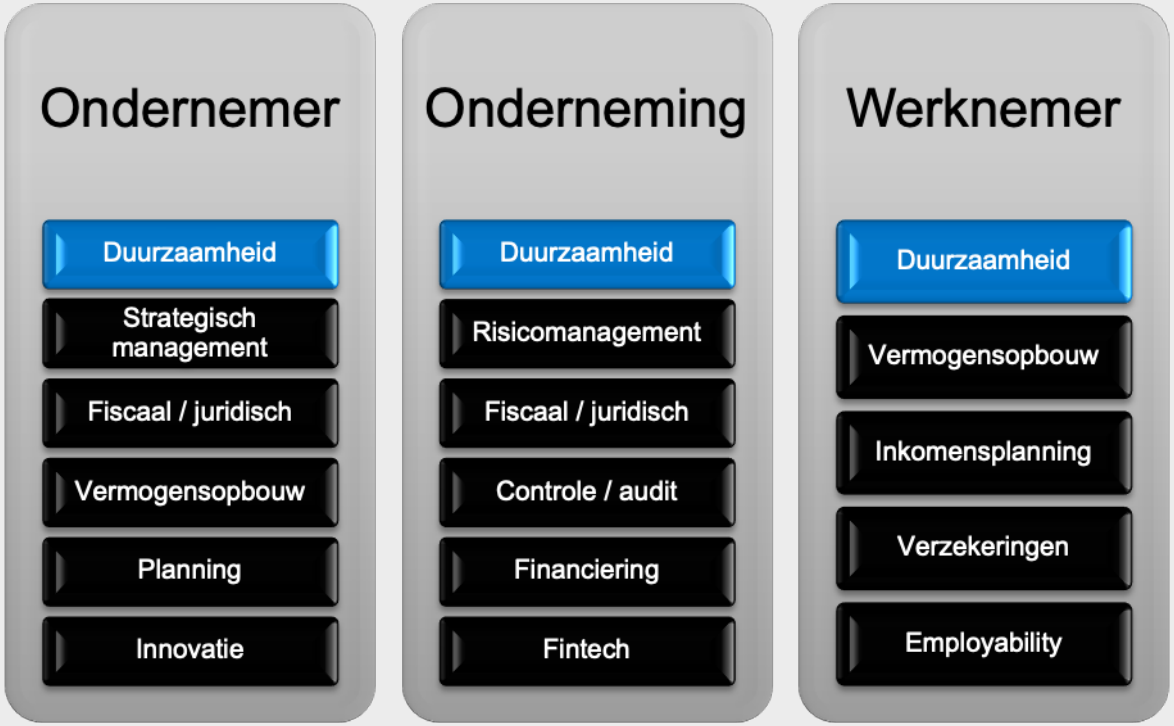
Veranderingen in sociale zekerheid, pensioenen en arbeidsmarkt leiden ertoe dat huishoudens meer zelf mogen beslissen maar ook meer eigen verantwoordelijkheid dragen voor hun financiën. Wie helpt de burger bij vragen over eigen financiën en toekomstplanning? De auteurs betogen dat er een noodzaak is voor financieel onderhoud en financiële regie om burgers beter te helpen navigeren en keuzes te maken in hun eigen leven en financiën. Dat onderhoud en die regie moeten wel onderdeel zijn van een houdbaar businessmodel. Dit artikel beoogt daar een aanzet toe te geven.

Bron: Verzekeringsarchief Jaargang 95, 2e kwartaal 2018

Meervoudige waardecreatie MKB-adviseur

Kennis en kunde

- Financiële waarde
- Sociale waarde
- Ecologische waarde



UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

HAN_UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Key Partners

From our point of view:
- Who are our key partners?
- What are the roles of our partners?
- What resources do we need from our partners?
- How do the partners benefit from the cooperation?

From customer point of view:
- How does the customer experience our partners?
- What kind of partnerships does the customer have and how should they be taken into account?

⑦

Key Resources

From our point of view:
- What skills and knowledge do we need?
- What other material and immaterial resources and tools are required?

From customer point of view:
- What skills and knowledge is required from the customer's side?
- What other customer's material and immaterial resources and tools are required?

⑥

Mobilizing Resources and Partners

From our point of view:
- How do we coordinate multi-party value creation?
- How do we utilize and develop partners and resources?

From customer point of view:
- How can the customer utilize and develop partners and resources?

⑧

Value Proposition

From our point of view:
- What value are we selling?
- What are the elements of our offering?
- What is unique in our offering?

From customer point of view:
- What value is the customer buying?
- What are the elements of customer needing?
- Which customer's challenges and problems need to be solved?

②

Value Creation

From our point of view:
- How is our offering embedded in the customer's world?
- How can we facilitate the customer to reach their goals?

From customer point of view:
- How does the value emerge in customer's practices (also from mental and emotional experiences)?
- How are customer's long term benefits accomplished?

③

Interaction and co-production

From our point of view:
- How can we support customer co-production and interaction between us and the customer?

From customer point of view:
- What are customer's activities during the use and different use contexts?
- What are the customer's mental models of interacting with us?

④

Customer's World and Desire for Ideal Value 1

From our point of view:
- How do we get a deep insight and holistic understanding of customer's world (context, activities, practices, experiences), their future strategies, and customer's customers' world?

From customer point of view:
- Why does the customer buy?
- What kind of benefits does the customer aspire?
  - Functional
  - Economic
  - Emotional
  - Social
  - Ethical
  - Symbolic
- If there were no limits, what would be the customer desire for ideal situation and world?

①

Cost Structure ⑨

From our point of view:
- What are the costs inherent in our business model?
- What are our other sacrifices?

From customer point of view:
- What costs and other sacrifices are required from the customer?

Revenue Streams and Metrics ⑤

From our point of view:
- What is our earnings logic and how is our financial feedback generated?
- How can we apply customer value-based pricing?
- What else valuable do we get than money?
- What are the key performance metrics of our business success?

From customer point of view:
- For which benefits is the customer really willing to pay and how?
- What is the financial value that the customer gets?
- What are the key performance indicators of customer's business and how are we following them?

Note: Ojasalo and Ojasalo (2015a, p. 321)

Word de *agent of change*

- Verdiep je in het thema
- Kijk verder dan alleen ‘zonnepanelen’
- Vraag aan klanten hoe belangrijk duurzaamheid is en waar ze hulp bij willen
- Vraag businesspartners naar hun visie op duurzaamheid
- Begin klein, begin binnen je eigen kantoor
- Leg uit wat jouw advies de klant oplevert in plaats van wat het kost
- Ga samenwerken met andere duurzame partijen
- Brainstorm met je medewerkers hoe je de verduurzaming kunt aanjagen



UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

HAN_UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Contact

Fred.deJong@han.nl

06-28 25 30 21

@Jongfred

FRED de JONG adviesbureau

www.freddejong.eu

