





## Inhoud

- 3 Annemarie Schouw: Energieke dag vol inspiratie en co-creatie ▶
- 4 Sponsors bedankt! ▶
- 5 Co-creatie in een tijd van delen en samenwerken ▶
- 6 Key note speaker Paul Iske: 'Soms win je, soms leer je...' ▶
- 7 Beste Idee van de Branche: Claim funding ▶
- 8 NARIM Award voor Ad Westerhof ▶
- 9 Young Insurance Capital: Jonge professionals boeien en binden ▶
- 10 Sfeerimpressie van de dag ▶
- 12 FERMA Forum 2013 ▶



*'Ik heb tijdens het congres veel goede ideeën gehoord en veel creativiteit gezien. Er is bereidheid om over kaders heen te denken. Toch hoorde ik mensen ook regelmatig 'Ja, maar...' in de mond nemen. Het zou mooi zijn wanneer die 'Ja maar...' voorlopig op zolder blijft liggen.'*

*Rens de Jong, dagvoorzitter*

### Colofon

Tekst en productie  
Rijken & Jaarsma  
Nieuwerkerk a/d IJssel

Vormgeving  
Met Opzet  
Rotterdam

Fotografie  
Robert Tjalando  
Rotterdam

Redactie NARIM  
Postbus 65707  
2506 EA Den Haag

(070) 345 74 26  
info@narim.com  
www.narim.com

# Energieke dag vol inspiratie en co-creatie

Als NARIM hechten we veel waarde aan het bij elkaar brengen van mensen, kennis en ideeën. Elkaar informeren, inspireren, leren van elkaar en komen tot innovatie. Dat is het idee achter 'Go co-create!' als thema voor het NARIM Congres 2013. Een zeer geslaagd congres hoorde ik van de vele aanwezigen die ik heb gesproken. De opkomst was met een *full house* in Naarden Vesting traditioneel groot: 350 deelnemers waarvan 83 Risk & Insurance Managers. Meer dan de helft van ons ledenbestand!

De 18<sup>e</sup> april was een inspirerende en zeer energierijke dag en dat kwam bepaald niet alleen door de harde wind. Mensen gingen met elkaar het gesprek aan: in het World Café en vervolgens ook in de 'strijd' om het Beste Idee van de Branche. De tafelkleden werden vol geschreven en geeltjes werden aan de wand geplakt. Aan het einde van de middag in de Grote Kerk werd duidelijk waartoe de vele gesprekken hadden geleid. Er kwamen tien goede ideeën op tafel en na de pitches van de vijf beste konden wij ons als jury gaan beraden over het beste idee. Moeilijk, want twee ideeën ontlieden elkaar op creativiteit niet veel. Gekozen is voor het meest innovatieve idee.

Claim Funding op basis van crowd funding werd uitverkoren tot het Beste Idee van de Branche. Niet bij voorbaat verzekeringen sluiten om risico's af te dekken die zich misschien helemaal niet voordoen, maar pas in actie komen als er zich een schade heeft voorgedaan. Om vervolgens de claim te financieren via crowd funding.



Een zeer interessante gedachte, met name voor charitatieve/cultureel-maatschappelijke instellingen, die beslist nadere uitwerking behoeft.

Het bijna beste idee wil ik niet onvermeld laten: een 'docusoap' over de branche. Een tv-serie à la Pleidooi, kwalitatief goed gemaakt met intrigerende scenario's die de dynamiek in onze branche laat zien. Ingrijpende schades, natuurrampen, olielekage, kidnapping, chantage, cybercrime, scherpe dialogen bij bedrijfssluiting, co-assurantie en schadebehandeling: allemaal onderwerpen die genoeg stof opleveren voor spannende scripts. Een boeiende manier om onze branche meer bekendheid te geven, het imago meer 'sexy' te maken en Young Professionals carrièreperspectieven te bieden.

---

*'Mensen bij elkaar tot inspirerende en innovatieve ideeën laten komen. Als NARIM willen wij daarvoor met ons congres het podium blijven bieden.'*

---

Dat brengt me weer terug bij ons uitgangspunt; mensen bij en met elkaar tot inspirerende en innovatieve ideeën laten komen. Als NARIM willen wij daarvoor met ons congres het podium blijven bieden. Dit keer op één dag, maar zeker zo succesvol. Passend in de hectiek van deze tijd maar ook met het idee dat wij een ieder van jullie graag weer terug zien op het volgende grote 'event' op ons vakgebied: het FERMA Forum dat van 29 september - 2 oktober 2013 in Maastricht plaatsvindt.

Ter afsluiting past dank: aan alle deelnemers voor hun inzet en energie, aan alle mensen die bij de organisatie betrokken zijn geweest en last but not least, aan al onze sponsors. Ook in deze lastige tijden zijn zij bereid gebleken ons congres mogelijk te maken en dat stemt ons als NARIM zeer vreugdevol. Heel hartelijk dank.

Tot slot wens ik u allen zeer veel inspiratie; Go co-create! En tot weerziens in Maastricht.

Annemarie Schouw  
Voorzitter NARIM



Namens het NARIM-bestuur  
dank aan alle sponsors!



# Co-creatie in een tijd van delen en samenwerken

Naarden Vesting vormde het toneel voor het NARIM Congres 2013. De bijna 350 deelnemers waren verantwoordelijk voor een dag vol inspiratie en co-creatie. Het congres werd geleid door dagvoorzitter Rens de Jong, spreker, journalist en presentator. Het thema van het congres was co-creatie.

'We hebben te maken met grote veranderingen,' aldus NARIM-voorzitter Annemarie Schouw tijdens haar openingswoord. 'Schades worden groter, complexer en ingrijpender terwijl de risico's verschuiven. De wereld van Risk & Insurancemanagers is een traditionele wereld. Toch zullen wij moeten opschuiven. Deze tijd vraagt om delen en samenwerken.'

## Behendigheid vereist

De complexe wereld waarin wij vandaag de dag leven vereist *agility*, behendigheid, betoogde keynote speaker Paul Iske, hoogleraar Open Innovation & Business aan de Universiteit van Maastricht en oprichter van het Instituut van Brilljante Mislukkingen. Iske sprak onder andere over slagen en mislukken. Al spreekt hij niet graag van mislukken. 'Soms win je, soms leer je. Angst moet je reduceren. Wie zich niet over zijn angsten heen zet, leert niets. Wie vooruit wil, moet niet bang zijn te mislukken.'

## Schoolvoorbeelden van co-creatie

Naast het inspirerende en vaak humorvolle betoog van Iske kwamen er ook

enkele schoolvoorbeelden van co-creatie aan bod, de Senseo Sarista en De Groene Loper. Laatstgenoemde is een unieke ontwikkeling bestaande uit een civiele en een vastgoedcomponent. Het is een schoolvoorbeeld van co-creatie en ligt in handen van Strukton en Ballast Nedam en betreft de integrale gebiedsontwikkeling A2 in Maastricht. Omgevingsmanager Bart Grote nam zijn gehoor figuurlijk mee naar Maastricht. Hij schetste een mooi beeld van twee concurrenten die elkaar hebben gevonden en gezamenlijk 'een prachtig project realiseren'. 'Ik ben steeds op zoek naar gezamenlijke belangen. Dat is voornamelijk. Op die manier maak je iedereen deelgenoot en voorkom je tegenwerking. Eén merk, één team, één toko onder de naam Avenue2. Dat is onze kracht.'

## Revolutionair

Kai Tuk, Marketing Director Coffee & Domestic Appliances bij Philips en Mathieu Meyer, Marketing Manager Senseo Sarista bij D.E. Masterblenders, gingen dieper in op het bijzondere staaltje co-creatie dat luistert naar de naam Senseo Sarista.

Aan dit revolutionaire systeem ging drie jaar innige samenwerking tussen beide partijen vooraf. Tuk: 'De relatie tussen Philips en Douwe Egberts is hecht en kent inmiddels een lange geschiedenis.' Al in 2001 brachten beide partijen de eerste Senseo op de markt. Dit product groeide sindsdien uit tot een ware kaskraker. Liefst 50 tot 60% van de Nederlandse huishoudens beschikt vandaag de dag over een Senseo apparaat. 'Een percentage om trots op te zijn,' aldus Meyer. 'Het impliceert echter ook dat de rek eruit is. Om verder te groeien moet je kortom met iets anders, iets nieuws komen. Dat idee vormde de basis voor de Senseo Sarista.'

Aan dit nieuwe product ging veel onderzoek vooraf. Onder andere product- en consumentenonderzoek. Ook tijdens die onderzoeken trokken beide partijen vanuit alle lagen en functies gezamenlijk met elkaar op. De basis hierbij is en was steeds 'onderling vertrouwen', aldus Tuk. 'Dat, in combinatie met innige samenwerking leidt tot een succesvol totaalconcept.'



Kai Tuk en Mathieu Meyer



Bart Grote



Rens de Jong

## Keynote Speaker Paul Iske

# 'Soms win je, soms leer je...'

De complexe wereld waarin wij vandaag de dag leven vereist *agility*, behendigheid. Dit was één van de vele uitspraken van Paul Iske, hoogleraar Open Innovation & Business aan de Universiteit van Maastricht, oprichter van het Instituut van Brilljante Mislukkingen en keynote speaker tijdens het NARIM congres 2013. 'Je moet het vermogen hebben te zien en te snappen wat er buiten allemaal gebeurt en daarop kunnen inspelen. De grootste verrassingen komen niet van binnen maar van buiten. Je moet die buitenwereld kortom goed kunnen doorgronden.'



nieuwe omgeving kan ook iets nieuws brengen en waarde creëren.' Als voorbeeld verwees Iske naar IBM. Dit bedrijf was jarenlang toonaangevend als computergigant/producent maar verdient vandaag de dag zijn geld voornamelijk als ICT-adviseur. 'Door op een andere manier naar hetzelfde fenomeen te kijken, kun je kortom een heel nieuw businessmodel creëren. Dat vereist het vermogen om provocatief en conceptueel te kunnen denken, denken vanuit verschillende kaders. Door vervolgens verschillende perspectieven te combineren, ontstaan nieuwe inzichten.'

---

*'Wie zich niet over dergelijke angsten heen zet, leert niets. Met andere woorden, wie vooruit wil, moet niet bang zijn te mislukken.'*

---

### Terminaal serieus

Procedures en protocollen waarop veel ondernemingen drijven, typeerde Iske als 'heel beklemmend'. 'Ja maar zo moet het nu eenmaal hoor je dan vaak. Gevolg? Stilstand en gemiste kansen. Businessmodellen worden steeds vaker overhoop getrokken. Daar moet een bedrijf zich op instellen én voor openstellen. Klanten hebben veel meer macht in de nieuwe wereld. De tijd van afhankelijkheid is voorbij. Klanten worden bovendien met

de dag intelligenter. Die tendens is niet meer te stoppen. Dat vereist veranderende patronen, nieuwe combinaties én een omgeving waarin mensen lachen en vragen stellen. Dat is héél belangrijk. Terminaal serieus is de dood in de pot. Zodra dat toeslaat is het over en uit.'

### Anders kijken

Bij innovatie denken we automatisch aan compleet nieuwe producten, ideeën, diensten... 'Maar oude kennis in een

### Slagen en mislukken

Als uitsmijter sprak Iske over slagen en mislukken. Al spreekt hij niet graag van mislukken. 'Soms win je, soms leer je, is mijn uitgangspunt. Angst moet je reduceren. Wie angst heeft, bereikt niets. Je moet het lef hebben te mislukken en er bovendien over durven praten. Wie zich niet over dergelijke angsten heen zet, leert niets. Met andere woorden, wie vooruit wil, moet niet bang zijn te mislukken.'

## Beste Idee van de Branche

# Claim funding

**Claim Funding door middel van 'crowd funding'. Een geheel nieuwe manier voor het financieren van schadeclaims. Het idee werd tijdens het NARIM Congres 2013 geboren en uitgeroepen tot Beste Idee van de Branche. 'Natuurlijk behoeft dit idee nadere uitwerking, maar het is een nieuwe aanpak die veel voordeliger is. Een prima voorbeeld van innovatie door co-creatie,' aldus de jury.**

### Mentorsysteem

Wiki Insurance, een NARIM-pakket, Claim Funding door middel van 'crowd insurance', een Docu Soap om het imago van de branche op te krikken of een Simpolis. Het beste idee van de branche werd uiteindelijk de Claim Funder.

### Hoofdonderdeel

De strijd om dit Beste Idee voor de Branche vormde een van de hoofdonderdelen van het NARIM Congres 2013. In de middag gingen de congresbezoekers in tien groepen met elkaar aan de slag om tot het beste idee te komen. Dat gebeurde binnen de Naardense vestingmuren op tien verschillende lokaties: van het oude gemeentehuis, het Vestingmuseum, het Weegschaalmuseum tot diverse cafés en restaurants.

### Maar een de winnaar

De vijf beste ideeën werden aan het einde van de dag 'gepitch't, een vakkundige jury bepaalde uiteindelijk welk idee als beste uit de bus kwam. Geen eenvoudige keus, verklaarde NARIM-voorzitter en jurylid Annemarie Schouw in haar



toelichting. 'Twee ideeën vonden we gelijkwaardig, maar er kan er maar een de winnaar zijn.'

### Geheel nieuwe aanpak

Dat werd als gezegd de Claim Funder, een geheel nieuwe aanpak binnen de branche. 'Het idee komt er simpel gezegd op neer niet vooraf (kostbare) verzekeringen afsluiten voor mogelijke risico's, maar wachten tot er een claim is en deze door middel van *crowd funding* financieren,' aldus pitcher Hans de Hoog. In het dagelijks leven is De Hoog actief als Directievoorzitter bij Lengkeek, Laarman & De Hosson, experts, taxateurs, adviseurs. 'Deelnemers krijgen een aandeel of certificaat in het betreffende bedrijf of een andersoortige tegenprestatie. Bijvoorbeeld in de vorm

van een stuk eigendom, een 'goed mens-verklaring' (lees: maatschappelijk verantwoord ondernemen) of in de vorm van korting op producten en/of diensten.'

### Voordelen groot

De voordelen zijn groot volgens De Hoog. 'Denk aan de snelheid van handelen (vol is vol, geen overtekening), de flexibiliteit, geen premies vooraf betalen, geen assurantiebelasting en geen AFM-bemoeienis.' Het idee was de creatie van de negenkoppige groep. 'Maar ere wie ere toekomt, het was Wim Span, Managing Director bij Vanbreda Risk & Benefits, die ons op dit spoor zette. Op zijn voorzet zijn we verder gaan denken. Zo werd uiteindelijk dit idee geboren.'

De verdere uitwerking van het beste idee is vooralsnog ongewis. 'Maar', "verklapt" De Hoog, 'we gaan hier zeker mee verder. Hier moet en zal iets concreets uitkomen.' Wordt vervolgd...



Hans de Hoog, de pitcher van het Beste Idee van de Branche

**And the Winner is... Ad Westerhof!** Hij ontving de NARIM Award tijdens de vijftiende editie van het NARIM congres, 18 april in Naarden Vesting. Westerhof kreeg de onderscheiding vanwege zijn vele verdiensten voor de branche. Hij is algemeen directeur van de Troostwijk Groep, een van Nederlands grootste taxatie- en expertisebureaus.

# NARIM Award 2013

## voor Ad Westerhof

De compleet verraste Westerhof ontving de Award uit handen van NARIM-voorzitter Annemarie Schouw. 'Ik schrok me werkelijk kapot,' vertelt Westerhof vijf dagen na het congres. 'Ik ben altijd redelijk gespitst op dit soort dingen en vroeg me al af wie de Award zou kunnen gaan winnen. Ik dacht daarbij toch vooral aan een Risk Manager. Halverwege het verhaal van Annemarie bekreep mij echter al een vreemd gevoel.' Dan met een knip-oog: 'Ik dacht; dit gaat helemaal de verkeerde kant op. En plots stond ik op het podium met de Award in mijn hand. Superleuk. Ook de reacties na afloop. Per telefoon, sms en noem maar op... Bloemen op kantoor...'

### Keurmerk contra expertisebureaus

'En ja, ik ga gewoon door met wat ik deed en nee ik ga niet te koop lopen met deze award of hem inzetten als marketingtool. Dat wat ik allemaal doe voor het vak, doe ik in belangrijke mate voor mijzelf. Dat klinkt egocentrisch maar ik vind het gewoon heel erg leuk om te doen. Ik ben bovendien een man van clubjes en vind dat er nog wel wat clubjes opgericht mogen worden dit jaar. Zo zijn we momenteel druk in de weer met een keurmerk voor contraexpertisebureaus. Dat keurmerk ziet binnenkort het levenslicht. Hiermee kunnen bureaus zich onderscheiden. Ik ben een van de trekkers van dat initiatief geweest. Het is als gezegd heel erg leuk met dat soort dingen bezig te zijn. Zie de NARIM Award maar als een aanmoediging om daar vooral mee door te blijven gaan.'



And the winner is... Ad Westerhof

nog nauwelijks. Ons imago is ronduit slecht. Een doorn in mijn oog. We zouden ons veel minder moeten laten bashen door populaire televisieprogramma's die makkelijk scoren over de ruggen van de verzekeraars. Wat stellen wij daar tegenover? Niets. We laten ons in de mangel nemen en afzeiken. Wij zijn veel te braaf. Daar mag wat mij betreft verandering in komen. Laten we eens terugmeppen. Tot hier en niet verder...'

### Gooi de poorten open

'We worden af en toe weggezet als halfgare zpp'ers die actief zijn vanuit een of ander kraakpand. Kom op zeg. En ja, er zijn dingen fout gegaan. En ja, die woekerpolissen waren niet goed. Maar schei eens uit daar steeds op te wijzen. Hoe lang moet dat nog doorgaan? En inderdaad, we hebben er wellicht ook zelf aan meegewerkt. We hielden te lang de poorten gesloten en spraken onze eigen taal. Het is inmiddels de hoogste tijd de poorten open te gooien en de zaak goed door te laten luchten. Wat doen we en hoe doen we dat? Wat als schades niet worden uitgekeerd? Hoeveel geld gaat er in onze sector om? Wij zijn een belangrijke hoeksteen van de economie. Daar ben ik trots op. Dat mogen..., nee dat moeten we veel inzichtelijker maken.'

*'De verzekeringsbranche is veel te braaf.  
Laten we eens terugmeppen.  
Tot hier en niet verder...'*

### Te braaf

Waar Westerhof zich enorm aan stoort, is de wijze waarop de verzekeringsindustrie veelvuldig wordt weggezet door de buitenwacht. 'Kijk eens hoeveel mensen er in onze sector actief zijn en kijk eens naar de goede dingen die zij doen. Dat gebeurt

## Young Insurance Capital

# Jonge professionals boeien en binden

**De branche vergrijsst. Een gevolg daarvan is dat de komende tijd een enorme dosis kennis en ervaring dreigt te verdwijnen. Dat mag niet gebeuren. Dus werd vorig jaar tijdens het NARIM Congres een manifest ondertekend om jong en oud aan elkaar te koppelen.**

Negen koppels van Young Professionals en ervaren rotten wisselden afgelopen jaar kennis en ervaring uit. Een goede eerste stap, die in september een vervolg moet krijgen. Tegelijk is het tijd voor een tweede stap. Young Insurance, het netwerk van jonge professionals, is gestart met Young Insurance Capital, een online



Sjaak Schouteren, voorzitter Young Insurance

portaal waar jong en oud contact kunnen hebben en waar verzekeraars, makelaars en andere providers zich kunnen profileren. Met als einddoel het vak en de branche te promoten bij jonge, getalenteerde mensen.

*'Young Professionals belanden nog te vaak per toeval in de verzekeringsbranche. Er zit geen beleid achter.'*

De helft van de Young Professionals komt per toeval in de verzekeringsbranche terecht, stelde Young Insurance-voorzitter Sjaak Schouteren tijdens het NARIM Congres 2013. Hoe kun je jonge professionals duidelijk maken dat een carrière in de verzekeringsbranche goede perspectieven biedt?

### Saai en grijs?

Niks saai en grijs, vindt ook Rosemarijn Peters, secretaris van Young Insurance: 'Het initiatief van Jeroen Everling van AON met het manifest en de ondertekening daarvan was een mijlpaal, nu willen we doorpakken. Hoe? Met Young Insurance Capital als platform. We willen een online portaal inrichten als brug tussen de jongeren en de verzekeringsbranche. Een centraal punt voor jong en oud en een plek waar bedrijven in de branche zich kunnen profileren bij studenten van universiteiten en hogescholen. Op deze

manier kunnen we ook werken aan het opkrikken van het totale imago.'

### Steun Young Insurance Capital!

Maar dat kost geld, verklaart Rosemarijn. Middelen die er momenteel niet genoeg zijn. 'Daarom doen we een oproep aan bedrijven in de branche: word sponsor en koppel je naam aan ons initiatief. Samen met de bedrijven willen we initiatieven nemen om met jongeren in contact te komen en hen door middel van zaken als meeloopstages of in-house dagen kennis te laten nemen wat er in onze wereld allemaal gebeurt. We willen onze Young Professionals als ambassadeurs het verhaal laten doen. Hoe kunnen we talenten boeien en binden. Dat is waar het om draait. Wij vinden het tijd de volgende stap te maken. Daarom roepen we de hulp in van de bedrijven en van hun HR-managers Young Insurance Capital te steunen.'

#### Info:

Rosemarijn Peters  
(06) 15 02 91 94  
info@younginsurance.nl



Meer sfeerimpressie? [www.narim.com](http://www.narim.com)



*'Als risk en insurancemanagers moeten we uit onze traditionele schulp kruipen en aansluiting vinden bij de snel veranderende wereld. Deze tijd vraagt daarom.'*

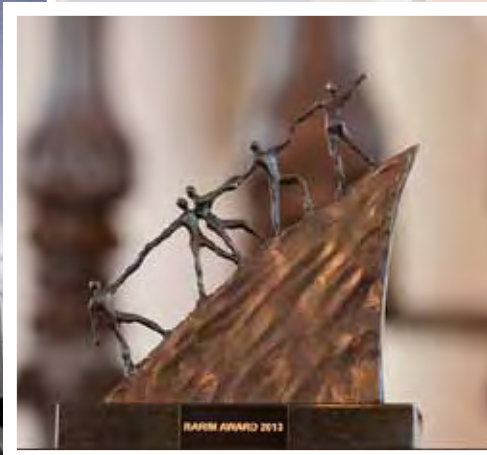
*Annemarie Schouw, voorzitter NARIM*



*'Er is niets zo dodelijk als de attitude "zo moet het nu eenmaal". Wie daarin blijft hangen, komt niet verder.'*  
Paul Iske, keynote speaker



Meer sfeerimpressie? [www.narim.com](http://www.narim.com)



# Tot ziens bij het **FERMA Forum 2013!**

