

Jong geleerd is oud gedaan

**Lezing Richard Weurding, algemeen directeur Verbond van Verzekeraars
Uitgesproken tijdens Eye on Insurance (seminar van Ernst en Young) op 30 november 2011**

Alleen gesproken woord geldt.

Een boer vertrekt 's morgens om zeven uur met een mand met 30 eieren naar de markt 7 km verderop. Die eieren zijn gelegd door zijn 4 kippen, in 3 dagen. Hij verkoopt de eieren voor gemiddeld 11 cent per stuk tussen 09.00 uur en 15.30 uur. Bereken de prijs van het kippenvoer per gram.

Ik werd er vroeger op school helemaal wanhopig van. Herkent u dat gevoel? Nou, zo moeten veel mensen zich voelen als ze ineens gedwongen worden uit te rekenen of ze na een scheiding nog wel genoeg geld per maand hebben. Hoe het met hun pensioen zit? Hoe het verder moet met hun hypotheek ...

Waar ik naartoe wil is dat wat mij betreft financiële bewustwording en financiële educatie op de basisschool en in het voortgezet onderwijs thuis hoort. Verplicht – net als taal en geschiedenis en seksuele opvoeding sinds kort- en structureel geborgd. Als onderdeel van de kerndoelen. Onder het motto: jong geleerd is oud gedaan.

Duurzaamheid staat als thema centraal vandaag: duurzaamheid en verzekeren. Een onmisbaar element daarin is een kennissterke en mondige consument. Daarom houd ik vandaag bij u een pleidooi voor financiële educatie.

U zoals u hier zit, bent u meer dan de gemiddelde burger, bij financiële zaken betrokken. En ik denk dat u er ook meer van weet. Maar: hoe vaak bent u nou eigenlijk bezig met belangrijke financiële zaken en momenten in uw leven? Hoe vaak staat u stil bij de waarde van uw inboedel?

Of bij de gevolgen van de echtscheiding? En als u onverhoopt een en ander zou moeten uitrekenen, lukt u dat dan – al is het alleen maar bij benadering? Hoe vaak staat u stil bij bepaalde risico's die u loopt? Kunt u dat overzien? Maar weinigen is dat gegeven. Het is vaak complex, té complex en bovendien low interest.

Vandaag hebben we het over duurzaam verzekeren: wat is dat? Wat is daar voor nodig?

Duurzaam verzekeren grijpt in op de kern van het verzekeringsbedrijf. Solidariteit organiseren, risico's nemen, zekerheid bieden en vooral producten en diensten maken die aansluiten op de behoeften van de klant op een toekomstbestendige manier. Dat lukt alleen als de klant ook echt aan de knoppen kan zitten, en ook wil zitten. We moeten in mijn ogen dus van aanbod- naar een meer vraaggestuurde manier van werken.

Maar dat betekent ook dat de klant goed zou moeten weten wat hij nodig heeft, dat hij in staat is enig onderscheid te maken tussen essentiële 'basisbehoeften' op financieel terrein, en laten we zeggen de zaken die je nog eens onder het hoofdkussen moet leggen. Dat hij weet hoe risico's kunnen uitpakken. En vooral dat hij zich deskundig laat informeren en adviseren waar dat nodig is.

Duurzaam verzekeren, zo is mijn stelling/boodschap, is dus moeilijk, zo niet onmogelijk zonder 'consumer empowerment'. Zonder een klant die weet wat hij wil, die in staat is ons af te rekenen op basis van prijs/kwaliteit. En dat houdt in: financiële educatie van de klant.



Dat betekent niet zozeer de burger een 'lesje leren in verzekeren', maar vooral ook naar ons zelf kijken: naar onze producten, de manieren waarop we onze producten vormgeven en ze in de markt zetten.

Duurzaam verzekeren moet naast alle andere dingen ook inhouden dat klanten kritisch zijn en dat ze ons ter verantwoording roepen als we iets niet goed doen.

In de financiële opvoeding van de klant ligt daarom naar mijn mening een taak en verantwoordelijkheid voor ons.

Wat zien we nu om ons heen: de occupy-beweging. De bezetting van Wall Street in New York, the City in Londen en ook het Beursplein in Amsterdam. Ook een stukje verderop in Den Haag op het Malieveld. Geen pretje met de winter voor de deur. Hun boodschap is zonneklaar: Wij, de klanten, pikken het niet meer. De occupy-mensen zijn vast en zeker niet de gemiddelde klant, of om in de terminologie van de AFM te spreken, de 'maatmens.' Maar toch!

Occupy zie ik als een uiting van onvrede: het moet anders!

Ik onderschat Occupy niet. Ik zie haar als een uiting van de hang naar en behoefte aan duurzaamheid. En als een uitdaging voor hoe ook wij als financiële wereld onze koers moeten veranderen.

Duurzaamheid en onze sector

Ik durf de stelling aan dat verzekeren eigenlijk inherent duurzaam is. Allerhande risico's overnemen van burgers en bedrijven, zodat zij zich kunnen ontplooiën en weten dat hun oude dag qua financiën goed geregeld is. Zekerheid bieden voor de langere termijn zodat ondernemers zich met een gerust hart kunnen wijden aan hun kernactiviteiten. De maatschappij veiliger maken en verder helpen, bijdragen aan de gezondheid... Met andere woorden, verzekeren is de smeerolie van de economie, de maatschappij.

Duurzaamheid gaat over de kern van ons bedrijf: zekerheid bieden – ook op langere termijn – aan onze klanten.

"Wenn nichts ist gelungen, geht man in Versicherungen". Die uitspraak is veelzeggend. Maar dames en heren. Ik zit nu ongeveer 25 jaar in deze branche en ik durf de stelling aan dat er weinig sectoren zijn die zo breed zijn qua thematiek en zoveel raakvlakken hebben met maatschappelijk relevante issues als de onze. Veel van die zaken hebben relevantie voor de discussie over duurzaamheid. Ik loop bij wijze van illustratie een paar van die vele facetten langs:

Klimaat: verzekeraars dekken wereldwijd via rechtstreekse verzekeringen en via herverzekeringen jaarlijks vele miljarden schade t.g.v. natuurgeweld. Ze doen ook onderzoek naar toekomstige ontwikkelingen op dit terrein en proberen bewustwording te stimuleren. In eigen land is onze sector al jarenlang betrokken bij het vinden van oplossingen voor de verzekeraarbaarheid van het overstromingsrisico. Daar hebben we ook modellen voor gemaakt.

Milieu: er bestaat een breed scala aan verzekeringsproducten op dit terrein beschikbaar. Maar 'Moerdijk' leert dat we misschien nóg meer moeten focussen op preventieve prikkels om dit soort rampen te voorkomen .

Veiligheid: raakt ons zeer als issue, op allerlei terreinen. Niet alleen autoschades die goed moeten worden afgehandeld, maar ik doel meer op onze inspanningen in pps-verband met justitie en politie om criminaliteit aan te pakken.

Om de brandveiligheid en preventie te bevorderen; om de veiligheid op de weg en van het beroepsgoederenvervoer te verbeteren, en de veiligheid bij grote bouwprojecten

Gezondheid/inkomen: op dit terrein moet u denken aan vooral kwaliteit in aanbod, preventieve prikkels in verzekeringen, maar ook aan de verzekeraarbaarheid van chronisch zieken, van mensen met



hiv. Maar denk ook aan laagdrempelige inkomensbeschermende verzekeringsproducten voor startende ondernemers.

MVO: we steunen een micropensioen project in India (pps met overheid en pensioensector); een van onze leden steunt de ontwikkeling en bouw van een nieuwe KNRM-reddingsboot, veel verzekeraars steunen regionale sportclubs. Een van onze leden biedt gratis rechtshulp aan voetbalscheidsrechters na geweldpleging op of rond het veld

Beleggen: het belegd vermogen van de sector is zo'n beetje 350 miljard euro: qua duurzaamheid is dat een imposante strategische tool in handen van onze leden Op sectorniveau hebben we een nieuwe gedragscode beleggingen ontwikkeld die aansluit bij VN-uitgangspunten wat betreft duurzaamheid.

En dit, dames en heren, is nog maar een compacte bloemlezing.

Maar als het vandaag gaat om duurzaamheid, wil ik met u terug naar de relatie met de klant. De woekerpolisaffaire en de financiële crisis daarna hebben ons als sector ertoe aangezet ons te beraden op onze dienstverlening en onze koers om te gooien om een cultuuromslag te bewerkstelligen. In ons traject VerzekeraarsVernieuwen hebben we dat op drie pijlers gefundeerd:

1. oplossen van bestaande problemen;
2. zorgen voor structurele modernisering;
3. nadenken over en definiëren van (nieuwe) kernwaarden, te weten maatschappelijk betrokken zijn, zekerheid bieden en mogelijk maken (toekomstgericht).

Met als motief: alleen een duurzame relatie met klanten en met de samenleving zorgt voor een duurzame sector die gebaseerd is op vertrouwen.

Het is goed dat de VN aandacht van de sector vraagt voor duurzaamheid in verzekeringen, in financiële dienstverlening.

Het consultatiedocument dat de VN in maart dit jaar onder de titel "The principles for sustainable Insurance' heeft opgesteld, focust op drie aspecten waarop we duurzaamheid in onze sector kunnen en moeten realiseren: milieutechnisch, sociaal en governance.

Wat sociale aspecten betreft, stelt het document de intrigerende vraag: "How involved is your company (en wat mij betreft: de sector) in the provision of Insurance products and services to low-income people, people with disabilities and so on?" Het gaat hier om wat de VN noemen: social inclusion.

Wat mij betreft moet het document vooral ook de – volgens mij net zo belangrijke – vraag beantwoorden: hoe draagt de sector eraan bij dat consumenten in staat zijn financiële producten en diensten te begrijpen en daardoor ook goed te gebruiken? Dat is ook social inclusion.

Ik spits mijn verhaal daarom nu toe op het enorme belang van financiële educatie als we het hebben over het realiseren van duurzaam verzekeren.

Want, dames en heren: het staat vast dat grote groepen burgers financieel analfabeet zijn en financieel ongeïnteresseerd.

Wat zien we?

- **Eén op de 10 consumenten** noemt zich financieel analfabeet. Deze 10% probeert zich niet eens in financiële zaken te verdiepen. **(bron: Consumenten Monitor 2011)**



- **Ruim 30% van de Nederlanders** vindt het op dit moment moeilijker om hun eigen financiën te regelen, dan tien jaar geleden. Dit komt ondermeer doordat mensen meer eigen keuzes moeten maken op financieel terrein (kiezen van een zorgverzekering, complexiteit van financiële producten). **Mensen met een lager of middelbaar opleidingsniveau** zijn oververtegenwoordigd in deze groep.
(bron: Wijzer in geldzaken publieksmonitor 2010)
- Econoom Maarten van Rooij van de Universiteit Utrecht vond dat **de meeste Nederlanders het juiste antwoord niet wisten** op een aantal eenvoudige vragen over rente, inflatie en aandelen.
(bron: Wijzer in geldzaken)
- Meer dan de helft van de **vrouwen in Nederland** bevindt zich in een financieel kwetsbare positie. Uit onderzoek blijkt dat veel vrouwen zich vaak nauwelijks bewust zijn van die financiële risico's. Vooral niet-economisch zelfstandige vrouwen beschikken over minder financiële kennis en vaardigheden.
(bron: Wijzer in geldzaken)
- en **69 procent van de jongeren** vindt dat “Verzekeraars de klant bewuster moeten maken van risico's zodat klanten beter kunnen kiezen of ze een verzekering nodig hebben.” **(bron: Gfk in opdracht van het Verbond)**
- onderzoek heeft voorts aangetoond dat sommige toekomstige financiële problemen al zichtbaar zijn bij **kinderen van 8 jaar**. Of een kind later 'financieel vaardig' zal worden is vaak afhankelijk van de opvoeding. **(bron: Wijzer in geldzaken)**
- **Tweederde van de jongeren** vindt het moeilijk om met geld om te gaan. En ruim de helft vindt dat hun ouders hen de waarde van geld niet goed heeft bijgebracht. **(bron: Wijzer in geldzaken).**

Internationaal is het beeld overigens niet anders.

Dames en heren, als ik dit allemaal zo onder elkaar zie, en geloof me: er is nog veel meer onderzoeksmateriaal dat allemaal dezelfde kant op wijst, dan kan ik alleen maar concluderen: dit moeten structureel worden aangepakt.

Ja, en dan is natuurlijk de interessante vraag: wie dan?; hoe dan? Wie, welke partijen, hebben welke verantwoordelijkheid in het kader van duurzaam verzekeren en financiële educatie? Drie groepen. Wijzelf, de overheid en de burger. Ik zal ze alle drie aflopen.

Ik begin eerst maar eens met onze eigen rol. Wat doen we al, als verbond en als verzekeraars en als financiële sector?

Om te beginnen wil ik onze participatie noemen in het platform Wijzer in geldzaken, met prinses Maxima als voorzitter.

Daarin hebben we onze focus op drie programma's. Die voeren we uit samen met andere partners zoals de banken, het NIBUD, de Consumentenbond, AFM etc. Ze zijn gericht op de basisschool en het voortgezet onderwijs

1. Educatie – jong geleerd is oud gedaan
2. Zorgen voor later
3. Weet wat je besteedt

Ik geef een paar concrete en aansprekende voorbeelden:



- **Gastlessen:** zo ben ik zelf een paar weken geleden gastdocent geweest. We leren de leerlingen kritisch te kijken naar onze producten en laten de leerstof spelenderwijze (Fix je Risk) verwerken. Dit jaar geeft de financiële sector samen met de stichting LEF in totaal, zeker zo'n 1.500 à 2.000 gastlessen (m.n. in de Week van het Geld).
- We **debatteren met leerlingen** over nut en onzin van verzekeringen en houden een debatwedstrijd
- We zijn actief in de social media. Bijvoorbeeld in het virtuele **Habbo Hotel** waar ze risico's moeten leren ontdekken. We brengen spelboekjes uit over risico's en het voorkomen ervan
- We sponsoren een **poppenvoorstelling** over omgaan met geld en risico's
- We organiseren **Fix je risk** speurtochten naar risico's in een museum
- En volgende maand hebben we een **financiële educatie website** met informatie voor scholen, ouders, verzekeraars en niet te vergeten leerlingen die ook voor spreekbeurtmateriaal bij ons terecht kunnen.

Ik heb het dan nog niet over alle individuele initiatieven van onze leden.

Maar pas op: dit is maar een kant van het educatie verhaal. Er is nog een andere kant. Die andere kant is ons eigen gedrag, onze producten en onze informatievoorziening. We moeten ons eigen gedrag nog meer veranderen. Onze innovatiekracht en onze creativiteit in dienst stellen van de klant, diens empowerment. Onze producten makkelijker, begrijpelijker en toegankelijker, meer toegesneden op wat de klant kan. Product goedkeuringsprocessen zijn belangrijk; kortom ons instrumentarium moet handiger. Veel bedrijven hebben dat al of werken daaraan. Ik noem een paar recente voorbeelden vanuit de sector:

- a. Zie onlangs onze Mobielschademelden-app.
- b. Zie onlangs de Pensioenwijzer-app.
- c. Zie het Pensioenregister.
- d. Zie de interactieve 'polischeck'.

De andere partij in deze kwestie is de overheid. De overheid heeft ook een verantwoordelijkheid. Net als wij steunt de overheid Wijzer in geldzaken. Dat doet ze substantieel, en is dus een belangrijke partner.

De geldwinkelformule die minister Jan Kees de Jager verleden jaar lanceerde – een beetje analoog aan de rechtswinkels: komen we er daarmee wel? Ik vraag het me af.

Maar zet dat wel voldoende zoden aan de dijk? Ik ben bang van niet.

En dan heb ik wel een belangrijke vraag: een overheid die er onvoldoende voor zorgt dat haar burgers structureel financieel vaardiger worden is er toch mede verantwoordelijk voor dat veel burgers onvoldoende in staat zijn hun financiële huishouding te managen en in staat zijn over een langere horizon te beslissen?

Ik zie wat er nu gebeurt vooral als een soort vrijwilligerswerk. Op deze manier blijft financiële educatie op z'n best te vergelijken met amateurvoetbal. Er is meer nodig om financiële educatie echt van de grond te krijgen.

Ik pleit daarom voor (permanente) en reguliere financiële educatie in het onderwijs als elementair en onmisbaar onderdeel van het programma. Ondergebracht dus in de kernleerdoelen.

Een financieel beter onderlegde burger is een belangrijke schakel in een duurzame financiële dienstverlening. Misschien is dat wel belangrijker dan alle toezichthouders, publiekprivate partners en consumentenprogramma's bij elkaar.

De cijfers die ik noemde, het is niet nieuw. Het is dan ook een buitengewoon serieuze vraag hoe het komt dat dit onderwerp intussen niet al lang hoog op de politieke agenda staat. Wij pleiten er voor. Ik weet dat het NIBUD er al twintig jaar geleden voor heeft gepleit. Het ministerie van Financiën is



voorzitter. Wat mij betreft mag de Kamer zich harder opstellen om ook het ministerie van OC&W in beweging te krijgen die kerndoelen uit te breiden met financiële educatie.

Ik kom ten slotte ook bij de burger zelf uit. Nu kijkt hij argwanend naar onze sector/de financiële sector, en wijst ons op fouten die wij maken. Dat dwingend oog van de consument heeft ons zeker in beweging gebracht. En houdt ons scherp. Dat is belangrijk! Maar ook hier geldt een andere kant.

Als we echt werk gaan maken van betere informatievoorziening, meer klantgemak, betere producten die zijn aangepast op de wensen van de klant, en als hij straks inderdaad educatie krijgt aangeboden, mag van hem gevraagd worden om ook zelf in beweging te komen. De consument heeft ook een eigen verantwoordelijkheid.

Ik rond af.

Duurzaam verzekeren is nodig. Geen twijfel mogelijk. Een belangrijk onderdeel om duurzaam verzekeren een succes te laten worden is het vuur aanwakken onder de financiële educatie van de consument. Sector, overheid en onderwijs: We moeten gezamenlijk inzetten op een nieuwe financiële 'aap-noot-mies'.

Dank u wel.