



'Natuurlijk leverde
Achlum prachtige
exposure op'

Achlum: meer dan een mediaspektakel

De staat en de toekomst van Nederland. Daar ging het om tijdens de Conventie van Achlum in mei van dit jaar. Op zes thema's werd innovatie bepleit. Achmea-voorzitter Willem van Duin kijkt terug. "Een stabiele samenleving gaat mij oprecht aan het hart."

Het stoort Willem van Duin niet wanneer wordt gezegd dat de Conventie van Achlum in de eerste plaats een marketingtruc was. "Wij zijn en blijven een commerciële organisatie en natuurlijk is het prachtige exposure voor ons bedrijf. Maar het was veel meer dan dat. En dat hebben de mensen gevoeld." Toch kwamen er kritische noten. Hoeveel dat nou kostte om spreker Bill Clinton in te vliegen? "Meer dan een boekenbon", was het antwoord van Van Duin. Achteraf zegt hij: "Die vraag viel helemaal weg in het geheel van die dag. In de kerk, in gymzalen, in huiskamers zijn zoveel mooie dingen gebeurd. Het hele dorp deed mee en er waren bezoekers uit alle lagen van de samenleving."

In zijn kamer van het Eureko/Achmea-hoofdkantoor in Zeist kijkt Van Duin terug op de Conventie van Achlum: de manifestatie in het Friese dorpje waar de roots van het grote Achmea liggen. Op zijn bureau het vuistdikke boek over tweehonderd jaar Achmea, dat hij die avond zal aanbieden aan Jan Peter Balkenende. Ook daarin, hoewel niet expliciet, aandacht voor de thema's die in Achlum centraal stonden: mobiliteit, gezondheid, pensioen, arbeidsparticipatie, veiligheid en solidariteit. Over de toekomst van deze thema's en daarmee over de toekomst van de Nederlandse samenleving werd in Achlum gedebatteerd. Waarom neemt de verzekeraar deze rol eigenlijk op zich? Is het maken van goede producten, het innen van premies en het uitkeren van schades al niet moeilijk genoeg gezien

de vertrouwenscrisis waarin we ons bevinden? In het jaarverslag over 2008 schreef Van Duin zelf nog: "Wij hebben deze crisis uiteindelijk met z'n allen zelf veroorzaakt. Wij allen, die tezamen de gaandeweg dolgedraaide consumptiemaatschappij vormen."

Nu zegt hij: "In 2009 hebben wij heel nadrukkelijk onze positie in de markt opnieuw bepaald. We hadden een groot verlies geleden en zijn onze strategie gaan herijken. Die kwam er, naast het feit dat we goede producten willen maken en onze klanten goed willen bedienen, op neer dat we ons nog meer bewust van onze maatschappelijke verantwoordelijkheid moeten zijn en die

'De Agenda van Achlum is volkomen apolitiek'

meer moeten uitdragen. We deden altijd al erg veel op dit terrein, maar wij zijn naar onze aard wat ingetogen en dat is niet altijd verstandig. Op deze manier kunnen we laten zien dat verzekeraars ook veel goeds doen, dat we een bijdrage leveren aan de samenleving. Onze ambitie is om de meest vertrouwde verzekeraar te worden. Wij willen in verzekeringsland zijn wat Rabobank is bij de banken." Dat klinkt als een gooi naar marktleiderschap op het terrein van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Van Duin: "Marktleiderschap is geen doel op zich, maar de facto zijn we dat al snel vanwege onze omvang. Dankzij die omvang is de vraag of de resultaten van onze inspanningen allemaal aan ons bedrijf ten goede komen, minder prangend."

Verwachten de polishouders van een verzekeraar dat hij zich op deze schaal als maatschappelijke speler manifesteert? Van Duin: "Een deel van onze klanten heeft gewoon een product bij ons en klaar. Maar een groot deel van onze klanten

kiest voor ons omdat we een ander soort profiel hebben, een coöperatie zijn op solidaire basis. Dat blijkt wel uit onze klantenraden op product-niveau en de vereniging Achmea.”

Eigenbelang

De manifestatie in Achlum resulteerde in de Agenda van Achlum: een lijst van actiepunten die Achmea zichzelf ten doel stelt naar aanleiding van de discussies en debatten die tijdens de conventie zijn gevoerd. Bijna een partijprogramma, maar dat ziet Van Duin beslist niet zo. “Wij zijn volkomen apolitiek”, stelt hij. Waarom die lijst dan werd aangeboden aan staatssecretaris Henk Bleker van Economische Zaken? “Onze agenda bevat geen politieke standpunten. Al is het wel zo dat het belang van de samenleving en het belang van onze business op een aantal terreinen samenvallen. Dat je dan een vertegenwoordiger van die samenleving betreft bij je ambities, hoeft niemand te verbazen”, aldus Van Duin. Hij vervolgt: “Wanneer mensen meer verantwoordelijkheid nemen voor hun eigen gezondheid, langer door kunnen werken, hun huizen veiliger maken, enzovoort, dan komt dat iedereen ten goede. Dat is het soort solidari-

teit dat wij proberen te stimuleren. De schadelast blijft dan beheersbaar en de premies betaalbaar. In alle gevallen wordt preventie belangrijker en het stimuleren van mensen om verantwoordelijkheid voor hun eigen gezondheid, financiën en veiligheid te nemen. Als verzekeraar zul je diensten in die richting moeten ontwikkelen. Daarmee stellen we onze klanten in staat om solidair te zijn. Denk bijvoorbeeld aan de preventiewinkel van Interpolis. Maar ook maakt Centraal Beheer al jaren een boek over arbeidsvoorwaarden en is ze constant in gesprek met werkgevers over nieuwe concepten om verzuim tegen te gaan.” Ook noemt hij het recent opgezette investeringsfonds voor zorginnovaties waar Achmea 50 miljoen in stopt: een gespecialiseerde vermogensbeheerder gaat gericht op zoek naar ondernemingen die veelbelovende beginnende technieken en behandelingen aanbieden voor aandoeningen zoals hartfalen, longziekten, diabetes, kanker en dementie.

Welbegrepen eigenbelang noemt Achmea dat: initiatieven lanceren waar de klant, de samenleving en ook het eigen bedrijf beter van worden. Die commerciële lading maakt dat maatschappe-



lijk verantwoord ondernemen geen politiek kán zijn, al was het maar uit klantbehoud. Groepen mensen voor het hoofd stoten door kleur te be-kennen is natuurlijk niet opportuun. Maar is het denkbaar dat het concern een politieke partij ondersteunt die met een briljant idee komt dat aansluit op de Agenda van Achlum? Van Duin: "Nee, dat is niet denkbaar. Wel zijn wij altijd bereid om onze expertise ter beschikking te stellen. Niet alleen aan de politiek, maar aan iedereen die onze solidaire intenties deelt."

Papadag

We komen op het thema arbeidsparticipatie. Dat spitste zich in het debat in Achlum toe op de deelname van vrouwen aan het arbeidsproces en de combinatie werken en zorgen. "Ik had zelf vroeger geen papadag", zegt Van Duin. "Wel werkten wij beiden en ging ik net zo goed met de kinderen naar het consultatiebureau. Op enig moment werkte ik binnen Achmea op een afdeling waar veel mensen met kleine kinderen zaten. Daar is weleens wat mee, een oorontsteking of een griepje. Regel het goed, zei ik dan, en kom daarna met een gerust hart naar kantoor. Dan begin je misschien om elf uur, maar dat vond ik dan niet zo erg. Een werk-privébalans waar medewerkers zich goed bij voelen, hebben wij als bedrijf altijd belangrijk gevonden. Wij hebben binnen Achmea een zeer verzorgd arbeidsvoorwaardenpakket. Wanneer je iets van dit thema wilt vinden, is het natuurlijk ook wel makkelijk als je zelf het goede voorbeeld geeft."

Interessant, want hoe ziet hij in dat kader de ontwikkeling van de woekerpolisaffaire? Kun je de mond vol hebben van solidariteit terwijl intussen je klanten met de gevolgen van een slecht product worden geconfronteerd? Van Duin: "Wij hebben een royale afdeling opgezet om dit op te lossen en de kwaliteit van onze oplossing behoort tot de beste in de markt. Wij kunnen de tijd niet terugdraaien maar doen er wel alles aan om deze mensen te helpen. Daar hoort bij dat we het compensatiebedrag direct in de polis storten en niet wachten tot de einddatum, zodat onze klanten direct duidelijkheid hebben. Klanten behouden daarbij de mogelijkheid om na compensatie alsnog over te stappen naar een ander product."

Populisme

Tijdens de Conventie van Achlum sprak Van Duin over de vergroving en verharding van de samenleving. Hoe ervaart hij die zelf? "Ik merk natuurlijk om me heen ook de polarisatie en het populisme", begint hij voorzichtig. "Er is weinig bereidheid om je echt in de ander te verdiepen. Mensen nemen geen blad voor de mond en voeren te vaak discussies zonder gehinderd te worden door kennis van de inhoud. Wij willen graag helpen om de inhoud aan te dragen en op basis

daarvan een zinnig gesprek te voeren." Een stabiële samenleving gaat hem oprecht aan het hart, zegt hij. "Niet alleen als voorzitter van dit bedrijf, maar ook als burger. Als je die innerlijke overtuiging niet hebt, dan komt het niet over. Dan kan je wel wat roepen op een podium, maar dan gelooft niemand je."

Achmea-initiatieven waar hij trots op is: de Stichting Achmea Slachtoffer en Samenleving, de ondersteuning van Stichting Lezen en Schrijven van prinses Laurentien die alfabetisering promoot, de Young Drivers Academy van InShared (rijbewijs, auto en vervolgtraining in één) en de Stichting Zorg binnen bereik die zich richt op de kwaliteit van leven van chronisch zieke patiënten.

Zweverig

De Conventie van Achlum was zeer inspirerend zegt hij. "De harten van onze mensen gaan niet sneller kloppen van winstmaximalisatie. Zij willen bijdragen aan een groter geheel en zijn er trots op om bij ons te werken. Op ons medewerkerstevredenheidsonderzoek kregen wij vorig jaar een respons van 85 procent. Dat is niet in elk bedrijf het geval." Die betrokkenheid blijkt

'Discussies worden gevoerd zonder gehinderd te worden door kennis van de inhoud'

ook uit het feit dat Achmea-medewerkers veel aan vrijwilligerswerk mogen doen, het bedrijf stelt daar op jaarbasis enkele dagen voor beschikbaar. Onlangs nog konden medewerkers zich aanmelden voor een avondje koken en bedienen in een van de Resto's VanHarte: een aantal restaurants in Nederlandse wijken waar mensen goedkoop en gezond met elkaar kunnen eten. Van Duin: "Een op de drie Nederlanders voelt zich eenzaam. Dat kun je je toch niet voorstellen? Door samen te eten probeert Resto VanHarte iets van de sociale cohesie terug te brengen. Veel van onze medewerkers hebben zich daar voor aangemeld." Ook de Raad van Bestuur draaide een avond mee.

En hoe draagt dat dan weer bij aan de thema's van Achlum? "Niet alles hoeft ergens toe te leiden en wat op te leveren", zegt Van Duin. "Alhoewel het altijd iets oplevert, in dit geval zingeving voor onze eigen medewerkers. Dat klinkt misschien zweverig, maar dat zijn we beslist niet." Zweverig? Nee hoor. Het klonk meer als welbegrepen eigenbelang. ■

Door: Jannie Benedictus