

Liesbeth van der Kruit van Achmea:

## ‘De gedrevenheid om het maatschappelijk netjes te doen is bij ons erg aanwezig’

In juni 2012 was verzekeraar Achmea koploper in de NCR Coöperatie Top 100. Met 6.900.000 klantleden is het bedrijf de grootste coöperatie van Nederland. Hoewel Achmea strikt genomen geen coöperatie is, is de verzekeraar zijn coöperatieve roots aan het herontdekken. Liesbeth van der Kruit legt uit wat de begrippen coöperatie, duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid voor de verzekeraar betekenen.

“Verzekeren gaat bij uitstek over duurzaamheid”, vertelt Liesbeth van der Kruit, directeur Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) van Achmea. “In essentie gaat het bij verzekeren namelijk om het veiligstellen van een toekomst voor iedereen. Daarnaast is verzekeren een georganiseerde vorm van solidariteit. Met elkaar delen we de risico’s die we alleen niet kunnen dragen. Hiermee sluit verzekeren naadloos aan bij de beginselen van de coöperatieve ondernemingsvorm: vooruitgang door samenwerking.”

### COÖPERATIEF EN SOLIDAIR

De coöperatie staat sinds een paar jaar weer cen-

traal bij Achmea. Van der Kruit: “Achmea heeft een aantal jaren geleden gekozen voor een revitalisering van haar coöperatieve identiteit. Dit betekent dat we uitgebreid gesproken hebben over de manier waarop we die coöperatieve achtergrond en traditie op een moderne manier weer tot leven wekken en hoe we daar naar kunnen handelen. We hebben geprobeerd de kenmerken van de coöperatie te vertalen in een hedendaags perspectief. Sleutelwoorden voor Achmea zijn hierbij solidariteit en vertrouwen.”

Van der Kruit. “Een bedrijf als Achmea is ontstaan vanuit de samenleving. Boeren die elkaar vonden om risico’s met elkaar te delen, werkge-

vers, werknemers. Dan is het logisch dat je als organisatie ook verantwoordelijk voelt voor nieuwe vraagstukken die leven in de samenleving. Sterker nog, omdat we geworteld zijn in de samenleving vinden wij dat we hier een tandje harder moeten lopen. Dat is niet altijd makkelijk. Maar de intrinsieke gedrevenheid om het maatschappelijk fatsoenlijk en netjes te doen is bij ons wel heel erg aanwezig.”

### POSITIEVE VERANDERINGEN

‘Het maatschappelijk netjes doen’ omvat volgens Van der Kruit een breed palet aan thema’s en is- sues. Vanuit MVO-perspectief worden die bena-

derd op basis van de rol die Achmea heeft: “De eerste rol is die van verzekeraar en belegger. Wat doe je vanuit je core business met duurzaamheid? De tweede rol is die van werkgever en de derde is die van maatschappelijke speler. Het begint bij hoe we met onze klanten omgaan en eindigt bij wat we terug kunnen doen voor de samenleving.”

De coöperatieve traditie staat in het teken van vooruitgang en emancipatie, zegt Van der Kruit, daarom wil Achmea graag een rol spelen in het waarmaken van positieve veranderingen. “Daarover willen wij graag met onze klanten en andere stakeholders de verbinding zoeken door de dialoog aan te gaan. Dat past ook goed bij het coöperatieve gedachtegoed gebaseerd op het ‘samen sta je sterker’ beginsel’. We hebben net het dialoogplatform “Volgens Nederland” gelanceerd, waarop we debat organiseren over kwesties die hoog op de maatschappelijke agenda staan. Ook in ons beleggingsbeleid is een belangrijke rol voor dialoog ingeruimd. Natuurlijk sluiten wij ook som-

mige beleggingen uit, zoals in tabak, kernwapens en notoire schenders van mensenrechten. Maar het is belangrijker en effectiever dat je invloed hebt op het gedrag van bedrijven dan dat je straffen uitdeelt. Bij Achmea noemen we dit ‘enhanced engagement’. Daarbij gaan we over specifieke thema’s zoals bijvoorbeeld fraude, dierproeven en kinderarbeid in gesprek met ondernemers. Deze bedrijven krijgen drie of vier jaar de tijd om te voldoen aan de eisen die we aan ze stellen. In dit traject zie je een enorme bereidheid om positieve veranderingen te realiseren.”

### DIALOOG

De website [www.volgensnederland.nl](http://www.volgensnederland.nl) geeft de dialoog met de klant een nieuwe impuls. Deze website faciliteert discussies over de thema’s werk, mobiliteit, veiligheid, pensioen en gezondheid. Van der Kruit: “Tijdens de Conventie van Achlum in 2011 hebben we de grote maatschappelijke thema’s waar we als verzekeraar mee te maken hebben op de agenda gezet. Wij willen onze verantwoordelijkheid nemen, we kunnen deze thema’s niet alleen aanpakken. Daarvoor willen we wel weten wat er in de samenleving leeft, wat mensen bezighoudt en vooral ook wat zij vinden. De maatschappelijke dialoog is voor ons essentieel. De website, en de huiskamer gesprekken die we organiseren zijn een belangrijk instrument om die dialoog te voeren.”

### DUURZAAM VERZEKEREN

Als enige Nederlandse verzekeringsmaatschappij heeft Achmea de afgelopen drie jaar meegedraaid in de Insurance Group van de UNEP FI. Deze Insurance Group heeft de PSI (Principles for Sustainable Insurance) opgesteld: een soort normenkader voor duurzaam verzekeren. Van der Kruit: “De insteek van de principes was: hoe kunnen we vanuit verzekeren een bijdrage leveren aan de bestrijding van klimaatverandering. Later is dat breder gedefinieerd. Zo is ook het ‘fatsoenlijk en netjes’ zaken doen met klanten opgenomen in de principes. Het gaat dan bijvoorbeeld om transparant zijn over beloningen aan intermediairs, kostenstructuren en als verzekeraar alleen verzekeringen aanbieden die klanten echt nodig hebben. Kortom: het klantbelang centraal zetten. Dat is iets waar Achmea voor staat. De PSI gaan erover dat je de goede dingen wilt verzekeren, maar vooral dat je positieve ontwikkelingen wilt stimuleren.” Dat gaat van klimaat- en milieuvraagstukken tot sociale duurzaamheid en governance. Van der Kruit legt uit: “Wij willen onze rol als risicokenner en risicobeheerser inzetten om de wereld een stukje beter te maken. Hierbij gaat het vooral om ketenverantwoordelijkheid. Op welke wijze kunnen we bijvoorbeeld met onze verzekeringen bedrijven stimuleren een beter milieubeleid te voeren, een sociaal personeelsbeleid te realiseren of de CO<sub>2</sub>-uitstoot te beperken.”

Inmiddels hebben andere Nederlandse verzekeringsmaatschappijen als Aegon, Delta Loyd en Zwitserleven ook hun handtekening gezet onder de principes. Van der Kruit: “Vervolgens moeten we die principes vertalen naar praktisch beleid. Ze sluiten mooi aan bij het MVO-beleid van Achmea, maar er zitten ook een paar dingen in die we met elkaar wereldwijd moeten ontdekken. Hoe kun je als verzekeraar in je risicobeoordeling onderwerpen als klimaat of arbeidsomstandigheden een plek geven? Want we weten dat het risico’s zijn en dat het uiteindelijk geld kost. Maar hoe doe je dat nou? We gaan internationaal in gesprek om een systematiek te ontwikkelen om dit te beoordelen.”

### VRUCHTBARE VOEDINGSBODEM

Duurzaamheid en coöperaties, het is een logische combinatie stelt Van der Kruit. “Als coöperatie zit het een beetje in je genen dat je extra oog hebt voor belangen die niet direct het meeste opleveren in geld. Je horizon is breder en verder dan winst. Daar komt uit voort dat bedrijven gestoeld op een coöperatieve leest meer oog hebben voor duurzaamheidsaspecten. Het is echter niet het unieke domein van de coöperatie. Bedrijven als Unilever, Akzo Nobel en DSM zijn in hun sector toonaangevend op duurzaamheidsvlak. Ik denk alleen wel dat de voedingsbodem voor duurzaamheid vruchtbaarder is bij coöperaties.”

