

Friesland Bank: 'Groeien dankzij mond-tot-mondreclame'

Bancaire kennis is te leren, maar boerenbloed in de aderen heb je wel of niet. Friesland Bank kiest voor zijn buitendienst uitsluitend mensen van agrarische komaf en met een agrarische vooropleiding. En als het even kan, krijgt de Friese veehouder een Friessprekende accountmanager. Met zijn formule scoort Friesland Bank hoge ogen bij veehouders.



Friesland Bank is inmiddels een beduchte concurrent geworden van de grote banken. In de eerste helft van dit jaar bedroeg de groei in de agrarische sectoren 15 procent. In de vier jaren daarvoor ging het jaarlijks ook al om 10-15 procent. Inmiddels heeft de bank 250.000 klanten, waarvan zo'n 10 procent uit (of een link heeft met) de agrarische sector. Volgens Jacob van Dijk, directeur agri, onderscheidt Friesland Bank zich van de concurrentie op de instelling van zijn specialisten 'in het veld'. Zij spreken de taal van de boer. "Wij willen het persoonlijke

contact met onze relaties intensiveren", benadrukt Roelof Jacobi, senior specialist agri. Qua tarieven wil Friesland Bank marktconform zijn, maar qua advisering wil de bank uitblinken. Ook de naam is een pluspunt denkt Van Dijk. "Friesland wordt geassocieerd met eerlijk, nuchter, geen poeha, en afspraak is afspraak. Die mentaliteit willen wij uitstralen."

Acquisitie

Agrarische advertenties van de bank zal men zelden aantreffen. Van Dijk: "Je kunt nooit sneller acquireren dan via je netwerk. Wij werken

bijvoorbeeld veel samen met andere bedrijven, zoals accountants en veevoerfirma's. Als boeren bij hen met vragen komen, is er geen betere reclame dan hun aanbeveling: 'vraag ook eens

een offerte aan bij Friesland Bank'.

Buiten Friesland zal de bank nog aan zijn bekendheid moeten werken. "Daar moeten wij boeren overtuigen dat wij een blijvende partij zijn", zegt Jacobi. Daarom staat Friesland Bank sinds kort op de landbouwbeurzen en heeft de bank zich het afgelopen jaar voor het eerst gewijd aan het op grote schaal verzorgen van lezingen op boerenavonden. Nee, de hand-outs van de lezing krijgt de veehouder niet meteen mee. Die worden later door de accountmanager thuisgebracht.

Veehouders weten de non-nonsens-aanpak te waarderen. Via mond-tot-mond-reclame hoopt Friesland Bank zijn marktaandeel in de agrarische sector boven de grote rivieren in de komende vijf jaar tijd te verdubbelen naar 4 tot 5 procent. (In Friesland is het marktaandeel 20 procent). Komt Zuid-Nederland al in zicht? Van Dijk: "Die ambitie hebben wij voorlopig voor de agrarische sector niet. Nog afgezien van het mentaliteitsverschil, lukt het ons thans onmogelijk om zo'n groot rayon te bedienen."

Jacob van Dijk (r) en Roelof Jacobi.



Bedrijfsgegevens

Hoofdkantoor: Leeuwarden
Nevenvestigingen: 24 in Friesland, 7 in andere delen van Nederland
Aantal medewerkers: 1.000
Aantal agrarische specialisten: 60 (30 in de buitendienst)
Aandeel agrarische activiteiten: 25 procent
Werkgebied: Nederland, boven de lijn Enschede, Utrecht, Amsterdam
Omzet: 10 miljard euro
Historie: In 1913 opgericht als Coöperatieve Zuivelbank. De Coöperatieve Zuivelbank sloot zich aan bij de Coöperatieve Centrale Raiffeisenbank. Eind jaren '60 ging de bank zelfstandig verder en in de jaren '70 werd de naam veranderd in Friesland Bank.

Univé: 'Trots op agrarische roots'

De van oudsher stevige binding met de land- en tuinbouw draagt ongetwijfeld bij aan de hoge scores die deze verzekeringsmaatschappij krijgt van veehouders. Eind negentiende eeuw bundelden boeren hun krachten om de toenmalige landbouwcrisis het hoofd te bieden. Overal in het land werden onderlinge waarborgmaatschappijen opgericht. Die agrarische binding is gebleven tot op de dag van vandaag.

Cor Ensing.



Boeren maken nog altijd voor een belangrijk deel de dienst uit bij Univé – zij hebben zitting in de regionale en landelijke besturen die de organisatie kent. "Wij hebben graag boeren in onze gremia. Zij zijn gewend om in lange termijnen te denken, een seizoen verder te kijken of een generatie vooruit. Boeren worden niet geregeerd door de waan van de dag. Werken aan continuïteit op de langere termijn is wat boeren in zich hebben", zegt Cor Ensing, algemeen

directeur van Univé Drenthe-Overijssel. Boeren vormen ook nog altijd een aanzienlijk deel van de klanten (zie kader). Ensing schat dat 40 tot 45 procent van de agrarische ondernemers een of meerdere verzekeringen heeft lopen bij Univé.

Franchiseformule

Een tweede sterk punt is de franchiseformule die Univé hanteert. Het 'Univé-imperium' bestaat uit 33 zelfstandige, regionale onderlinge

waarborgmaatschappijen, die elk hun eigen beleid voeren en verantwoordelijk zijn voor de activiteiten in hun gebied. Dat heeft voordelen: "Als ik een makelaar in loondienst neem, loopt zijn ondernemerschap terug. Ofwel, als men zelf verantwoordelijk is voor zijn bedrijf, dan neemt het ondernemerschap toe", illustreert Ensing. Zijn regio-onderneming omvat 4 verzekeringskantoren, 5 makelaardijen met hypotheekkantoor en dochterbedrijven in Duitsland en Zwitserland.

De afzonderlijke maatschappijen profileren zich sterk in de eigen regio. Er worden lokale activiteiten gesponsord en ledenvergaderingen georganiseerd, met naast een inhoudelijk deel ook vermaak. "Afgelopen jaar hadden wij bijvoorbeeld Bram Moszkowicz als spreker." Contacten met de klanten zijn belangrijk voor Ensing. "Voor wie wil, krijgt hier gewoon de directeur te spreken. De landbouw is een apart specialisme binnen Univé en vraagt om een aparte benadering.

Buitendienstmedewerkers zonder boerenbloed treffen we onder hen niet aan. Onder de agrarische adviseurs ook geen 'snelle jongens'. Directe verkopers matchen niet met de agrarische doelgroep, die meer dan de gemiddelde MKB'er waarde hecht aan traditionele normen en waarden. Bovendien moet de adviseur zich kunnen verplaatsen in de 'seizoen-' en 'generatiegedachte'. Daarnaast rekruteert de verzekeringsmaatschappij zijn medewerkers het liefst in het gebied waar ze werken. Vanwege het regiogevoel dat Univé en zijn medewerkers willen uitstralen. Zijn aanpak levert Univé een mooie cijferlijst op.



Bedrijfsgegevens

Structuur: Univé is een coöperatieve vereniging, met daaronder 33 zelfstandige onderlingen (in totaal 150 vestigingen).
Rayon: Nederland
Aantal medewerkers: 3.200 (waarvan 1.500 bij de regionale onderlingen)
Aantal agrarische specialisten: 145 (binnen- en buitendienst)
Omzet: 8 miljard (merendeel zorgverzekeringen)
Aantal agrarische leden: 13.000
Historie: Eind 19e eeuw richtten boeren overal in het land onderlinge waarborgmaatschappijen op. Univé ontstond uit een fusie van NOVO en Verzekeringen DLG (1991). In 1992 gaat zorgverzekeraar Noord-Holland Noord op in deze combinatie en in 2007 fuseert Univé met VGZ-IZA-TRIAS.