

CUMELA VERZEKERINGEN
VERDUBBELT OMZET

De sector verzekerbbaar houden

Tekst en foto:
Toon van der Stok

In zeven jaar tijd wist Cumela Verzekeringen de omzet te verdubbelen. Niet als doel op zich maar wel om een sterkere speler te worden op de verzekeringsmarkt om daar te strijden voor goede verzekeringen voor cumelabedrijven. Noodzakelijk nu de grote verzekeraars vooral kijken naar risico's en rendement. Moeilijke risico's accepteert men alleen nog via grotere gespecialiseerde adviseurs.



De cumelasector verzekerbbaar houden, dat zien Marcel Elferink als voorman van de buitendienst van Cumela Verzekeringen en directeur Ralph de Hart als belangrijkste taak voor dit bedrijfsonderdeel van Cumela. Om dat te kunnen, wilden ze tussen 2014 en 2024 de omzet verdubbelen en marktleider worden onder de cumelaleden. Een uitdaging die afgelopen jaar al werd gerealiseerd. Bij de start van dat plan had Cumela Verzekeringen een marktaandeel van ongeveer twintig procent, schat De Hart in. "We hebben ons toen afgevraagd hoe hoog dat zou moeten zijn om bij

**'WE WILLEN ONS BLIJVEN ONDERSCHIEDEN
MET PERSOONLIJK CONTACT'**

verzekeraars als tussenpersoon werkelijk een rol te kunnen spelen. Als antwoord kwamen we op veertig procent en dat betekende dat we onze omzet moesten verdubbelen. We hebben dat zeker nodig, want verzekeringsmaatschappijen vinden de cumelasector natuurlijk maar moeilijk. Voor hen werken we vooral met grote machines, die grote schades kunnen veroorzaken als we in de grond roeren of bijvoorbeeld groen afval verwerken. En als er één ding is waarvan verzekeraars niet houden, dan zijn het wel risico's die ze zelf niet goed kunnen inschatten."

RISICO'S BEPERKEN

De groei is uiteindelijk vooral gerealiseerd door bij bestaande klanten het aantal verzekeringen uit te breiden, blijkt uit de cijfers. Het aantal klanten is de afgelopen jaren namelijk maar met ongeveer twintig procent toegenomen, met een groei van ongeveer 900 naar circa 1100. De omzetgroei komt dus vooral van klanten die nu totaalklant zijn. Juist

dat past bij het doel van Cumela Verzekeringen om samen met klanten de risico's te beperken, stelt Marcel Elferink. "We willen ons in de markt blijven onderscheiden door dicht bij onze klanten te zitten met persoonlijk contact. Dus het frequent bezoeken van bedrijven, maar ook gewoon een medewerker op kantoor die weet wat we verzekeren, die telefoontjes van de klant niet alleen aanneemt maar ook kan beantwoorden en die schades af kan handelen. Alleen kan dat niet voor een bedrijf dat alleen een hakselaar of een enkele graafmachine bij ons heeft verzekerd. Wij gaan voor bedrijven die ons hun hele verzekeringspakket toevertrouwen. Dat geeft ons ruimte om een ondernemer en zijn bedrijf te leren kennen en samen niet alleen naar de polissen te kijken, maar vooral ook naar de risico's te kijken."

Nu de eerste groeidoelstellingen zijn gehaald, wil Cumela Verzekeringen zich vooral focussen op het verbeteren van de kwaliteit. Dat hoort ook bij de zorgplicht die de AFM ons nu oplegt, vertelt De Hart. "Als tussenpersoon moeten we steeds meer laten zien wat we doen voor de klanten. Daar hoort juist het zorgen voor een goede risicoanalyse bij. We willen regelmatig bij een bedrijf alle polissen en risico's nalopen om te kijken of prijs en condities nog passend zijn. Dan kun je ook bespreken welke risico je als ondernemer zelf wilt dragen en wat je wilt verzekeren. Dat is absoluut maatwerk en behoeft regelmatig bijstelling."

OMVANG HELPT

Het in kaart brengen van risico's en vooral zorgen dat de schades beheersbaar zijn, is de grote uitdaging voor de komende jaren, stellen De Hart en Elferink. "We hebben nu eenmaal te maken met een sector met grote risico's. Twee bekende voorbeelden zijn een rijtje huizen in Urk dat werd opgeblazen nadat een kraanmachinist bij riolerings-

NIEUWE DIRECTEUR

Naast Ralph de Hart heeft Cumela Verzekeringen nog een tweede directeur. Dit is Ron Krisman. Hij is verantwoordelijk voor Cumela Assuradeuren. Het volmachtbedrijf Cumela Assuradeuren kan voor de verkregen volmachten zelfstandig polissen opmaken en schades direct afwikkelen. Krisman gaat eind dit jaar met pensioen en inmiddels is zijn opvolger bekend. Dit is Roel Stevens, die nu nog werkt als directeur volmacht bij VCN Verzekeringen in Nuenen. Zijn inwerkperiode start op 1 september, waarna hij vanaf 1 januari alle taken van Krisman zal overnemen. Later zullen we hem uitgebreid voorstellen.

WAARDERING VOOR STOP DIEFSTAL

Om risico's te beperken, investeert Cumela Verzekeringen regelmatig in acties om schade te voorkomen, vertelt De Hart. "Zo hebben we eerder bijvoorbeeld al kabelzoekers en de trekkerbumpers gestimuleerd. Nu zijn we de grote aanjager van de Stop Diefstal-actie. Dat zijn zaken die verzekeraars echt waarderen, want er zijn bijna geen tussenpersonen die zoiets doen. Daaruit blijkt dan de grote kracht dat we onderdeel zijn van een brancheorganisatie. Samen hebben we in de markt een groot marktaandeel en kunnen we wat bereiken. Daarom zijn we ook zo blij dat bedrijven massaal meedoen, met als resultaat dat er dit jaar nog geen diefstallen zijn gemeld!"

werk een gasleiding had geraakt. De andere is de aanrijding van een trein met een kipper. Twee schades waarbij de uitgekeerde bedragen in de miljoenen lopen. Dankzij de omvang van onze portefeuille krijgen we dat bij de verzekeraar nog wel geregeld, maar dat moet niet te vaak voorkomen, want bij verzekeraars is de rekensom simpel: ze kijken hoeveel ze aan premie uit de cumelasector binnenkrijgen en hoeveel ze moeten uitkeren. Is dat te vaak negatief, dan is het heel simpel, dan stoppen ze er gewoon mee. Dat kunnen we niet te vaak hebben, want we hebben in Nederland met ASR, Nationale Nederlanden en Achmea nog maar drie grote verzekeraars waar we terecht kunnen met onze portefeuille. We zullen er dus met z'n allen aan moeten werken om de sector verzekeraar te houden. Dan helpt het als je via een grote portefeuille als tussenpersoon ook een belangrijke klant bent."

PERSOONLIJK BLIJVEN

Een andere uitdaging voor de komende jaren, is de digitalisering en automatisering, merkt De Hart. "Overall zie je tussenpersonen groter en minder persoonlijk worden. Alles gaat digitaal en kun je van achter de computer regelen. Dat is goed te doen voor eenvoudige verzekeringen, maar veel moeilijker voor het complexere werk waar wij mee te maken hebben. Daarbij willen we niet dat als je belt je bij een anoniem callcenter terecht komt. Als serviceorganisatie willen we juist persoonlijk contact met medewerkers die je bedrijf kennen en even wat meer tijd voor je hebben. Alleen moeten we kijken hoe we dat betaalbaar houden. Daarom is het in ons belang, maar ook in dat van de verzekerden, dat toch zoveel mogelijk digitaal gaat, zodat we tijd overhouden voor goed persoonlijk contact. Juist door ons contact en de kennis kunnen we namelijk echt van meerwaarde zijn.

'VOOR VERZEKERAARS IS HET EEN REKENSOM: ZOVEEL KOMT ER BINNEN UIT DE SECTOR EN ZOVEEL MOETEN ZE BETALEN'