

Ontgrijzen voor groen

Bijna de helft van de mensen met wie u om tafel zit staat open voor duurzaam verzekeren.

TEKST PAUL BURGER, MVO-ADVISEUR BIJ ANSVARIDÉA | BEELD HANS POPMA

Met ontgroening zijn we als samenleving denk ik wel een beetje klaar. Eerlijkheidshalve moet ik wel bekennen dat ik de onlangs uitgezonden serie op TV 'Feuten', waarin het wel en wee van het studentenkorps flink werd aangedikt zeer vermakelijk vond.

Ontgrijzing past denk ik meer bij deze tijd en wordt dan ook door een steeds groter deel van de bevolking omarmd. Met ontgrijzen bedoel ik eigenlijk vergroenen, waarbij grijs als basis fungeert. Maar door groene, duurzame en rode, menselijke details toe te voegen ontstaat er een olijfgroene kleur. Dit 'olijfje' functioneert net zo goed, maar voegt bovendien iets toe waar iedereen blij van wordt doordat het ons leefmilieu spaart en bijdraagt aan ons welbevinden.

Uit recent onderzoek blijkt dat er een significante stijging is van consumenten die aangeven te letten op de maatschappelijke rol en duurzaamheid van de aanbieders en bovendien bereid zijn om daar meer voor te betalen. In 2016 was dit 29 procent. Dit jaar is dat inmiddels gestegen naar 43 procent. Deze consumenten hebben daarbij wel zo hun ideeën waar die meerwaarde te beha-

len is. Tweederde tot driekwart let hierop vooral bij het kiezen van de energieleverancier en het kopen van voedsel in de supermarkt. Als het om verzekeren gaat denkt slechts 42 procent hieraan.

SLECHTS 42 PROCENT?

U leest het goed, 42 procent. Dus bijna de helft van de mensen met wie u om tafel zit staat open voor duurzaam verzekeren en een groot deel van hen is bereid daar zelfs iets meer voor te betalen! Natuurlijk, je moet wel duidelijk maken waar die maatschappelijke meerwaarde voor staat: dat ook de premie van een autoverzekering bij kan dragen aan de 450 miljard (Verbond over 2019) die wij gezamenlijk en desgewenst duurzaam beleggen. Dat schadeherstel duurzamer kan en dat zonnepanelen inclusief productieverlies mee-verzekerd kunnen worden. Maar ook dat bij deelgebruik het gereedschap van de buurman mee-verzekerd is en dat deelgebruik niet alleen goed is voor het milieu maar ook voor de eigen portemonnee en het creëren van kastruimte.

Bijkomend voordeel voor u als adviseur is dat u hiermee wat kleur geeft aan die door de consument toch als saai ervaren verzekeringen. Bovendien leert de ervaring dat deze groep bedachtzamer in het leven staat, minder schade veroorzaakt en niet alleen voor de laagste premie gaat.

Uw maatschappelijke betrokkenheid verbindt u met deze groep klanten, kan een inspiratiebron zijn voor uw nieuwsuitingen, geeft u waarschijnlijk persoonlijk meer voldoening en ja... het is helaas ook echt wel nodig!

En als u denkt, hier zitten mijn klanten echt niet op te wachten? Waarschijnlijk heeft u voor 58 procent gelijk. De andere kant van uw gelijk is dan dat u waarschijnlijk 42 procent van uw klanten niet datgene biedt waar zij eigenlijk wel op zitten te wachten. Vraag het gewoon eens bij een klant waarvan u denkt dat hij hiervoor open staat en probeer het een keertje. In het ergste geval loopt u een blauwtje. ■

'In het ergste geval loopt u een blauwtje'

KANSEN BIJ VERDUURZAMING

In de rubriek 'Duurzaamheid' onderzoeken Björn Jalving en Paul Burger van Turien & Co. kansen voor financieel adviseurs bij verduurzaming. Reacties zijn welkom op bjalving@turien.nl.