Zorgen om klimaatrisico’s

We maken een natte zomer mee in Nederland. Terwijl ik dit schrijf is een parkeergarage in Purmerend volledig ondergelopen. En ook in de rest van Europa is het weer dominant in het nieuws. Bosbranden, windhozen, hagelstenen zo groot als golfballen en overstromingen. Klimaatverandering is duidelijk zichtbaar en merkbaar. Daar moeten we ons tegen wapenen. En daar moeten we ons tegen verzekeren.

Nu dekken lang niet alle verzekeringen de schade als gevolg van de hiervoor beschreven klimaatverandering. Moet de klant daar zelf onderzoek naar doen of is dat onderdeel van de actieve zorgplicht van een assurantieadviseur? En geldt dit alleen bij het afsluiten van nieuwe verzekeringen of moet je de hele portefeuille daarop doorlichten? Voor de juristen onder ons zijn dat interessante casussen. Ik schat in dat de zorgplicht op dit punt ruim zal worden geïnterpreteerd. Het bespreken van het wel of niet gedekt zijn tegen de gevolgen van klimaatrisico’s mag je denk ik wel van een redelijk handelend en bekwame professional verwachten. Helemaal nu duidelijk is dat klimaatrisico’s nauwelijks nog een onzeker voorval zijn.

Maar ik wil me, als niet jurist, niet te veel mengen in wat juridisch nu wel of niet onder de zorgplicht valt. Het bespreekbaar maken van de gevolgen van klimaatverandering valt ook onder slim ondernemerschap en het handelen in het belang van de klant. Een business kans dus. De huidige weersomstandigheden in combinatie met de vakantieperiode bieden voor adviseurs een goed haakje om met de klant over verduurzaming in gesprek te gaan. Hoe was de vakantie? Nog last gehad van extreem weer? Ik kan me voorstellen dat klanten nu meer gevoelig zijn om maatregelen om te verduurzamen te nemen. Dus niet alleen kijken of de schade wel gedekt is, maar ook investeren in isolatie, zonnepanelen, warmtepomp etc… Maar hoe maak je dat efficiënt bespreekbaar?

We weten inmiddels wel dat klanten niet of nauwelijks reageren op nieuwsbrieven en mailtjes. Die zijn vaak onpersoonlijk en algemeen geformuleerd. Maar je kunt ook niet elke klant gaan opbellen of bezoeken. Je kunt wel een selectie maken (als je je klantdata op orde hebt tenminste) van klanten met een polis zonder standaarddekking van klimaatrisico’s en die actief wijzen op het ontbreken van die dekking. Je kunt ook een, bijvoorbeeld online, spreekuur opzetten voor vragen van klanten n.a.v. klimaatverandering. Je kunt klimaatrisico’s een vast onderdeel maken van de gesprekken die jouw adviseurs de komende weken gaan voeren met klanten. Zet vragen en antwoorden op je website. Maak via social media duidelijk dat klanten met vragen bij jou terecht kunnen en dat jij er voor kunt zorgen dat de volgende vakanties de klimaatrisico’s beter gedekt zijn.

Veel adviseurs vinden het lastig om met hun klanten over verduurzaming te spreken, zo liet onderzoek van de HAN afgelopen jaar zien. Vooral omdat adviseurs moeite hebben om hun toegevoegde waarde bij verduurzaming concreet te maken. Wat je dus wel al kunt doen is de klant actief bijstaan bij het afdekken van de risico’s van klimaatverandering. Gewoon omdat je jouw klanten daar echt blij mee kunt maken als ze de volgende keer toch weer naar het Gardameer of Rhodos willen.