

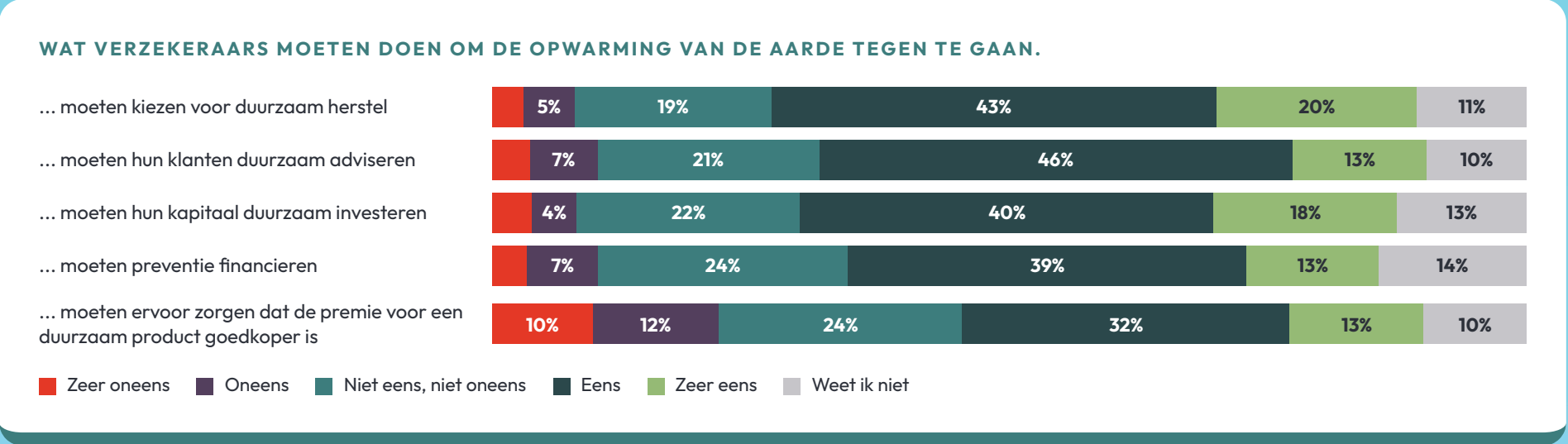
Nederlanders zien verzekeraar als aanjager van verduurzaming



Nederlanders verwachten van verzekeraars dat zij meer doen dan alleen het vergoeden van schade. Meer dan de helft van de Nederlanders vindt dat zij duurzaam moeten investeren, preventie moeten financieren en klanten moeten adviseren met bijvoorbeeld een woningscan. Daarnaast vinden de meeste Nederlanders dat verzekeraars bij herstel moeten kiezen voor duurzame en circulaire oplossingen zoals tweedehands onderdelen. Ook een lagere premie voor duurzame producten krijgt nog aanzienlijke steun (45% is voor en 22% is tegen). Steun voor duurzame maatregelen betekent echter niet automatisch dat consumenten zelf voor een duurzame verzekeraar kiezen. Voor de meeste Nederlanders blijven de premie en de kwaliteit van de dekking belangrijker dan het duurzaamheidsbeleid.

Duurzaam herstel krijgt de meeste steun

Van de voorgelegde maatregelen krijgt duurzaam herstel de meeste bijval. Bijna twee derde van de Nederlanders vindt dat verzekeraars bij schade moeten kiezen voor bijvoorbeeld isolatie, hergebruikte materialen en energiezuinige oplossingen. Daarmee gaat herstel voor veel mensen kennelijk niet alleen over het terugbrengen van een woning of voertuig naar de oude situatie. Er is ook draagvlak om het herstelmoment te benutten voor verbetering. Dat kan woningen energiezuiniger en mogelijk weerbaarder maken tegen toekomstige risico's en stijgende energiekosten.



Nederlanders zien daarin een adviserende rol voor verzekeraars. Bijna zes op de tien vinden dat zij klanten moeten helpen met bijvoorbeeld een woningscan die inzicht geeft in risico's en mogelijke maatregelen.

Iets meer dan de helft vindt bovendien dat verzekeraars preventieve maatregelen moeten financieren, zoals waterberging of funderingsonderzoek.

Ook het vermogen van verzekeraars moet aan het werk

Niet alleen in hun producten en dienstverlening, maar ook als investeerder krijgen verzekeraars een duidelijke opdracht mee. Bijna zes op de tien Nederlanders vinden dat zij hun kapitaal moeten investeren in bijvoorbeeld hernieuwbare energie, woningverduurzaming en duurzaam vervoer.

Lagere premie als positieve prikkel

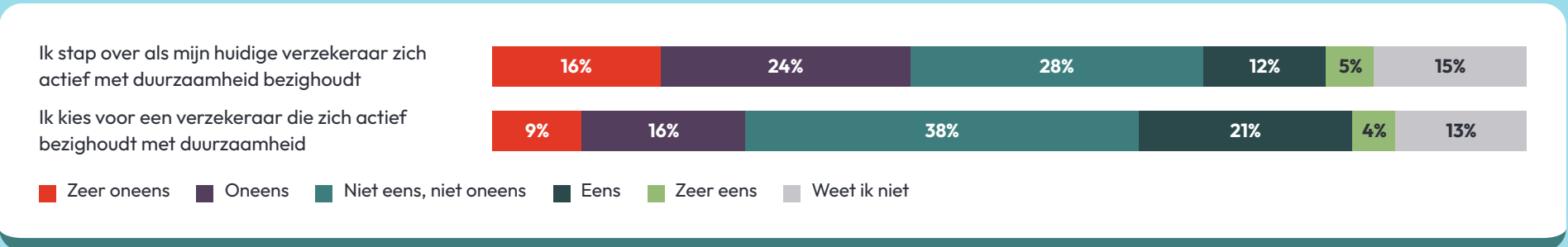
Ook via de premie mogen verzekeraars duurzaam gedrag stimuleren. Bijna de helft vindt dat de premie voor duurzaam product lager mag zijn dan die voor een vergelijkbaar, minder duurzaam alternatief. Denk bijvoorbeeld aan een elektrische auto tegenover een auto op fossiele brandstof.

De steun hiervoor is minder breed dan voor de andere genoemde opties, maar is met 46% nog altijd aanzienlijk. De uitkomsten laten zien dat veel Nederlanders een positieve prijsprikkel acceptabel vinden wanneer die een duurzame keuze aantrekkelijker maakt.

Op basis van dit onderzoek kan overigens niet worden vastgesteld of respondenten zelf elektrisch rijden. De uitkomst zegt dus vooral iets over het principe van premiedifferentiatie, niet over het eigen autobezit of directe financiële belang van respondenten.

Duurzaamheid telt mee, maar beslist niet

Het maatschappelijk draagvlak voor verduurzaming betekent nog niet dat consumenten hun verzekeraar er primair op selecteren. Een kwart zegt te kiezen voor een verzekeraar die zich actief met duurzaamheid bezighoudt. Een grotere groep, bijna vier op de tien, neemt hierover een neutrale positie in.



Tegelijkertijd vindt 57% de hoogte van de premie belangrijker dan het duurzaamheidsbeleid van de verzekeraar. Voor de kwaliteit van de dekking geldt hetzelfde: 59% stelt die boven duurzaamheid.

Daarmee ontstaat een helder onderscheid tussen wat Nederlanders van de sector verwachten en hoe zij zelf kiezen. Verzekeraars krijgen een breed maatschappelijk mandaat en misschien zelfs de opdracht om te verduurzamen, maar duurzaamheid vervangt de traditionele productvoorwaarden niet. Een duurzame verzekering moet in de ogen van de consument nog steeds betaalbaar zijn en een goede dekking bieden.

Waarden bepalen hoeveel ruimte verzekeraars krijgen

Achter de gemiddelden gaan grote verschillen schuil. Vooral waardenoriëntatie maakt uit (op basis van de Mentality duurzaamheidssegmentatie, voorheen Vijf tinten groener). Onder Verantwoordelijken vindt ruim acht op de tien dat verzekeraars duurzaam moeten investeren en bij schade duurzaam moeten herstellen. Onder Structuurzoekers is dat nog maar vier op de tien.

Ook bij de keuze van een verzekeraar loopt dit uiteen. Van de Verantwoordelijken zegt 39% voor een verzekeraar met een actief duurzaamheidsbeleid te kiezen, tegenover 14% van de Structuurzoekers. Waar de eerste groep sterk let op maatschappelijke verantwoordelijkheid en langetermijneffecten, kijkt de tweede vaker naar houvast, betaalbaarheid en praktische voordelen.

Maatschappelijke rol én goed product

De uitkomsten geven verzekeraars ruimte om hun rol in de energietransitie verder uit te bouwen. Die ruimte ligt vooral bij maatregelen die zichtbaar aansluiten op hun kerntaken: schade duurzaam herstellen, risico's voorkomen, klanten praktisch adviseren en via investeringen bijdragen aan verduurzaming.

Nederlanders moedigen verzekeraars aan om hun invloed te gebruiken, maar verwachten wel dat duurzaamheid onderdeel wordt van een goede en betaalbare polis. Het is voor verzekeraars zoeken naar opties om de twee te verenigen. Wellicht dat brancheafspraken of een regulerende overheid een bijdrage kunnen bieden.

Wil jij ook een thema of een vraag indienen voor het Energiepaper? Of heb je vragen of opmerkingen? Neem dan contact op met Gerard (g.vanderwerf@motivaction.nl) of Julia (j.pluim@motivaction.nl).