

Interview

Young InSurance BE

Spoedig de favoriete LinkedIn-groep van de jongere generatie in de sector?

Jongere verzekeringsprofessionals op sectorevenementen, het blijft veeleer uitzondering dan regel. Nochtans zijn ze evengoed als hun meer ervaren collega's tuk op netwerken. Dat blijkt uit het succes van Young InSurance in Nederland. Sinds kort is dit initiatief ook in België opgestart. "We willen collega's uit de verzekeringsbranche tot en met 35 jaar bij elkaar brengen. Met een waaier van activiteiten."

"Ik vergeet nooit die keer dat een vijftiger me op een verzekeringsevenement zijn leeg glas in de hand stopte, omdat hij dacht dat ik een ober was." Sjaak Schouteren – Manager Business Development bij Aon Risk Solutions en de Nederlandse initiatiefnemer van Young InSurance – legde meteen de vinger op de wonde bij aanvang van ons gesprek, waarbij ook Ellen Vael aanwezig was. Zij staat in het dagelijkse leven in voor Business Development bij Van Ameyde Group, en is de drijvende kracht achter Young InSurance in Vlaanderen. In Wallonië is die rol weggelegd voor Souana Moujoud, Deputy Risk & Insurance Manager bij Cockerill Maintenance & Ingénierie.

Waarom wijt je de afwezigheid van de jongere generatie op verzekeringsevenementen?

Ellen Vael: "Misschien hebben velen onder hen drempelvrees, omdat ze zich onwennig voelen tussen al die dames en heren die figuurlijk dan wel letterlijk vergrijsd zijn in het vak. Bovendien vinden veel evenementen overdag plaats; ik kan me indenken dat niet iedereen zomaar de toelating krijgt om ernaartoe te trekken, of bereid is er een snipperdag voor te nemen. Verder hangt er meer dan eens een vrij fors prijskaartje aan vast. Allicht zien vele werkgevers die investering niet zitten, laat staan de jongeren zelf. Wat er ook



van zij, naar mijn aanvoelen ben ik altijd de jongste. Op eender welk verzekeringsevenement."

Sjaak Schouteren: "In Nederland was de situatie niet anders, voordat ik 5 jaar geleden Young InSurance opstartte. Op marketingseminaries en soortgelijke manifestaties – ik ben marketeer van opleiding – lag de man-vrouwverhouding vrijwel op 50/50 en waren de meesten jonger dan 40. Op verzekeringsevenementen daarentegen helde de balans over naar 80/20 of zelfs 90/10, en bedroeg de gemiddelde leeftijd ongeveer 50 en soms zelfs meer. Dat bracht me ertoe een oplossing te zoeken die jongeren in het vak bij elkaar zou brengen."

Hoe heb je dat aangepakt?

Sjaak Schouteren: "Nachtenlang heb ik op LinkedIn cv's opgespoord van twintigers en vroege dertigers die ook in de verzekeringssector aan de slag waren. Een na een heb ik hen een eenvoudige uitno-

diging gestuurd: 'Je bent net als ik jong en actief in dezelfde branche, maar ik zie je nooit op een evenement. Laten we daar wat aan doen: sluit je aan bij Young InSurance.' In amper één maand tijd had ik 100 leden. Toen maakte ik me de bedenking dat snel een fysiek evenement georganiseerd moest worden. Anders zouden we de zoveelste LinkedIn-groep zijn waarbij velen zich aansluiten maar waaraan ze niets concreets overhouden. Daarop heb ik een piepklein cafeetje in Utrecht afgehuurd, gewoon om een babbel met elkaar te slaan. Liefst 60 man was die avond aanwezig. Het ging er heel gezellig aan toe, ook al moest iedereen toen nog zelf zijn of haar drankjes betalen."

Dat is intussen niet langer het geval?

Sjaak Schouteren: "Vrijwel meteen hebben zich spontaan sponsors uit de verzekeringsbranche en aanverwante sectoren aangeboden: 'Dit initiatief komt de carrière van jongeren ten goede, maar ook ons bedrijf en uiteindelijk eveneens

onze klanten', zeggen ze. Dankzij die steun kunnen we onze activiteiten gratis houden."

Ellen Vael: "Die lijn trekken we nu in België door. Ik ben er stellig van overtuigd dat veel jongeren zich aangesproken zullen voelen om lid te worden van onze LinkedIn-groep Young InSurance BE. De sociale media zijn dan wel niet langer weg te denken uit het leven van alledag – we maken er, zoals net aangegeven, zelf gebruik van – maar niets gaat boven persoonlijk contact om een hechte band te smeden. Het gaat de goede richting uit: we tellen nu al bijna 100 groepsleden."

Over aantallen gesproken: vanaf hoeveel deelnemers noem je de activiteiten geslaagd? En waar vinden ze plaats?

Sjaak Schouteren: "Voor een gewone netwerkactiviteit hanteren we in Nederland minimaal 60 aanwezigen als maatstaf, en is in beginsel Utrecht de locatie. Die stad is nu eenmaal het makkelijkst bereikbaar met het openbaar vervoer. Als we de activiteit in een drankgelegenheid houden, vragen we doorgaans of we de zaal gratis mogen gebruiken en staan we in ruil de drankomzet af. Onze nieuwjaarsrecepties zijn echter zodanig popu-



*Sjaak Schouteren,
Manager Business Development bij
Aon Risk Solutions en de Nederlandse
initiatiefnemer van Young InSurance*

een interessant onderwerp aanbrengt en eraan houdt de activiteit in zijn thuisstad te laten plaatsvinden. Dan gaan we ook daar met plezier op in. Zelfs al weten we vooraf dat de belangstelling minder groot zal zijn door de afstand."

Ellen Vael: "In België zal dat probleem zich minder stellen. Het merendeel van onze huidige en toekomstige leden werkt



*Ellen Vael,
Business Development bij Van Ameyde
Group, drijvende kracht achter Young
InSurance in Nederlandstalig België*

een nine-to-fivejob – daar is niets op tegen, voor alle duidelijkheid – heeft andere aspiraties en zal zich minder of niet groepen voelen om lid te worden. Niet dat we op zoek zijn naar tafelspringers, hoor. We verwelkomen veel liever jonge collega's die gezond ambitieus zijn en die er naar uitkijken om hun sector kennis uit te diepen en hun relatiekring uit te bouwen. Onze doelgroep is overigens breder dan medewerkers van verzekeringsmaatschappijen: Young InSurance richt zich ook tot wie geregeld met hen contact heeft, zoals personeel van makelaarskantoren, advocaten en schade-experts, bijvoorbeeld."

Sjaak Schouteren: "Het gaat om gedrevenheid; je moet je kunnen en willen openstellen. Iedereen heeft in zijn of haar job contacten met derden, per mail of per telefoon. Niets zo makkelijk om dan een ballonnetje op te laten en te vragen of ze geen zin hebben om je te vergezellen naar een Young InSurance-evenement. Een anekdote in dat verband: een makelaarskantoor in Nederland schreef prompt al zijn medewerkers in; ze komen alle zes naar elk evenement, hebben dus altijd iemand om mee te praten, en leren met-tertijd de hele markt kennen. Ben je onverwachts weerhouden? Of lukt het je vooralsnog om naar een activiteit te ko-

“Enkel de leeftijdsgrens van 35 jaar is van tel; er zijn geen diploma- of functievereisten. De activiteiten zijn tweetalig.”

lair, dat het een hele uitdaging is om er een geschikte locatie voor te vinden. Als het om bijzondere activiteiten gaat, zoals een uiteenzetting in de rechtbank over letselschade, noteren we meestal 20 à 30 geïnteresseerden. Het gebeurt ook dat een sponsor een activiteit voorstelt, al dan niet met een door hem aangetrokken spreker, en zelf een locatie aanbiedt. Zijn kantoorgebouw, bijvoorbeeld. Dan maken we daar uiteraard graag gebruik van. Of stel dat een lid uit pakweg Groningen

op de as Antwerpen-Brussel of in de directe omgeving daarvan. Bijgevolg zullen we het gros van onze activiteiten – die we bewust tweetalig houden – afwisselend in een van beide steden of daartussenin organiseren."

Kan iedereen lid worden?

Ellen Vael: "Enkel de leeftijdsgrens van 35 jaar is van tel; er gelden geen diploma- of functievereisten. Wie tevreden is met

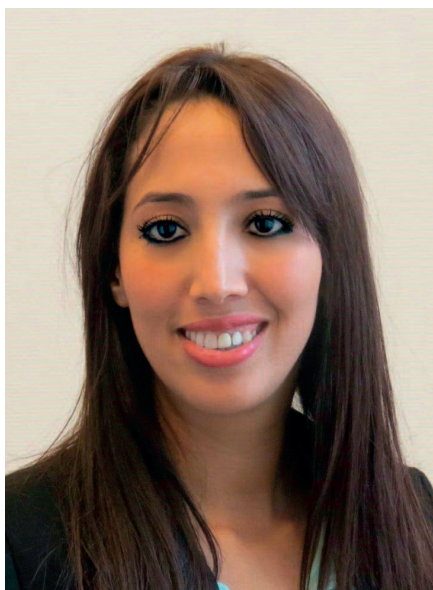


*Pieter Huisman,
Senior Originator bij Swiss Re
Corporate Solutions, drijvende kracht
achter Young InSurance in
Nederlandstalig België*

men, ook al heb je vooraf je aanwezigheid niet bevestigd? Geen probleem. Wil je vroeger vertrekken? Niemand zal je erop aankijken. De ervaring leert ons dat de meesten toch de hele avond blijven. Ik twijfel er niet aan dat dit ook in België het geval zal zijn."

Organiseer je met een bepaalde regelmaat activiteiten? En wat houden ze in?

Sjaak Schouteren: "In Nederland richten we om de twee maanden een netwerkevenement in. Zodra we de kaap van 1000 volgers bereikt hadden – intussen tellen we er 1800 – oordeelden we de tijd rijp om hen gericht, meer gesegmenteerd, aan te spreken. Met name door activiteiten op touw te zetten waarin een onderwerp diepgaander uitgespit wordt. Zo is er bijvoorbeeld de jaarlijkse ontbijtsessie van en met verzekeraar ACE; in 2015 viel de keuze op een brandend actueel thema: cyber risico's. Ook gaan we voor het tweede jaar op rij op trip naar Engeland, met 20 deelnemers en met onder meer een bezoek aan Lloyd's of London op het programma. Maar onze evenementen handelen niet uitsluitend over verzekeringen. We richten bijvoorbeeld ook jaarlijks een tennisturnooi in, en een hockeyturnooi met 16 teams."



*Souana Moujoud,
Deputy Risk & Insurance Manager bij
Cockerill Maintenance & Ingénierie,
drijvende kracht achter Young
InSurance in Franstalig België*

Ellen Vael: "Wijzelf mikken erop eind september of begin oktober een eerste activiteit te organiseren. Het zou ook fijn zijn mochten we erin slagen onze boodschap uit te dragen tijdens de derde Belgian Insurance Conference van Wolters Kluwer, op 24 november; dan zouden we

immers in één klap het kruim van de Belgische verzekeringssector bereiken. Tegelijk benadruk ik graag dat Young InSurance er is door en voor zijn leden. Alle suggesties zijn dan ook welgekomen en zullen op hun haalbaarheid getoetst worden. Verder hoop ik dat we op termijn ook kunnen starten met twee initiatieven die in Nederland hun toegevoegde waarde al bewezen hebben: Match InSurance en Young InSurance College. Dat laatste heb ik trouwens al ten berde gebracht tijdens mijn contacten met de beroepsfederaties en de hogescholen die verzekeringsopleidingen aanbieden."

Wat houdt Match InSurance concreet in?

Sjaak Schouteren: "Dit project gaat in Nederland weldra zijn derde jaar in. Het bestaat erin dat een 'jong blaadje', een mentee, gekoppeld wordt aan een mentor, een doorgewinterde 'rot in het vak'. Ze verplichten zich ertoe ten minste 5 keer in 1 jaar tijd af te spreken om hun vragen en ervaringen uit te wisselen. Die mentors gaan naar andere evenementen en kennen ook andere vakspecialisten dan diegene die je op een Young InSurance-acti-

**INSURANCE FOR
A BOLD NEW WORLD.**

Op zoek naar een verzekering of
herv verzekering voor bekende dan wel
complexe risico's? **Laten we praten.**

MAKE YOUR WORLD GO
xlcatlin.com

XL Catlin is de handelsnaam van alle (her) verzekeringsvestigingen van XL Group plc. XL, XL Catlin
en MAKE YOUR WORLD GO zijn handelsmerken van de bedrijven behorend tot de XL Group plc.



Sjaak Schouteren en Ellen Vael

viteit ontmoet. Plus, niet onbelangrijk, ze hebben ervaring met hoe je je carrière kunt afstemmen op je thuissituatie en omgekeerd, en hoe je je contacten met je manager in beider voordeel kunt intensifiëren. Zelf houden ze aan de afspraken met hun mentee dikwijls nieuwe, frisse inzichten in bepaalde kwesties over, vertellen ze me. Match InSurance is met andere woorden een win-wingegeven. Het pleziert me overigens dat zich al 3 jaar op een rij spontaan meer mentors aanbieden dan nodig. Niet dat te weinig leden interesse tonen, integendeel. Maar blijkbaar leeft bij vele van hun managers het idee dat hun jonge talenten daardoor sneller geneigd zijn om andere oorden op te zoeken. Een mening die ik hoegenaamd niet deel, maar dat terzijde.”

Ellen Vael: “Ook ik heb het gevoel dat jobhoppen niet langer ‘in’ is. Er dienen zich immers niet bijster veel hogere functies aan voor jongeren. Waarom van werk veranderen, zeker als je huidige werkgever je doorgroeimogelijkheden en ruimte

tot zelfontplooiing biedt? Ik wil niet veralgemenen, maar de jongeren van vandaag hechten meer dan eerdere generaties belang aan een zinvolle job en aan een

hun beroepsleven door hen in contact te brengen met verzekeringsprofessionals uit de praktijk. Dat kan tijdens een borrel, maar evenzeer tijdens workshops en an-

Sjaak Schouteren en Ellen Vael:
**“Young InSurance er is door en voor zijn leden.
 Alle suggesties zijn dan ook welkom,”**

evenwichtige balans tussen hun professionele en hun privéleven. Dat komt duidelijk naar voor uit de praatjes die ik sla met leeftijdsgenoten.”

Wat beoog je met Young InSurance College?

Sjaak Schouteren: “Met dit initiatief willen we studenten die een financiële richting volgen, beter voorbereiden op

dere activiteiten. Het biedt hen tegelijk de gelegenheid om sneller hun netwerk uit te bouwen. Momenteel zijn al 200 studenten aangesloten. Dit succes danken we zonder twijfel ook aan het feit dat het reilen en zeilen van Young InSurance College, van mogelijke activiteitenideeën tot de praktische uitwerking ervan, in handen is van medestudenten – die we uiteraard gepast begeleiden. In het verloop van dit College zijn we eveneens

gestart met Young InSurance Capital. Dit digitale platform, opgezet in samenwerking met diverse bedrijven uit de verzekeringsbranche, licht studenten een aantal courante functies binnen een verzekeringsmaatschappij, makelaarskantoor en schade-expertisebureau toe. Ze vinden er ook getuigenissen van jonge en minder jonge verzekeringsprofessionals over wat hen aanspreekt in hun functie. Verder kunnen ze zich via die weg kandidaat stellen voor in-housedagen bij de genoemde marktspelers, voor stageplaatsen en zelfs voor openstaande vacatures."

Ellen Vael: "Het zou me ten eerste plezieren als we er op termijn in slagen die initiatieven ook in België, en even snel als in Nederland, te realiseren. Maar we hebben eerst nog voldoende andere zaken omhanden."

Je haalde eerder al aan dat Young InSurance bestaat bij de gratie van sponsors. Gaat het dan om eenmalige of structurele sponsors? En denk je dat de zoektocht ernaar in België even vlot zal verlopen als in Nederland?

Sjaak Schouteren: "In Nederland zijn op dit ogenblik 14 bedrijven steunend lid van onze organisatie. Als je hen zou vragen waarom, zullen ze steevast antwoorden dat ze een podium en een forum voor jongeren in de verzekeringssector belangrijk vinden. Met hun bijdrage dekken we vaste kosten zoals het websiteonderhoud en de aanmaakkost van visitekaartjes en dergelijke. In ruil geven we hen de gelegenheid zich onder de aandacht van onze leden te brengen. Een van de middelen daartoe zijn persberichten. Elke sponsor beslist vrij welke boodschap hij daarin brengt. Nu eens gaat het om een rekruteringsactie, dan weer om een nieuw ontwikkeld cyberpakket. De mogelijkheden zijn legio. Een ander voorbeeld: een talent coach van een HR-bureau die een netwerkactiviteit oplost met een toespraak, weet zich verzekerd van een publiek van gedreven young professionals van wie velen het meer dan waarschijnlijk tot manager zullen schoppen. Hoe beter de indruk die zo'n talent coach nalaat,

hoe groter de kans dat hij of zij later door een opgeklommen young professional voor deze of gene opdracht ingeschakeld zal worden."

Ellen Vael: "Ik maak van elk contact met relaties uit mijn netwerk gebruik om onze doelstellingen en werkwijze toe te lichten. Dat mijn werkgever me daartoe de gelegenheid biedt en achter de opzet van Young InSurance staat, is de beste stimulans om er volledig voor te gaan. Nageenog alle grote maatschappijen die ik al heb kunnen bezoeken, reageren in ieder geval enthousiast: 'We hadden zo'n initiatief graag zelf opgezet, maar zijn daar door tijdsgebrek nooit aan toegekomen.' Met andere woorden, de sector is er zich van bewust dat de kloof tussen de oudere en de jongere generatie geslecht moet worden."

Sjaak Schouteren: "In het begin moest ik ons initiatief letterlijk verkopen. Van daag zijn onze sponsors vragende partij voor deze of gene activiteit. Ik kan het niet genoeg benadrukken: Young InSurance is geen verhaal van jong versus ouder. Als je jongeren relationeel sterker maakt, zullen ze net beter en sneller aan-

sluiten bij het netwerk van de oudere generatie. Je merkt ook dat, naarmate ze aan meer activiteiten deelgenomen hebben, ze almaar meer ongedwongen met elkaar omgaan."

Een laatste vraag: hoe kunnen geïnteresseerde jongeren en potentiële sponsors het best contact opnemen?

Ellen Vael: "Wie lid wil worden, hoeft enkel op de desbetreffende knop op onze LinkedIn-pagina Young InSurance BE te klikken. Uiteraard dien je daartoe zelf een LinkedIn-profiel aangemaakt te hebben. Daarna word je automatisch geïnformeerd over op til zijnde evenementen en andere Young InSurance-nieuwtjes. Via die groepspagina kun je ook activiteitvoorstellen indienen. Verder hebben we eveneens een tweetalige website ontwikkeld: www.younginsurance.be, voor wie alle informatie over onze groep er graag nog 's rustig op naleest. Bedrijven die ons spontaan willen sponsoren, kunnen contact opnemen op het e-mailadres info@younginsurance.be. Ze kunnen ook bellen naar 0494 50 49 88."

Jan De Raeymaecker



XL
XL CATLIN

**INSURE THAT IDEA
NO ONE HAS SEEN YET.**

Op zoek naar een verzekering of
herverzekering voor bekende dan wel
complexe risico's? **Laten we praten.**

MAKE YOUR WORLD GO
xlcatalin.com

XL Catlin is de handelsnaam van alle (her) verzekeringsvestigingen van XL Group plc. X⁴, XL Catlin en **MAKE YOUR WORLD GO** zijn handelsmerken van de bedrijven behorend tot de XL Group plc.