



Wendbaar powerhouse in onzekere wereld

Ook in een onzekere wereld wil Allianz een stabiel baken zijn. CEO Thom Mallant legt uit hoe de verzekeraar zich aanpast aan een snel veranderende wereld, en de daarbij behorende behoefte van de klanten.

Thom Mallant:
'We denken graag mee over duurzaamheid en zien dat als maatschappelijke opgave'

Hij is sinds 1 september CEO van Allianz Nederland, maar Thom Mallant loopt al meer dan twintig jaar rond bij de verzekeraar. "Ik ben ervan overtuigd dat het een groot voordeel is wanneer je als CEO de organisatie kent, juist in tijden waarin je snel moet reageren op marktveranderingen", zegt hij.

Hoe zou hij de cultuur van Allianz typeren? "Het moederbedrijf Allianz Group is meer dan 130 jaar oud, dus we hebben een lange historie. Dat brengt enorme betrouwbaarheid met zich mee. Maar we zijn naast internationaal georiënteerd ook wendbaar en flexibel: een powerhouse op het gebied van verzekeren en pensioenen."

Kunstmatige intelligentie

In de afgelopen twee decennia heeft Mallant de wereld van de verzekeringen zien veranderen én Allianz in het kielzog daarvan. Dat heeft volgens de CEO alles te maken met de buitenwereld. "Kijk alleen naar Oekraïne en het Midden-Oosten; de conflicten daar hebben veel impact. Maar denk ook aan ontwikkelingen op het gebied van klimaat en duurzaamheid, of de razendsnelle opmars van artificial intelligence en de risico's rondom data en cybercriminaliteit. Klanten komen naar ons toe en verwachten dat wij op al die terreinen met ze meedenken en meebewegen."

Ook lokale ontwikkelingen verliest de verzekeraar niet uit het oog. Allianz biedt naast verzekeringen pensioenproducten aan en volgt het nieuws rondom de nieuwe pensioenwet op de voet. Mallant: "Sommige klanten hebben het gevoel dat het ze boven het hoofd groeit. Ze gaan in de overlevingsstand en zien wel wat er gebeurt. Dat is precies wat je niet moet doen en waar wij kunnen helpen met concrete adviezen en oplossingen. De wereld is onzeker en complex - dat is gewoon de nieuwe realiteit."

Verantwoordelijkheid

Allianz is een belangrijke speler op de zakelijke markt en met name actief op het gebied van schade, arbeidsongeschiktheid, mobiliteit en pensioenen. In het grootzakelijke segment is Allianz zelfs de tweede verzekeraar van Nederland. "Dat brengt een bepaalde verantwoordelijkheid met zich mee", legt Mallant uit. "Wij werken intensief samen met klanten en makelaars, onze businesspartners. Door die hechte samenwerking

kunnen we klanten van het beste advies voorzien en zorgen dat hun risico's op een gebalanceerde manier worden afgedekt. Dat we onlangs door onze businesspartners zijn uitgeroepen tot NPS Loyalty Leader is een bevestiging dat we op de goede weg zijn."

Het gesprek met klanten wordt gevoerd op een proactieve manier. Mallant: "Neem AI. Niemand weet precies wat er op ons afkomt, dus we volgen de ontwikkelingen scherp en betrekken de klanten daar ook bij, bijvoorbeeld door kennissessies te organiseren. Het betekent dat je als organisatie een ander soort medewerkers nodig hebt, whizzkids die veel weten van data en AI. Gelukkig hebben we een goede positie op de arbeidsmarkt en krijgen we nog altijd veel open sollicitaties. En dus kunnen we die deskundigheid goed invullen."

Duurzaamheid

Ook op het gebied van duurzaamheid wil Allianz proactief zijn, zegt Mallant. "Allereerst willen we als bedrijf onze verantwoordelijkheid nemen. Zo moet Allianz Nederland in 2030 CO₂-neutraal zijn. Maar we helpen ook onze klanten, waarbij er altijd een zekere mate van preventie meespeelt. Het is een complex thema dat nieuwe risico's met zich meebrengt. We denken graag mee, omdat we dat ook als een maatschappelijke opgave zien. Daarnaast merken we dat het thema ook bij klanten top of mind is."

Voor internationale klanten heeft de verzekeraar onder de vlag van Allianz Commercial een nieuwe werkwijze, die ervoor zorgt dat klanten zich gemakkelijker internationaal kunnen verzekeren, zegt Mallant. "Dat geldt ook voor klanten die snel doorgroeien, zowel wat omzet betreft als locaties in verschillende landen. Het speelveld wordt internationaler en met Allianz Commercial kunnen we klanten optimaal bedienen."

Aan de muur van Mallants kantoor op het Rotterdamse hoofdkantoor hangt een foto van Olympisch zeilkampioene Marit Bouwmeester. Geen toeval, gezien het feit dat de Allianz Group een van de partners is van de Olympische Spelen. Allianz Nederland is in het verlengde daarvan een partnership aangegaan met het Watersportverbond. Mallant: "Eigenlijk illustreert dit perfect hoe wij als verzekeraar georganiseerd zijn: aan een initiatief van ons moederbedrijf geven wij lokale invulling. Bouwmeester en andere watersporters komen hier in de rol van buddy regelmatig op kantoor om met onze mensen te praten over winst, verlies, pieken en dalen. Dat inspireert. Zo gedreven als zij aan topsport doen, zo zetten wij ons in voor onze klanten." ◀