

Ontwikkelingen in de verzekeringsmarkt



Luc Bokdam, maart 2022

Auteur

Luc Bokdam

Luc-bokdam@hotmail.com

Opleiding

Dier- en Veehouderij Agrarisch Ondernemerschap
Bachelor, afstudeerfase

Onderwijsinstelling

Aeres Hogeschool Dronten

Saskia Meulenberg

S.Meulenberg@aeres.nl

Ondersteuning

Rabobank Twente Achterhoek

Leon ter Huerne

Leon.ter.Huerne@rabobank.nl

DISCLAIMER:

Dit rapport is gemaakt door een student van AERES Hogeschool als onderdeel van zijn/haar opleiding. Het is géén officiële publicatie van AERES Hogeschool. Dit rapport geeft niet de visie of mening van AERES Hogeschool weer. AERES Hogeschool aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade voortvloeiend uit het gebruik van de inhoud van dit rapport.

Voorwoord

Voor u ligt een afstudeeronderzoek die ik heb geschreven voor de afstudeerfase van mijn opleiding Dier- en Veehouderij Agrarisch Ondernemerschap. Mijn naam is Luc Bokdam, ik ben 22 jaar oud. Ik volg de opleiding Dier- en Veehouderij Agrarisch Ondernemerschap aan de Aeres Hogeschool in Dronten. Ik verwacht in 2022 te kunnen afstuderen. Thuis hebben we een melkveebedrijf met 110 melkkoeien, waar ik veel werkzaam ben.

Het afstudeeronderzoek die voor u ligt, is geschreven in samenwerking met Rabobank Kring Twente Achterhoek. Er wordt onderzoek gedaan naar het klantenbestand, waarbij de nadruk wordt gelegd wat de bedrijven binnen het klantenbestand gaan doen in de toekomst en of ze tevreden zijn over de Rabobank. Vanuit hier kan de Rabobank haar bedieningsmodel aanpassen op de klanten.

Hierbij wil ik Rabobank Kring Twente Achterhoek bedanken voor hun samenwerking en begeleiding. Ook de ondersteuning en het aanbieden van de kennis die zij hebben, heeft me erg geholpen tijdens het onderzoek. Speciaal wil ik Leon ter Huerne bedanken die mij vooral veel heeft ondersteund. Graag wil ik Saskia Meulenberg bedanken voor haar coaching en begeleiding tijdens het onderzoek.

Inhoud

Voorwoord	2
Samenvatting.....	5
Summary	6
1. Inleiding	7
1.1 Wat is verzekeren?	7
1.2 Delen van risico's.....	7
1.3 Risico strategieën	8
1.4 Wereldwijd risicobeheer in opkomende markten	10
1.5 Aandeel landbouwverzekeringen.....	12
1.6 Verzekering Nederland.....	13
1.7 Risicobeheer Nederland	14
1.8 Twente Achterhoek	16
1.9 Aanleiding onderzoek.....	17
1.10 Onderzoeksvragen.....	18
1.11 Doelstelling.....	19
2. Materiaal en methode.....	20
2.1 Materiaal	20
2.2 Methode.....	20
3. Resultaten.....	23
3.1 Resultaten deelvraag 1: In welke richting(strategie) ontwikkelen klanten van Rabobank Twente Achterhoek zich?	25
3.2 Resultaten deelvraag 2: Zijn klanten tevreden bij de Rabobank en hoe risicobewust gaan ze met risico's om?.....	27
3.3 Resultaten deelvraag 3: Wat zijn trends in risicobeheer en risicobewustzijn die Achmea in de agrarische sector en bij haar klanten ervaart?.....	31
4. Discussie	34
4.1 reflectie op proces en onderzoeksmethode	34
4.2 Reikwijdte en interpretatie resultaten	34
Conclusie	37
Aanbevelingen.....	38
Bibliografie	39
Bijlagen	41
Bijlage 1: uitgezette enquête	41
Bijlage 2: opzet interview	52
Bijlage 3: Aanvullende resultaten.....	53

Bijlage 3.1	53
Bijlage 3.2	53
Bijlage 3.3	54
Bijlage 3.4	54
Bijlage 3.5	55
Bijlage 3.6	57
Bijlage 3.7	58
Bijlage 3.8	59
Bijlage 3.9	60
Bijlage 3.10	60
Bijlage 4: Checklist schriftelijk rapporten	62

Samenvatting

Dit is een onderzoek naar de ontwikkelingen in de verzekeringsmarkt. De verzekeringsmarkt is een markt die onder druk en voor grote uitdagingen staat. Het onderzoek richt zich op de tevredenheid en het risicobewustzijn van klanten die verzekerd zijn bij Rabobank Kring Twente Achterhoek. Aanleiding hiervoor zijn de risico's in Nederland die beperkt moeten worden en hiervoor is risicobewustzijn van ondernemers nodig. Om dit uit te zoeken is er een enquête gestuurd naar klanten van de Rabobank Kring Twente Achterhoek. Eén enquête is naar klanten gestuurd die via de binnendienst (desk) bediend worden en één enquête is gestuurd naar klanten die door de buitendienst (door middel van een persoonlijke risicospecialist) bediend worden. Tevens is in dit rapport een interview met Aloys van der Burgt, risicospecialist Achmea Agro, beschreven. Een nuttig interview waarin hij persoonlijke ervaringen op het gebied van verzekeren in de markt toelicht. Aloys merkt op dat er veel moet gebeuren om de verzekeraarbaarheid bij bedrijven te garanderen. De jongere generatie ondernemers zijn meer bewust van de risico's dan de oudere generatie ondernemers. Het belang van risicobewustzijn wordt benaderd door de maatschappelijke druk en het gevaar voor nog meer imagoschade aan de sector. Mede hierdoor en de rendementen die teruglopen in de sector, nemen sommige verzekeraars afstand van de agrarische sector.

Uit de enquête zijn overeenkomende resultaten naar boven gekomen. Er zijn stoppende agrariërs en agrariërs die een neventak beginnen. Dit zijn klanten waar de Rabobank extra aandacht aan moet besteden, zeker als blijkt dat de risicobewustzijn niet bij alle klanten even hoog is. In de melkveehouderij worden de komende jaren veel bedrijven overgenomen. In de varkenssector is deze trend minder te zien, hiervan zien we meer stoppers en ondernemers die met een uitkoopregeling mee willen werken.

Het liefst worden de meeste klanten bediend via een keukentafel gesprek met een risicospecialist. Echter is dit niet de reële werkelijkheid, omdat Rabobank een commercieel bedrijf is en het niet voor elke klant rendabel is om een risicospecialist op pad te sturen. Dit brengt soms ongewenste situaties met zich mee dat er niemand over de vloer is geweest en de risico's niet helemaal goed ingeschat of bekeken zijn. Hier zal een tussenweg in gevonden moeten worden. Mede door luchtfoto's kan er efficiënter gekeken worden naar de bedrijven en kunnen risico's eenvoudiger en goedkoper in beeld worden gebracht.

Summary

This is a research into the developments in the insurance market. The insurance market is a market that is under pressure and facing great challenges. The survey focuses on the satisfaction and risk awareness of customers insured at Rabobank Kring Twente Achterhoek. The reason for this is the risks in the Netherlands that need to be limited and this requires risk awareness from entrepreneurs. To find out, a survey has been sent to clients of Rabobank Kring Twente Achterhoek. One survey was sent to customers who are served by the desk and one to customers who are served by the field staff (through a personal risk specialist). Also described in this report is an interview with Aloys van de Burgt, risk specialist at Achmea Agro. A useful interview in which he explains his personal experiences in the field of insurance in the market. Aloys notes that a lot needs to be done to ensure the insurability of companies. The younger generation of entrepreneurs are more aware of risks than the older generation. The importance of risk awareness is underlined by the social pressure and the danger of further image damage to the sector. Partly because of this and the decreasing returns in the sector, some insurers are distancing themselves from the agricultural sector.

The survey revealed similar results. There are farmers who are retiring and those who are starting a sideline business. These are clients to whom Rabobank should pay extra attention to, certainly if risk awareness is not equally high among all clients. In the dairy farming sector, many businesses will be taken over in the coming years. This trend is less pronounced in the pig-breeding sector, where we see more business owners who have decided to give up their business and entrepreneurs who are willing to cooperate in a buy-out scheme.

Most customers prefer to be served via a meeting in the kitchen with a risk specialist. However, this is not the reality, because Rabobank is a commercial company and it is not profitable for every customer to send a risk specialist. This sometimes leads to undesirable situations in which no one has been present and the risks have not been properly assessed or evaluated. A balance will have to be found here. Aerial photos help to look at the companies more efficiently, and risks can be assessed more simply and cheaply.

1. Inleiding

De agrarische sector in Nederland exporteerde in 2020 voor ruim 95 miljard euro aan kennis en producten. Dit is ondanks de coronacrisis 1% meer ten opzichte van 2019 (Jukema et al., 2020). Hiermee is Nederland het op één na grootste exportland ter wereld wat nog altijd groeiende is.

Nederland telde in het jaar 2000 nog 97.390 agrarisch bedrijven. Dit is gedaald tot 53.233 landbouwbedrijven in 2019 (CBS, 2020). Hierbij is de bedrijfsgrootte per bedrijf toegenomen (Silvis et al., 2009).

Agrariërs zijn erg gehecht aan hun boerderij en bijbehorend land en hebben hier veel voor over om dit te behouden. Om deze reden blijven ze bij bedrijfsbeëindiging vaak bij de boerderij wonen en behouden ze de grond en gebouwen, maar gaan ze soms met een andere tak verder. Denk hierbij aan een camping, verhuur van caravanstalling etc. (Duesberg et al., 2013).

Doordat bedrijven in de agrarische sector groter worden en er andere takken naast komen, stijgen de risico's voor het bedrijf, maar ook voor verzekeraars. De schades zijn enorm tegenwoordig en derhalve zijn de verzekeraars voorzichtiger geworden in de agrarische sector (Lamers, 2021).

1.1 Wat is verzekeren?

Veel bedrijven zijn verzekerd tegen risico's, dit gebeurt al eeuwen (Brobbel, z.d.). De reden dat mensen zich verzekeren is omdat de impact van het risico soms te groot is om de gevolgen zelf te financieren. Het risico wordt dus niet verzekerd, maar het gevolg wordt verzekerd. In het algemeen zijn mensen niet geneigd om risico's te nemen en geven ze de voorkeur aan zekerheid. (Njegomir & Rihter, 2015). Een aantal verzekeringen is verplicht gesteld door de overheid, zoals de basiszorgverzekering of een WA-verzekering voor de auto. Ook zijn er vrijwillige verzekeringen die voor ieder mens anders kunnen zijn. Voorbeelden hiervan zijn een reisverzekering, inboedelverzekering, aansprakelijkheidsverzekering of een rechtsbijstandsverzekering (Independer, z.d.). Verzekeren is een product wat rendabel wordt als er door meerdere verzekeringsnemers gebruik van wordt gemaakt. De verzekeringsmaatschappij zoekt hierbij uit wat de risico's zijn voor een bepaalde verzekering. Wanneer er een schade ontstaat, zal dit indirect door alle verzekeringsnemers betaald worden (zeker.nl, 2018).

1.2 Delen van risico's

In een studie naar het delen van risico's door agrariërs met verzekeraars, wordt beschreven dat de risico omgeving van agrariërs aan het veranderen is. Zo nemen de prijs- en productierisico's steeds meer toe, dit komt doordat bedrijven groter worden en er hierdoor grotere oppervlaktes met producten verzekerd moeten worden. Daarnaast wordt de kapitaalintensiteit steeds groter en worden de prijsbewegingen ook volatieler. Agrariërs worden dus geconfronteerd met steeds hogere risico's waarvan de gevolgen verzekerd moeten worden. In het onderzoek Meuwissen hebben 2700 Nederlandse veehouders een enquête ingevuld over hoe zij dachten over verzekeren en wat hun bedrijfsstrategie is (Meuwissen et al., 2001). Het onderzoek wees uit dat er vele verschillende risicomanagementstrategieën zijn die agrariërs kunnen verzekeren. Hieruit concludeerden onderzoekers dat er verschillende strategieën zijn, waarbij risico's worden gedeeld. Deze strategieën leverden voordeel op voor de samenleving en de veehouderij. Een voordeel voor de samenleving is wanneer agrarische risico's gedeeld kunnen worden men in staat is om meer risicovolle activiteiten dit te voeren. Activiteiten die zij anders niet zouden nemen, zoals het uitbreiden van hun productie of het verduurzamen van het productieproces. Voor agrariërs is het delen van risico's een manier om een stabiel inkomen te genereren (Meuwissen et al., 2001).

1.3 Risico strategieën

Door een hoge volatiliteit aan prijzen lopen vooral kleinere agrariërs meer risico's (Chatterjee & Oza, 2017). Dit komt omdat kleine agrariërs geen schaalvoordelen hebben. Grotere agrarische bedrijven hebben deze schaalvoordelen wel en hebben meer kapitaal om financiële tegenslagen te verwerken. In de theorie ontstaat prijs volatiliteit door vraag en aanbod, maar in veel ontwikkelingslanden en ongemerkt ook in de rijkere landen komen deze volatiele prijzen tot stand door manipulatie van grote handelaars, kartels of verwerkers.

Door kleine agrariërs is er veel vraag naar geld, maar doordat er hoge risico's liggen bij kleine bedrijven, is het aanbod van banken beperkt voor deze kleine bedrijven. Desondanks is een groot deel van de landbouw gefinancierd door banken en hebben ze een belangrijke rol in de keten. Hierdoor hebben ze net als verzekeraars een belangrijke rol bij de inkomenszekerheid van agrariërs en de voedselzekerheid voor de wereldbevolking. Doordat verzekeraars een deel van de risico's op zich nemen, neemt de inkomenszekerheid toe. Door het schadeloosstellen kunnen agrariërs weer krediet krijgen om hun bedrijf op te starten (Chatterjee & Oza, 2017).

Kleine agrariërs zijn vaak afhankelijk van familie. De kostenbesparingen die door de arbeid van de gezinsleden bespaard wordt, wordt gezien als de meest effectieve winstmarge die behaald kan worden (Chatterjee & Oza, 2017). Wanneer de winstmarge al niet erg hoog is, zullen de gevolgen groot zijn wanneer er een gezinslid uitvalt door een bepaalde reden. Dit brengt dus grote risico's met zich mee. Evenals de politieke risico's die voor grote gevolgen kunnen zorgen. Denk hierbij aan subsidies waarvan veel agrariërs gebruik maken of fiscale voordelen die de agrarische sector heeft. Veel kleine agrariërs zijn weinig bezig met het beperken van de risico's en zijn of kunnen niet verzekerd worden. In tabel 1 zijn deze risico's genoemd en worden de gevolgen en risico's beschreven.

Tabel 1: Risico's in de agrarische sector (Chatterjee & Oza, 2017).

Nature of Risk	Description	Risk Category	Frequency	Severity
Weather risks	Deficit/excess rainfall, extreme temperature (heat or cold)	Pure, ^a covariate ^b	Low to medium	Medium to high
Biological risks	Pest, disease, contamination, soil degradation	Pure, idiosyncratic ^c	Medium	Medium
Price risks	Input output price Volatility, Shortage of inputs	Speculative, ^d covariate	Medium to high	Medium to high
Institutional risks	Credit supply, interest rates, market distortions, support prices	Financial, ^e covariate	Medium	Medium
Labor and Health Risks	Illness, death, injury, availability of labor	Pure, idiosyncratic	Low to medium	Medium to high
Political risks	Agriculture policy, taxation, subsidies	Dynamic, ^f covariate	Low to medium	Medium to high

Agrariërs hebben altijd te maken met risico's, echter zijn er meerdere manieren waardoor agrariërs al eeuwenlang hun risico's proberen te vermijden. In tabel 2 zijn deze strategieën weergegeven. Deze strategieën worden veel gebruikt in Azië, maar ook in Nederland zien we deze strategieën terug of kunnen ze gebruikt worden. Zo proberen agrariërs verschillende gewassen te telen die onder verschillende weersomstandigheden kunnen groeien. Tevens probeert men aan de hand van het weerbericht om op de juiste en verschillende dagen hun producten te zaaien/oogsten. Ook hebben veel agrariërs een nevenactiviteit, waarmee ze een vast inkomen proberen te garanderen mochten de agrarische activiteiten wegvallen. Daarnaast verenigen agrariërs zich vaak in coöperaties waardoor ze voordelen krijgen qua krediet en inkoop. Ook zien we dat veel agrariërs hun producties leveren/afnemen op contractbasis. Dit wordt contractlandbouw genoemd en kan voor de agrariër voordelig uitpakken (Chatterjee & Oza, 2017).

Tabel 2: Traditionele strategieën om risico's te verminderen (Chatterjee & Oza, 2017).

Strategy	Risks Addressed	Limitations/Costs
Cultivating a mix of crops	Weather and biological risks	Smallholders cannot get good prices for their output
Staggering crop planting dates	Weather risk	Forgoing optimal output
Nonagricultural activities	Diversification of income	Losing focus on core activity
Follow peers	Overcoming knowledge and information gap	Herd mentality results in lost opportunities
Reciprocal arrangements within the community/mutual help	Protecting cash/income flows	Not effective when covariate risks strike
Aligning with value chain players	Credit and price risk	Risk of being exploited by powerful value chain participants

Er zijn verschillende manieren om je te verzekeren tegen risico's in de agrarische sector, zoals weergegeven in tabel 3. Zo is een bekende verzekeringsdekking de brede weersverzekering. Het is een verzekering die garantie biedt op gewassen voor de meest voorkomende gevallen van schade (Asseldonk, 2019).

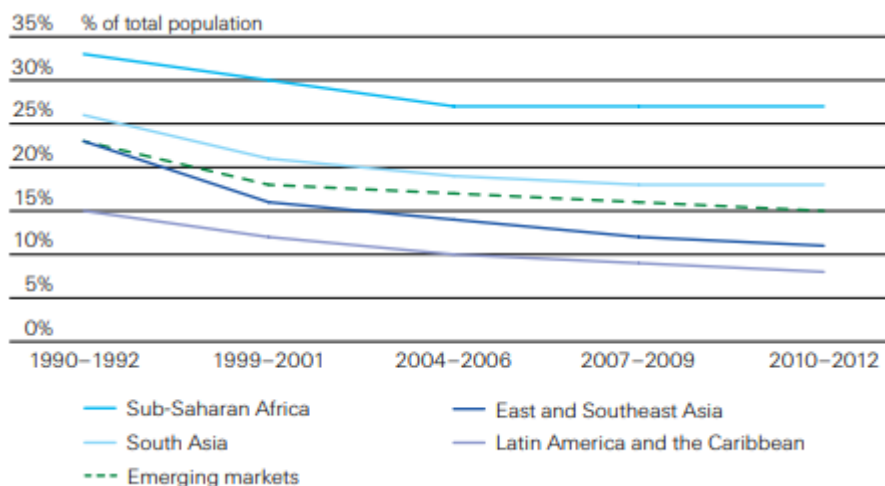
Deze vorm van verzekering geeft dus veel zekerheid en wordt veel gebruikt in middeninkomenslanden. Bij deze verzekering wordt er op bedrijfsniveau gekeken naar de risico's, wat het ook een dure polis maakt. Voor een goedkopere, maar een mindere betrouwbare polis wordt gekeken naar de index-gebaseerde risico's. Het zorgt voor minimale administratiekosten, waardoor de kosten laag kunnen blijven. Hierbij worden de risico's voor oogstschades bekeken via lokale weerstations en meetinstrumenten. Dit kan dus bedrijfsspecifiek erg afwijken en bij uitkering van schades wordt hier niet naar gekeken en kan het voorkomen dat men niet het volledige schadebedrag ontvangt. Er wordt hier gewerkt met een basisrisico. Dit houdt in dat wanneer men ver van een meetstation zit, de risico's toenemen en het basisrisico dus hoger is. Tevens speelt een homogeen landschap een rol in het basisrisico. De verwachting is dat in de toekomst de basisrisico's afnemen, doordat meetsystemen beter en betrouwbaarder worden door technologische vooruitgang.

Tabel 3: Manieren van agrarisch verzekeren (Chatterjee & Oza, 2017).

Cover	Description
Crop Insurance	
Multi-peril crop insurance	All risks cover offering comprehensive yield-based indemnity based insurance against all losses other than those specifically excluded.
Named peril insurance	Covers only specified perils like hail, dew, etc.
Index-based insurance	Parametric cover offering payouts based on a historic underlying index like rainfall, area yield, etc.
Livestock insurance	
Cattle insurance	An indemnity-based cover offering payouts in the event of death/disability of insured cattle.
Index-based insurance	Parametric cover based on national census/mortality data of cattle.

1.4 Wereldwijd risicobeheer in opkomende markten

In een Zweeds onderzoek van het Economic Research en Consulting bureau wordt ook het belang van risicobeheer beschreven in de agrarische sector. Vooral in ontwikkelingslanden is voedselzekerheid een groot probleem, denk hierbij aan delen van Afrika en Azië. Grote opkomende markten zijn China, India en Brazilië, maar ook delen van Afrika en Azië. Om een land op te bouwen is voedselzekerheid een vereiste om tot een economisch ontwikkeld land te komen (Swiss Reinsurance Company Ltd, 2013). In deze opkomende landen is verzekeren voor kleine agrariërs erg belangrijk. Het geeft de agrariërs zekerheid, maar zorgt ook voor onderpand voor het financieren. Tevens zorgt het ervoor dat agrariërs minder hoeven te zorgen voor kasreserves. Deze behoefte wordt minder omdat de verzekeraar een deel van het risico neemt (Raulston et al., 2010). Ook is een verzekeraar van belang voor de hele voedselketen, het helpt namelijk de agrariër aan een stabiel inkomen. Doordat de agrariër een stabiel inkomen heeft, kan men gaan investeren om zelfvoorzienend te worden of om duurzamer te produceren. Ontwikkelingslanden zijn druk bezig om zelfvoorzienend te worden. Aangezien de wereldvoedselvoorziening in 2050 met 60% zal toenemen ten opzichte van 2013 om de wereldbevolking te kunnen voeden. De premies voor landbouwverzekeringen nemen hierdoor wereldwijd ook toe. Mondiaal worden de premies aan landbouwverzekeringen geschat op 23,5 miljard dollar. Het totaal aan landbouwverzekeringen groeit nog altijd, deze groei komt voornamelijk uit landen als China en India komen (Swiss Reinsurance Company Ltd, 2013).



Figuur 1: Aandeel mensen die hongerlijden in opkomende markten (Swiss Reinsurance Company Ltd, 2013).

Zoals blijkt uit figuur 1 is er veel honger in de wereld. De productie door de landbouw is met uitsteking de grootste bepalende factor naar voedselzekerheid in de wereld (Swiss Reinsurance Company Ltd, 2013). Daarnaast is de prijs van voedsel erg belangrijk voor voedselzekerheid in de wereld. Het is belangrijk dat de verhouding in vraag en aanbod in evenwicht zijn voor een normale marktwerking en een betaalbare prijs voor voedsel. Tevens vormen de klimaatverandering, weeromstandigheden, natuurrampen, waterschaarste etc. grote gevaren voor de voedselzekerheid. In opkomende markten zoals in figuur 1, is de infrastructuur slecht, waardoor het produceren van voedsel moeilijker wordt en het vervoeren van voedsel langer duurt waardoor voedsel sneller bederft. Ook loopt op kleine bedrijven in deze landen de technologie achter. Een andere manier om het voedselaanbod te verhogen, is om zuiniger om te gaan met voedsel. Er wordt wereldwijd enorm veel voedsel verspild. Dit heeft in opkomende markten te maken met transportnetwerken, beschikbaarheid van opslagplaatsen en distributie. Het komt neer op een slechte infrastructuur, waaronder onvoldoende

koelinstallaties en een gebrek aan verwerking- en verpakkingsinstallaties (IFAD, 2012). Er valt nog veel te verbeteren in de keten om voedselverspilling tegen te gaan en om over meer voedselzekerheid te beschikken. Hierin kunnen overheden een grote rol spelen en dit is ook veelal een politieke kwestie. Ook armoedebestrijding is belangrijk om voedselzekerheid te verhogen. Bijna een miljard mensen in Zuid-Azië en Afrika leven in extreme armoede en hebben geen financiële middelen voor gegarandeerd voedsel. Bovendien is het levensonderhoud van veel kleine agrariërs afhankelijk van hun eigen productie. Deze agrariërs produceren namelijk voedsel voor de omgeving en hun zelf, hierdoor zijn ze zeer kwetsbaar voor de risico's in de landbouw en is hun inkomen en voedselzekerheid onzeker (IFAD, 2012).

Verzekeringen kunnen honger in de wereld niet oplossen, maar ze kunnen helpen in de voedselwaardeketen en meer zekerheid bieden. Ze kunnen bijvoorbeeld bedrijven stimuleren voedselproductie te verhogen. Daarbij kunnen verzekeringen ook de tweede schakel in de sector verbeteren door het stimuleren in het investeren voor betere transportnetwerken en distributiekanaalen. Bovendien kunnen er levens- of ziekteverzekeringen worden afgesloten, waardoor het inkomen niet wegvalt en de armoede niet toeneemt (Swiss Reinsurance Company Ltd, 2013).

In de literatuur gaan er veel studies over klimaatverandering, maar er is weinig literatuur dat gaat over risicobeheer ten aanzien van de landbouwproductie. In het vorige onderzoek van IFAD, wordt erop gewezen dat een verzekering in onderontwikkelde landen erg belangrijk is, omdat dit kan leiden tot een ketting van positieve ontwikkelingen voor het land. Een ander onderzoek van Swiss Reinsurance Company, laat zien dat er in onderontwikkelde landen in mindere mate beschikbaarheid is tot verzekeren. Er is onderzocht wat de gevolgen van klimaatverandering zijn voor de landbouwproductie en welke maatregelen het productieniveau op peil houden.

1.5 Aandeel landbouwverzekeringen

Tabel 4: Vergelijkend belang van landbouwverzekeringen in ontwikkelingslanden, VS en de wereld in 2011 (Swiss Reinsurance Company Ltd, 2013).

	% agri. land in total land	Agricultur. employment in total employment	The share of agriculture in GDP	Agri. insurance premium in USD millions	Agricult. insurance preimum share in GDP
Brazil	31,3	17	5,8	430	0,35
Russia	13,2	9,7	4	552	0,98
India	60,5	51,1	19	673	0,19
China	56,2	39,6	10,1	2543	0,36
South African Republic	81,7	5,1	2,5	153	1,77
Developing countries, total	n.p.	n.p.	n.p.	5176	0,23
USA	n.p.	n.p.	n.p.	11400	7,15
World	n.p.	n.p.	n.p.	23511	0,83

Uit tabel 4 blijkt dat de totale premies voor landbouwverzekering in de VS meer dan 11 miljard dollar was in 2011. Vergeleken met de ontwikkelingslanden zat dit bedrag op 5 miljard dollar. De laatste kolom geeft aan wat het aandeel verzekeringspremies is binnen het aandeel landbouw van het bruto binnenlands product. In de VS is dit meer dan 7%, terwijl dit in ontwikkelingslanden op 0,23% ligt. Dit laat zien dat er in ontwikkelingslanden erg weinig landbouwverzekeringen zijn, terwijl dit in deze landen hard nodig is, zoals blijkt uit andere studies.

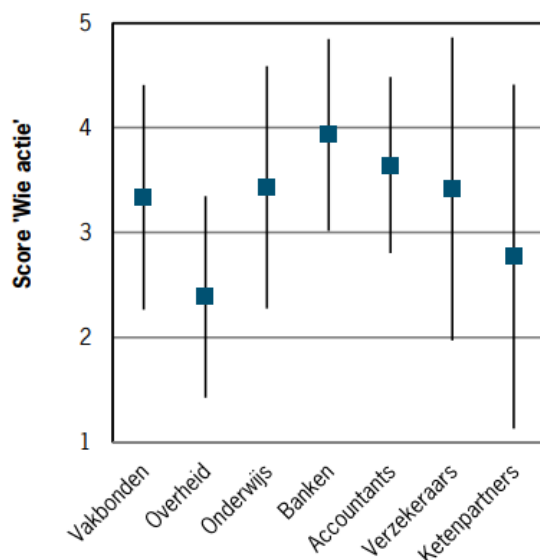
1.6 Verzekering Nederland

In Nederland zien we dat de infrastructuur goed op orde is en productielijnen en ketens goed voor elkaar zijn. De overheid zorgt voor werkgelegenheid en zorgt ervoor dat er efficiënt gewerkt kan worden. Hierdoor is er in Nederland ook voldoende aanbod om je te laten verzekeren. Zoals te zien is in tabel 4 is het verzekeringsaanbod in ontwikkelingslanden aanzienlijk lager dan ontwikkelde landen, zoals USA wat vergelijkbaar is met Nederland. In Nederland begint men in de agrarische sector echter wel zorgen te maken over de verzekerbaarheid van agrarische bedrijven (Lamers, 2021). Dit komt omdat er steeds minder aanbieders zijn die agrariërs willen verzekeren. De belangrijkste verzekeraars die agrarische sector vertegenwoordigen zijn: Univé, Interpolis (maakt onderdeel uit van Achmea) en Nationale Nederlanden (L. ter Huerne, persoonlijke communicatie, 2021). Redenen hiervoor zijn onder andere dat zonnepanelen op de daken en asbest, wat naar alle waarschijnlijkheid nog een tijdelijk probleem is, slecht verzekeraar zijn. Door zonnepanelen te plaatsen op de daken, neemt het risico op brand toe omdat het installatiewerk niet altijd deugd of de kabels niet juist geplaatst worden. Verder worden zonnepanelen te dicht op elkaar gelegd waardoor de panelen erg warm worden (BonGo Solar, z.d.). Tevens zijn de kosten enorm geworden wanneer stallen afbranden. Derhalve kiezen agrariërs voor de basisverzekeringen, zoals bedrijfsmiddelen, landbouwwerktuigen, aansprakelijkheid, brandverzekering, etc. Ook zijn er diverse andere nieuwe technologieën in Nederland in opkomst waar verzekeraars erg voorzichtig mee zijn. Bijvoorbeeld agrariërs die werken met drones, zelfrijdende objecten en machines of systemen die zijn aangesloten op internetcomputers (Hurkens, 2021).

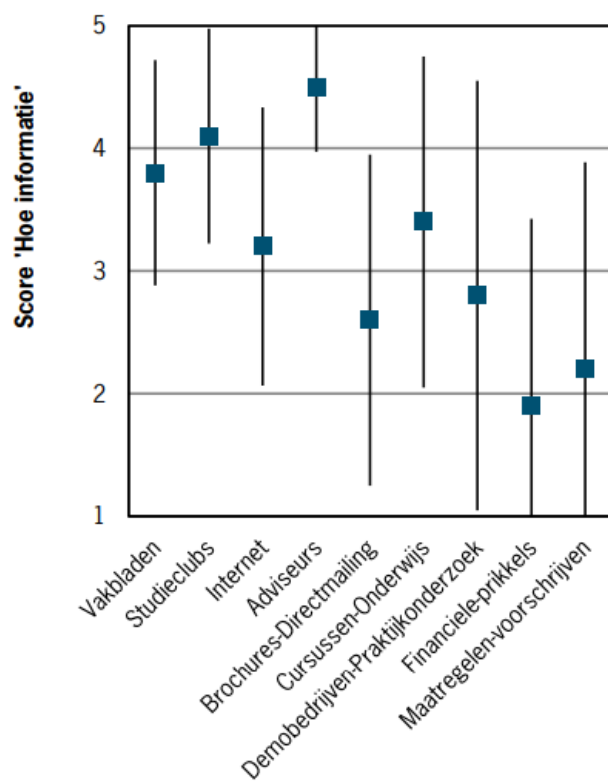
1.7 Risicobeheer Nederland

In een uitgebracht rapport door de WUR staat dat het Ministerie van Economische Zaken de komende jaren meer wil doen om het integraal risicobeheer bij agrarisch ondernemers te verkleinen. Het Nederlandse beleid was om agrarische risico's te beschouwen als normale risico's. Het belang van risicobeheer wordt echter groter in een situatie waarbij de bedrijven groter worden en door de toenemende ketenafspraken en internationale handel. Om deze redenen wil het Ministerie van Economische Zaken meer bewustwording van de risico's in de agrarische sector. Als ondernemers zich bewust worden van risico's die ze lopen en op de hoogte zijn hoe ze risico's kunnen reduceren, is het afdekken van risico's minder belangrijk. Hierbij geldt voorkomen is beter dan genezen. Hierdoor zullen de minder beheersbare risico's beter verzekerd kunnen worden. Daarnaast kunnen polissen voor iedereen goedkoper worden aangeboden wanneer ondernemers bewust zijn van hun risico's en deze hierdoor kunnen beperken. De vraag van het onderzoek luidt: "Kan de Nederlandse agrarische sector tot een sterkere marktpositionering komen als risico's worden gereduceerd en daardoor betere kwaliteit kan worden gegarandeerd?". Om deze vraag te beantwoorden is de vraag hoe de agrarisch ondernemers bewust worden van risico's en welke preventiemogelijkheden er zijn om deze risico's te beperken. Bovendien is de vraag wie de ondernemers hierin gaat helpen en welke rol ligt hierbij voor ketenpartijen, erf betreders en sectororganisaties. Ook kan de overheid via onderzoek en opleiding een belangrijke rol spelen om risico's te beperken in plaats van ze in geval van schade af te dekken.

Het onderzoek is voornamelijk gericht op het risicobewustzijn en om de risicopreventie te stimuleren. Hierbij richt het onderzoek zich op 4 verschillende onderdelen, namelijk gezondheidsrisico's voor dier, gezondheidsrisico's voor plant, weerrisico's en prijsrisico's. Om dit te beantwoorden zijn in het onderzoek 20 specialisten gevraagd naar hun mening in een aantal stellingen op elk soort van risico. Dit gebeurde onder ander met de vraag wie er actie moet ondernemen om ondernemers bewust te maken van risico's. De resultaten hiervan zijn verwerkt in figuur 2. Hieruit blijkt dat de hoogste urgentie ligt bij met name banken en verzekeraars op het thema weerrisico's. Figuur 3 geeft weer hoe er informatie verstrekt moet worden aan ondernemers op het thema weerrisico. Hieruit blijkt dat de beste manier is om dit via adviseurs of via studieclubs te doen.



Figuur 2: Wie moet actie ondernemen om agrarische ondernemers bewust te maken?
Risicobeheer in de land- en tuinbouw (p. 21) door H. Van der Meulen, M. van Asseldonk & J. Verstegen, 2012



Figuur 3: Hoe informatie verstrekken aan ondernemers?
Risicobeheer in de land- en tuinbouw (p. 22) door H. Van der Meulen, M. van Asseldonk & J. Verstegen, 2012

1.8 Twente Achterhoek

Bij de Rabobank staat het bedienen van de klant centraal. Zowel in de binnen- als buitendienst bij Rabobank Kring Twente Achterhoek is opzoek naar een evenwicht tussen zorgplicht en effectieve klantbedieningen, onder andere op het gebied van contactfrequentie en bedieningskanaal.

Wat het meest passende kanaal voor klanten is om contact te hebben (denk aan: face to face, telefonisch, chat of videobellen) wordt bepaald aan de hand van een aantal criteria zoals complexiteit van de klantbehoefte/product of branche en de klantvoorkeur. Voor het beheer van de verzekeringsportefeuille van agrarische relaties wordt een contactfrequentie van 1 keer per 3 jaar gehanteerd. Tevens is hierbij een rendabele dienstverlening het uitgangspunt, daar waar het gaat om advisering. In theorie is een face to face gesprek door een risicospecialist gebaseerd op een klantbijdrage van meer dan 750 euro per jaar. In de praktijk ligt dit bedrag bij agrariërs vaak lager, omdat het beoordelen van risico's voor agrarische bedrijven vaak complexer is. Naast het up to date houden van polissen hebben verzekeraars ook meer werk met stoppende agrariërs, bedrijven waar asbest of zonnepanelen op daken ligt. Ook wordt ervaren dat er op het platteland steeds meer andere activiteiten worden ontwikkeld, een boerenbedrijf dat zich transformeert naar een camping is een voorbeeld hiervan. Het ervaren van te weinig contact vanuit de verzekeraar is iets wat ook blijkt uit een verhaal van een melkveehouder die zijn verhaal deed bij het blad 'Nieuwe Oogst'. Hij vond dat er jaarlijks contact zou moeten zijn tussen de verzekeraar en de klant (Nieuwe Oogst, 2018).

Het personeel van de Kring Rabobank Twente Achterhoek heeft gemiddeld meer klanten per fte in hun portefeuille dan andere kringen in Nederland, voornamelijk door de vele kleinere agrarische bedrijven in Twente en Achterhoek (L. ter Huerne, persoonlijke communicatie, 2021). In verband met geheimhoudingsplicht zijn deze Rabobank-bronnen in het vooronderzoek niet beschikbaar. Op aanvraag en in overleg zijn deze bronnen eventueel beschikbaar. Omvang en regionale tarieveringsverschillen.

Onvoldoende invulling geven aan zorgplicht kan leiden tot claims (lager schade-uitkering), omdat polissen niet up to date zijn. Door goede invulling te geven aan bereikbaarheid (telefonisch/chat/videobellen) kunnen polissen eerder worden geactualiseerd en zijn de gegevens over wat wel of niet verzekerd is beter bekend bij klant en verzekeraar en kom je niet voor onverwachte verrassingen te staan.

In 2019 heeft J.W. Koskamp onderzoek gedaan naar klanten binnen de Rabobank. Zijn vraagstuk was destijds wat de invloed was van stoppende boeren op de Food & Agri portefeuille van de Rabobank. In het onderzoek van Koskamp zijn 15 boeren geïnterviewd. Uit dit onderzoek blijkt namelijk dat de agrariërs na hun bedrijfsbeëindiging niet direct hun gebouwen slopen of verkopen. Om deze reden zullen de gebouwen en etc. verzekerd moeten blijven. De agrariërs in het onderzoek waren tussen de 49 en 72 jaar oud en zonder opvolger. Ze kregen vragen over wanneer men de grond en gebouwen zouden willen verkopen bij bedrijfsbeëindiging. Het moment dat de ondervraagden aangaven hun grond te verkopen was:

- Wanneer men liquide middelen nodig heeft voor andere plannen.
- Voor het verlagen van de lasten.
- Een zorgeloos leven leiden.
- Het willen helpen van hun kinderen.
- Wanneer de rest van het bedrijf verkocht wordt.

Vervolgens komt de vraag naar voren wat de gestopte agrariërs zouden doen met het vrijkomende vermogen. Hierbij kwamen de volgende punten naar voren, ze willen:

- Wensen realiseren.
- Lasten verlichten.
- Financieel onbezorgd leven leiden.
- Hun kinderen ondersteunen.

Wat hier opvalt is dat het vermogen amper wordt geherinvesteerd. Ook gaven ze aan een deel van de opbrengst te beleggen, omdat spaargeld niet veel oplevert. Tevens werd er aan de klant gevraagd wat men van de Rabobank verwacht bij het beëindigen van de onderneming. Hierbij gaven de meesten aan dat ze persoonlijke aandacht zouden willen en advisering rondom de bedrijfsbeëindiging. Verder verwachten ze een objectief antwoord of het verkopen van grond noodzakelijk is (Koskamp, 2019).

1.9 Aanleiding onderzoek

Aan de hand van deze informatie en de bronnen die hierboven beschreven zijn, zijn er een aantal zaken die aanleiding hebben op dit onderzoek. In de inleiding hierboven is eerst beschreven waarom verzekeren belangrijk is en hoe agrariërs zich in het buitenland beschermen tegen risico's. Als we dan terug gaan naar het verzekeren in Nederland valt te zien dat Nederland tegen andere problemen aanloopt qua risicobeheer. Dit komt omdat Nederland een ontwikkeld land is en hierin altijd voorop loopt. Daarom wil Nederland, zoals ook blijkt uit hoofdstuk 1.7, voorop lopen met risicobeheer en de risico's nog meer beperken. Om te bepalen of risico's in de toekomst beperkt kunnen worden is het van belang om te weten wat ondernemers in de toekomst gaan doen. Hiervoor zullen dus de ontwikkelingen en de trends in het risicobeheer onderzocht moeten worden. Daarnaast speelt er bij de Rabobank de vraag hoe men klanten efficiënter kan bedienen, omdat men nu soms tijd te kort komt om voor alle klanten op tijd de polissen te checken, zoals ook staat beschreven in hoofdstuk 1.8.

Op basis van deze vraagstukken wordt er onderzoek gedaan wat de strategie en ontwikkeling is van agrariërs in de regio Twente Achterhoek. Daarmede wordt er onderzocht of de klanten van de Kring Twente Achterhoek tevreden zijn over hun verzekeraar. Het risicobewustzijn bij ondernemers wordt ook steeds belangrijker om internationaal aan verplichtingen te kunnen doen.

Dat leidt dan tot de volgende hoofd- en deelvragen die in de volgende paragraaf beschreven worden.

1.10 Onderzoeksvragen

Hoofdvraag:

Op welke manier ontwikkelen agrarische ondernemers zich op het gebied van risicobeheer en kun je met deze kennis het bedieningsmodel aanpassen?

Met deze hoofdvraag wil men erachter komen op welke manier agrarische ondernemers zich ontwikkelen. Bij ontwikkelen kun je denken aan stoppen, uitbreiden, verbreden, etc. De wijze van ontwikkeling is van belang om klanten goed van dienst te zijn en om mee te denken met de situatie waarin ondernemers zich bevinden. De antwoorden hierop kunnen invloed hebben op hoe klanten bediend moeten worden. Zo zijn er verschillende manieren van bediening. De manier van bediening kan per persoon anders zijn, maar ook per bedrijf(situatie).

Deelvraag 1:

In welke richting(strategie) ontwikkelen klanten van Rabobank Twente Achterhoek zich?

Voor deze deelvraag wordt de strategie van de klanten van de Rabobank kring Twente Achterhoek onderzocht.

Deelvraag 2:

Zijn klanten tevreden bij de Rabobank en hoe risicobewust gaan ze met risico's om?

Met deze deelvraag wordt onderzocht of klanten van de Rabobank kring Twente Achterhoek tevreden zijn over de huidige manier van bediening. Daarnaast wordt er onderzocht hoe risicobewust ondernemers zijn.

Deelvraag 3:

Wat zijn trends in risicobeheer en risicobewustzijn die Achmea in de agrarische sector en bij haar klanten ervaart?

Deze deelvraag probeert de enquête met een interview te ondersteunen. Het kan een bevestiging zijn van ontwikkelingen en risicobewustzijn van klanten bij de Rabobank. Maar het kan ook zijn dat er grote verschillen uitkomen. Dit zou dan kunnen leiden tot een eventueel vervolg onderzoek.

Om te onderzoeken wat de strategie is van ondernemers en hoe ze tegen het risicobewustzijn aan kijken, kan beantwoord worden op welke manier de ondernemers zich ontwikkelen met oog op het risicobeheer. Als er goed in beeld is gebracht hoe agrarische ondernemers zich ontwikkelen, kan men zich af vragen of er voor deze ondernemers het juiste bedieningsmodel gebruikt wordt. Deelvraag 3 probeert hier aanvulling en/of bevestiging op te geven door Aloys van der Burgt van Achmea te interviewen. Hiermee wordt het onderwerp belicht vanuit een andere partij en dit zorgt ervoor dat het onderzoek betrouwbaarder wordt. Hierdoor wordt het onderwerp ook van een andere kant belicht. Hij kan aanvulling geven op de bevindingen die zijn gedaan bij de Rabobank, maar ook bevindingen bevestigen. Bovendien kan het de enquête en resultaten hiervan, duidelijker maken en zal de betrouwbaarheid en validiteit toenemen. Hiermee kan het advies wat geschreven wordt richting de Rabobank versterkt worden.

1.11 Doelstelling

Door te onderzoeken welke strategie agrarische ondernemers in de regio Twente Achterhoek toepassen, is van belang om te weten hoe klanten bediend moeten worden. Ook is het noodzakelijk om mee te kunnen denken met de klanten. Door kennis te hebben van je klanten zal dit bij de klanten positief overkomen en zal dit de klanttevredenheid kunnen verhogen. Tevreden klanten zijn belangrijk, omdat een tevreden klant ook een blijvende klant is. Als Rabobank zijnde moet je het ook juist van de blijvende klanten hebben, op deze klanten wordt er door de jaren heen de meeste provisie gemaakt.

Naast het onderzoeken in welke richting de ondernemers zich ontwikkelen, wordt er onderzocht welke trends er zijn in het risicobeheer en het risicobewustzijn van de ondernemers. Tevens is het doel om erachter te komen hoe ondernemers het liefst informatie versterkt krijgen over het risicobewustzijn en de omgang met risico's op een agrarische bedrijf. Deze resultaten kunnen dan vergeleken worden met de resultaten uit het onderzoek van de WUR, waarbij specialisten deze vraag hebben beantwoord.

2. Materiaal en methode

2.1 Materiaal

Om antwoord te geven op de onderzoeksvragen is er een onderzoek uitgevoerd bij klanten van de Rabobank. Hiervoor is het klantenbestand van de Rabobank Kring Twente Achterhoek gebruikt. Via emailadressen is er een enquête gestuurd naar 300 agro klanten die bediend worden via een persoonlijke risicospecialist (buitendienst). Deze 300 agro klanten zijn samengesteld door vier risicospecialisten en daar 75 agro klanten van gebruikt. Daarnaast zijn er emailadressen gebruikt van 300 agro klanten die bediend worden via de desk (binnendienst), dit waren de 300 agro klanten van Rabobank Verzekeren met de hoogste provisie. Bovendien is er voor het onderzoek een enquête opgesteld die antwoorden en informatie hebben gegeven op de hoofd- en deelvragen. De enquête is opgenomen in bijlage 1. Om inzage te krijgen in het klantenbestand en om de enquête te versturen, stond de student als stagiair ingeschreven bij de Rabobank en heeft de student een geheimhoudingsverklaring getekend. Voor de enquête is het programma Google Forms gebruikt. De kwantitatieve resultaten van de enquête zijn verwerkt en overzichtelijk weergegeven via het programma Excel. Voor het beantwoorden van deelvraag 3 is er een interview gehouden met Aloys van der Burgt, agrarisch specialist Achmea Agro. Hiervoor is een laptop met Teams gebruikt. Ook zijn de onderwerpen en interviewvragen die besproken zijn tijdens het gesprek vooraf grofweg op rij gezet. Deze interviewvragen zijn te vinden in bijlage 2.

2.2 Methode

Om de hoofd- en deelvragen te beantwoorden zijn er twee enquêtes verstuurd. Eén enquête naar 300 klanten in de buitendienst en één enquête naar 200 klanten die bediend worden via de desk (binnendienst). Het betreft Food & Agri klanten van de Rabobank Kring Twente Achterhoek die bij de Rabobank verzekerd zijn. Over de klanten die bediend worden in de binnendienst is minder bekend, omdat het persoonlijk aanspreekpunt ontbreekt. Van de klanten die bediend worden door de buitendienst zijn de risico specialisten beter op de hoogte. Daarnaast is er gekeken of er een verschil is tussen klanten in de binnen- en buitendienst. Om deze reden zijn er ook twee enquêtes verstuurd. De enquête, die te vinden is in bijlage 1, is verstuurd naar de 300 klanten die bediend worden door de buitendienst. De enquête die verstuurd is naar klanten die bediend worden door de binnendienst, is nagenoeg hetzelfde alleen de benaming in vraagstelling is anders. Tevens is de enquête in twee keer verstuurd om zo duidelijk onderscheid te hebben in de binnen- en buitendienst. Omdat de respons in eerste instantie tegenviel, is er besloten om een reminder te sturen naar alle klanten. Daarnaast is er voor gekozen om de klanten die bediend worden in de binnendienst te verhogen naar 300. Hiermee kwam het totaal op 600 klanten.

De enquête is verstuurd onder de naam van de Rabobank en de student verstuurd. Om een onderzoek neer te zetten met een betrouwbaarheidspercentage van 95% en een foutenmarge van 5%, dienden er van de 600 verstuurde enquêtes 208 ingevulde enquêtes gerespondeerd te worden. Om een betrouwbaarheidspercentage van 85% met foutenmarge van 5% waren er 134 ingevulde enquêtes nodig (Steekproefcalculator, 2021). Het doel was om een zo hoog mogelijk respons te krijgen, zodat de betrouwbaarheid toeneemt. Hierdoor is de kans bij herhaling van het onderzoek dat de resultaten hetzelfde zijn groter. Wanneer het aantal van 134 ingevulde enquêtes niet behaald zou worden, zou het onderzoek niet betrouwbaar genoeg zijn. In dat geval had er gekeken moeten worden naar andere mogelijkheden om het aantal respondenten hoger te krijgen en de betrouwbaarheid te verhogen. Er had ook gekozen kunnen worden om via eigen netwerk de enquête te verspreiden onder agrariërs, zoals bijvoorbeeld via Facebook of Whats app. Dit zou echter niet het gewenste doel van het onderzoek zijn geweest, omdat het de groep klanten binnen de Rabobank

Kring Twente Achterhoek betreft en het advies hierop gebaseerd is. Wanneer de respons van de enquête onder de 134 respondenten was gekomen, was het verstandig geweest om toch een dergelijke optie te onderzoeken. Het versturen van de enquête binnen eigen netwerk had een indicatie kunnen geven waardoor er via deze wijze een betrouwbaar en valide advies gegeven had kunnen worden. Echter is het zover niet gekomen in het onderzoek en is er gekozen om een reminder te versturen naar de respondenten om de respons nog een extra impuls te geven.

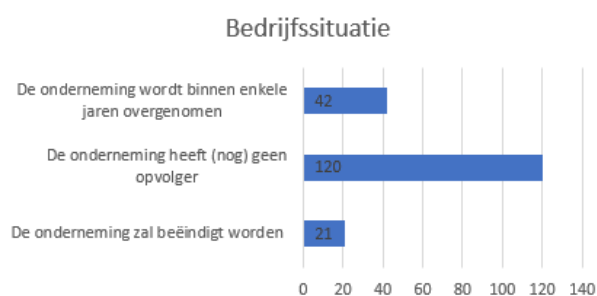
De enquête is voor het versturen goedgekeurd door de directie van Kring Rabobank Twente Achterhoek. Het onderzoek bestaat uit een kwalitatief gedeelte en een kwantitatief gedeelte. Het kwantitatieve gedeelte bestaat uit een enquête die is gehouden onder een deel van de klanten van de Rabobank. In de enquête zat ook een kwalitatief gedeelte, dit was de open vraag aan het einde van de enquête. Daarnaast bestond het kwalitatieve gedeelte van het onderzoek uit een interview die gehouden is met Aloys van der Burgt, risicospecialist Achmea Agro. Door het combineren van een kwalitatief en kwantitatief onderzoek, is het onderzoek betrouwbaarder geworden en heeft dit de validiteit bevordert.

Hieruit is gebleken hoe ondernemers zich ontwikkelen op het gebied van risicobeheer. Daarnaast zijn er door de ontwikkelingen te analyseren conclusies getrokken of klanten tevreden zijn en of het bedieningsmodel eventueel aan gepast zou moeten worden om de klanten beter van dienst te kunnen zijn.

Deelvraag 1:

In welke richting(strategie) ontwikkelen klanten van Rabobank Twente Achterhoek zich?

Deze deelvraag is beantwoord door een enquête, opgenomen in bijlage 1, te sturen naar 600 Food & Agri klanten die bediend worden vanuit de binnen- en buitendienst. De vragen 1 t/m 4 uit de enquête hebben betrekking op deze deelvraag. Hieruit zijn er resultaten naar boven gekomen aan de hand van vragen die verwerkt zijn in de enquête. De resultaten zijn overzichtelijk weergegeven in staaf- en cirkeldiagrammen. Een voorbeeld hoe onder andere vraag 3 verwerkt is, is hieronder te zien in figuur 4.

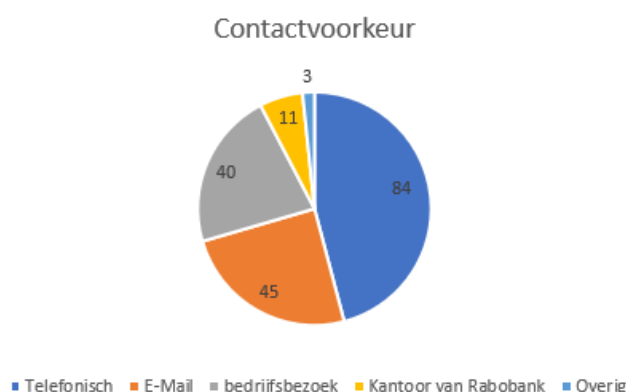


Figuur 4: Voorbeeld tabel verwerken van de resultaten.

Deelvraag 2:

Zijn klanten tevreden bij de Rabobank en hoe risicobewust gaan ze met risico's om?

Deze deelvraag is beantwoord door een enquête, opgenomen in bijlage 1, te sturen naar 600 Food & Agri klanten die bediend worden vanuit de binnen- en buitendienst. De vragen 5 t/m 19 maken deel uit van deze deelvraag. Uit de vragen wordt namelijk duidelijk of de klanten tevreden zijn bij de Rabobank en hoe deze tevredenheid vergroot zou kunnen worden. Dit heeft ook te maken hoe de klant bediend wil worden. Hierover moeten de vragen 11 t/m 13 antwoord op geven. Daarmede komt het risicobewustzijn in de vragen 14 t/m 17 naar voren. De resultaten van dit risicobewustzijn zijn vergeleken met het onderzoek die beschreven staat in paragraaf 1.7. De resultaten hiervan zijn op dezelfde manier als de eerste deelvraag verwerkt, in grafieken en tabellen via Excel. Een voorbeeld hoe vraag 12 verwerkt is, is hieronder te zien in figuur 5.



Figuur 5: Voorbeeld tabel verwerken van resultaten.

Deelvraag 3:

Wat zijn trends in risicobeheer en risicobewustzijn die Achmea in de agrarische sector en bij haar klanten ervaart?

Deze deelvraag wordt beantwoord door een interview te houden met Aloys van der Burgt, risicospecialist verzekeren binnen Achmea Agro. Het interview met Aloys van der Burgt is voor het versturen van de enquête verricht om zo eventuele toevoegingen van hem te verwerken in de enquête. Het interview is een ongestructureerd interview waarbij de volgende onderwerpen besproken zijn: trends, risicobewustzijn, verzekeraarbaarheid, klantbediening, strategie agrariërs en ontwikkelingen. Door het interview ongestructureerd te laten, vond er interactie plaats tussen de interviewer en de respondent. Hierdoor heeft de respondent zijn verhaal en ervaringen makkelijker kunnen vertellen en heeft de interviewer hierop kunnen doorvragen.

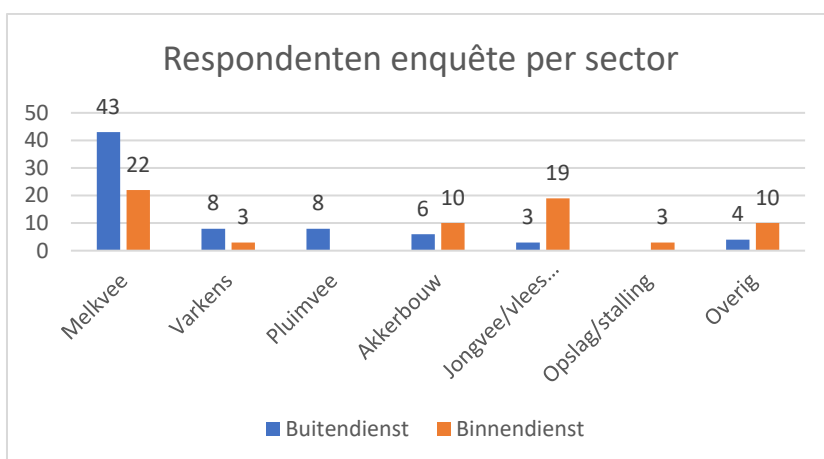
Het interview is afgenomen via Teams en is vervolgens getranscribeerd. Coderen was in dit geval niet noodzakelijk, omdat het om één interview gaat. Vervolgens is er geprobeerd of er verbanden zijn met de uitkomsten van de enquête en het interview. Bevestigingen van de enquête en het interview worden in de resultaten weergegeven met citaten vanuit het gesprek.

3. Resultaten

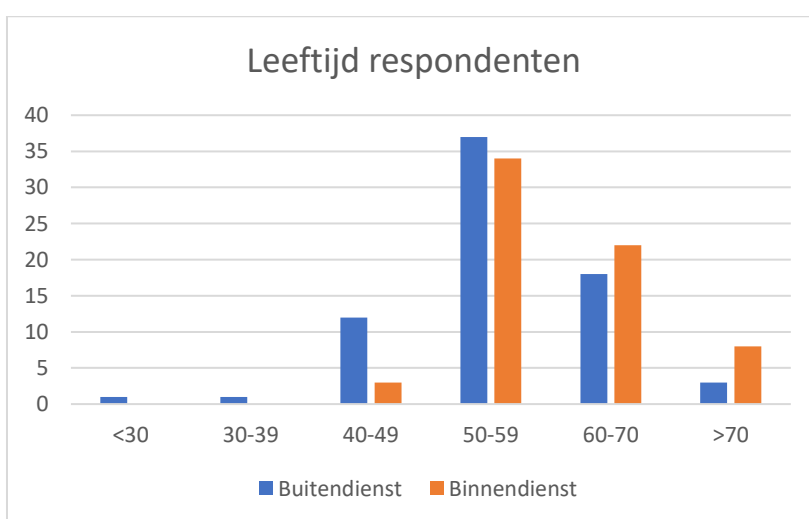
In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek weergegeven. Eerst volgt een inleiding met verschillende kengetallen en basisinformatie over de respondenten. Vervolgens worden de resultaten per deelvraag weergegeven. In de eerste twee deelvragen zijn de belangrijkste en de meest opvallende resultaten uit de enquête weergegeven. In deelvraag 3 worden de uitkomsten van het interview beschreven.

	Aantal klanten:	Respons:	Responspercentage:	Betrouwbaarheidsniveau:	Foutmarge:
Buitendienst (risicospecialist)	299	72	24,0%	90%	8%
Binnendienst (desk)	286	67	23,4%	90%	9%
Totaal	585	139	23,8% (gemiddeld 27%) (Fraze et al., 2003).	90%	6%

Tabel 5: Overzicht kengetallen enquête.



Figuur 6: Aantal respondenten enquête, per sector weergegeven.



Figuur 7: Gemiddelde leeftijd van de ondernemers (exclusief grootouders).

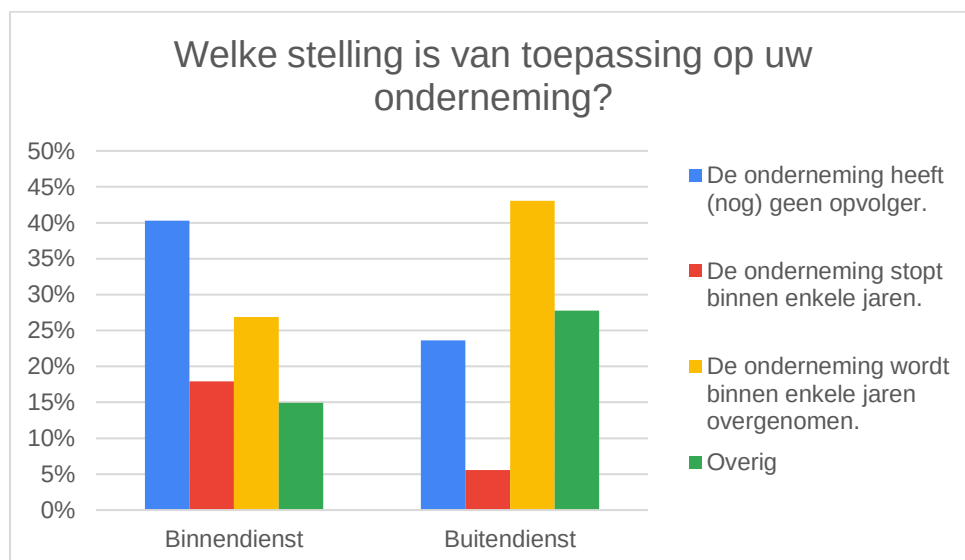
In tabel 5 zijn kengetallen te vinden die betrekking hebben op de enquête. Hieruit blijkt dat er in totaal 139 respondenten gereageerd hebben na het versturen van een reminder. Dit heeft een totale respons van 23,8% het gemiddelde respons onder agrariërs via de mail ligt op 27% (Fraze et al., 2003). Het betrouwbaarheidsniveau is 90% met een foutenpercentage van 6%. Als voorbeeld betekent dit wanneer uit de enquête 60% melkvee blijkt te hebben, dat er over de totale populatie met 90% zekerheid valt te zeggen dat tussen de 54% en 66% melkveehouder is.

In figuur 6 is de verdeling te zien over de verschillende sectoren. De klanten die bediend worden door de binnen- en buitendienst zijn niet volledig met elkaar te vergelijken, omdat er iets meer respondenten zijn van klanten die bediend worden door de buitendienst, dit geldt ook voor de sectoren onderling. Maar het geeft wel een indicatie over de verdeling. Hierdoor zijn er geen significante verschillen te ontdekken en was statistische toetsing niet mogelijk. Bij de sector overig moet men denken aan onder andere een paardenmanege, hoveniersbedrijf, boomteelt, kwekerij en houtbewerkingsbedrijf. Daarnaast is te zien dat het aantal varkens- en pluimveebedrijven hoger ligt bij klanten die bediend worden door de buitendienst dan door de binnendienst. Daarnaast zien we dat er meer jongvee/vleesvee bedrijven bediend worden via de binnendienst.

Figuur 7 geeft een weergave van de leeftijdscategorieën waar de ondernemers zich in bevinden. Hierin kun je zien dat de leeftijd van de buitendienst iets lager ligt dan de binnendienst. In de volgende paragraaf wordt gekeken of de leeftijdsgroepen 50-59 en 60-70 opvolgers hebben.

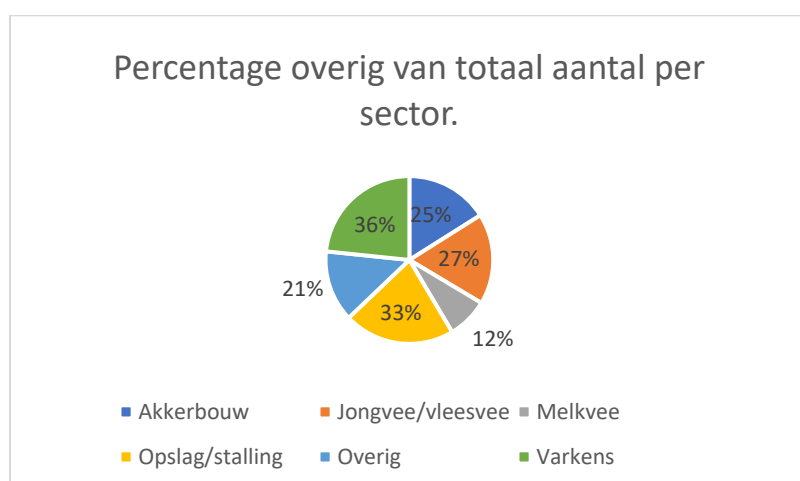
3.1 Resultaten deelvraag 1: In welke richting(strategie) ontwikkelen klanten van Rabobank Twente Achterhoek zich?

Om deze deelvraag te kunnen beantwoorden moet er gekeken worden naar de eerste vier vragen binnen de enquête. Daarnaast moeten er vragen met elkaar vergeleken worden om te bepalen of er verbanden bestaan tussen bepaalde groepen.



Figuur 8: Toekomst/opvolging status onderneming.

In figuur 8 is te zien of er bedrijfsopvolging gaat plaatsvinden. Hierin is te zien dat er vooral klanten, die bediend worden door de buitendienst, er veel bedrijfsovernames plaats zullen vinden. Als we dan kijken naar de sector waar de meeste overnames zullen zijn, is dit melkveehouderij. Van alle melkveehouders geeft 51% aan dat het bedrijf binnen enkele jaren over wordt genomen. Terwijl dit bij de varkenshouderij het laagst is met 18%. In de categorie 'overig' is te zien dat er veel varkenshouders voor deze optie gekozen hebben. Zie figuur 9.



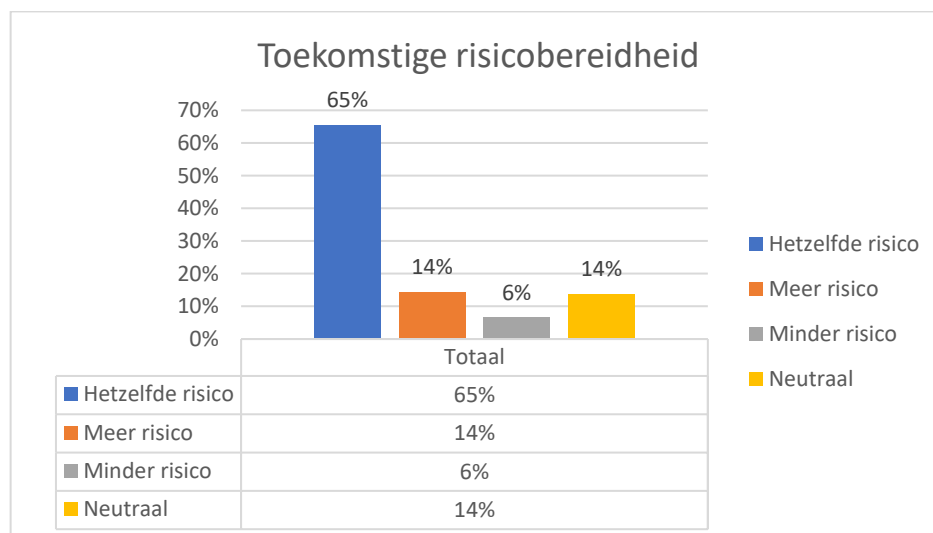
Figuur 9: Percentage 'overig' op de vraag wat de toekomst van de onderneming is.

Tabel 6: Toekomstplannen onderneming.

Sector	Noodzakelijk	Uitbreiding	Neventak	Overig
Akkerbouw	54%	15%	8%	23%
Jongvee/vleesvee	70%	5%	10%	15%
Melkvee	54%	29%	8%	8%
Opslag/stalling	100%	0%	0%	0%
Overig	62%	23%	0%	15%
Pluimvee	50%	25%	13%	13%
Varkens	40%	30%	0%	30%
Eindtotaal	57%	22%	7%	14%

Tabel 6 geeft procentueel aan welke plannen de ondernemers in de toekomst hebben. Deze tabel geeft een weergave van vraag 4 uit de enquête per sector. Er is gekozen om de uitkomsten procentueel weer te geven, zodat sectoren onderling met elkaar vergeleken kunnen worden. De kolom 'noodzakelijk' betekent dat alleen de noodzakelijke investeringen de komende vijf jaar gedaan worden. De kolom 'uitbreiding' betekent dat men de hoofdtek van de onderneming binnen 0-5 jaar uit gaat breiden. De kolom 'neventak' betekent dat de komende jaren de onderneming zich in wil zetten voor een neventak of een verbreding van het bedrijf. Wat in deze tabel opvalt, is dat het percentage 'overig' bij varkenshouders erg hoog ligt, net als bij vraag 3 van de enquête.

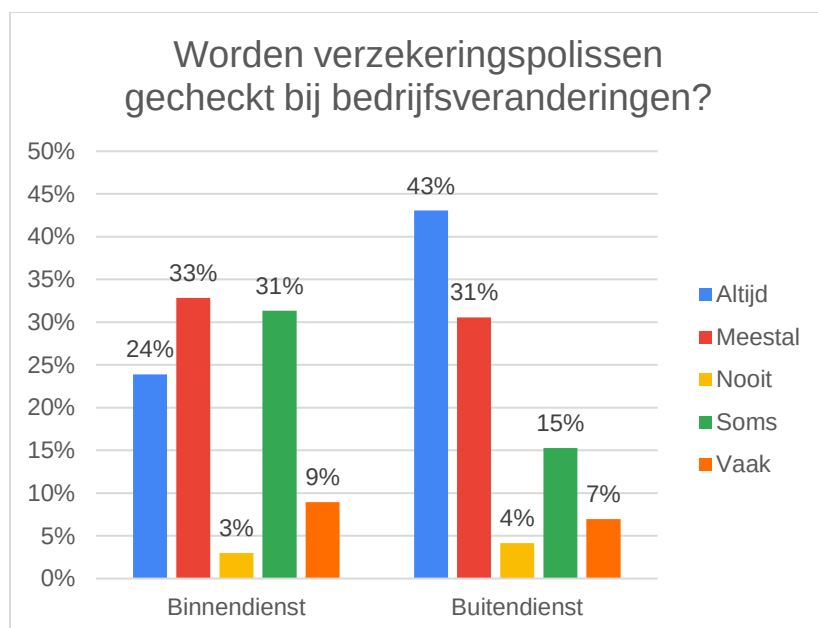
Kijkend naar de ontwikkeling in de risicobereidheid van de ondernemers zijn er geen opvallende waarnemingen. Van de respondenten gaf 14% aan meer risico te willen nemen, ook is er een klein deel van de klanten die minder risico willen nemen, namelijk 6%. Dit is te zien in figuur 10.



Figuur 10: Toekomstig risicobereidheid.

3.2 Resultaten deelvraag 2: Zijn klanten tevreden bij de Rabobank en hoe risicobewust gaan ze met risico's om?

Veel vragen uit de enquête gaan over de klanttevredenheid en het risicobewustzijn. De belangrijkste waarnemingen om deze vraag te kunnen beantwoorden, worden in deze paragraaf weergegeven.



Figuur 11: Worden verzekeringspolissen gecheckt bij bedrijfswijzigingen?

Uit de enquête vragen 5 en 6 is naar voren gekomen dat er bij de klanten die bediend worden door de binnendienst minder vaak naar de verzekeringspolissen wordt gekeken. Meer dan 30% geeft aan 'soms' naar hun polissen te kijken wanneer een bedrijfswijziging plaatsvindt. Bij de klanten die bediend worden door de buitendienst is te zien dat 43% van de klanten 'altijd' hun verzekeringspolissen checkt bij een wijziging van het bedrijf, dit is te zien in figuur 11. Als er gekeken wordt naar het verband tussen de klanten die hun verzekeringspolissen checken en daadwerkelijk hun wijziging doorgeven, zijn er weinig verschillen. Een volledige grafiek van de overeenkomsten tussen het checken van de polissen en het melden van bedrijfswijzigingen staan in bijlage 3.3.

57% van de klanten van de Rabobank hebben afgelopen half jaar voor het laatst contact gehad. In vergelijking tussen klanten die bediend worden door de binnen- en buitendienst zien we dat hier weinig verschillen zijn, de grafiek hiervan is te zien in bijlage 3.4. De mate waarin klanten tevreden zijn over de contactfrequentie geven de klanten, die voor het laatst tussen de 1 en 3 jaar contact hebben gehad, aan minder tevreden te zijn. Daarnaast zijn er amper klanten die meer dan 3 jaar geen contact hebben gehad met de Rabobank. Deze resultaten zijn ook te vinden in tabel 7.

Tabel 7: Laatste keer contact ten opzichte van de tevredenheid over contactfrequentie.

Periode tot laatste contact	Zeervred	Tevreden	Neutraal	Ontevreden	Zeervred	Totaal
0-6 maand(en) geleden	13	36	26	1	3	57%
7-12 maanden geleden		11	14	3		20%
1-3 jaar geleden	1	6	11	9	1	20%
4-5 jaar geleden		1				1%
>5 jaar geleden			2		1	2%

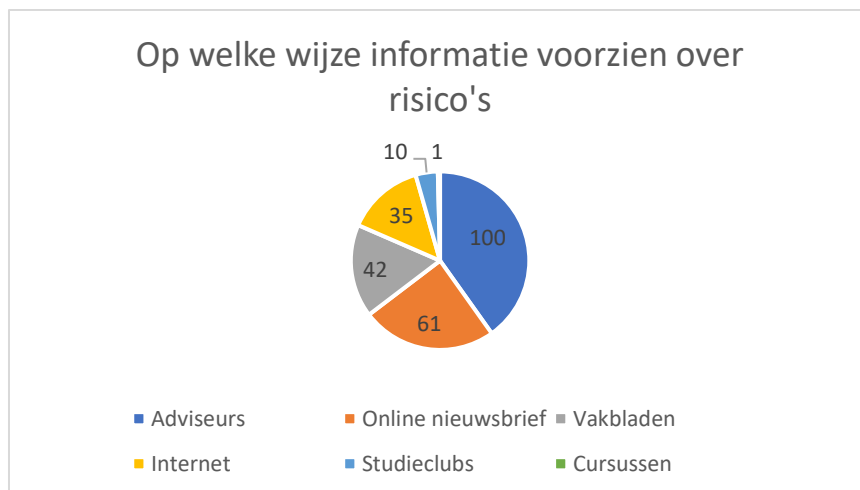
In bijlage 3.6 staat weergegeven welke contactfrequentie de voorkeur heeft bij de verschillende groepen. Hierin is te zien dat klanten die bediend worden door de buitendienst gemiddeld meer contact zouden willen hebben dan klanten die bediend worden door de binnendienst. Daarnaast valt op dat de varkens- en pluimveesectoren vooral eens per jaar contact zouden willen hebben, waarvan enkele zelfs twee keer per jaar.

Naast de contactfrequentie is het ook belangrijk om te weten op welke manier van contact de klanten van de Rabobank hun voorkeur geven. Dit kan zijn telefonisch, een bedrijfsbezoek, per mail, maar ook op het kantoor van de tussenpersoon. Als vuistregel geldt dat de klanten in de binnendienst bediend worden via de telefoon en per mail en dat klanten in de buitendienst hoofdzakelijk bediend worden door een bedrijfsbezoek met een risicospecialist. Er is gekozen om de enquête te sturen naar de 300 klanten met de hoogste provisies. Het kan dus voorkomen dat enkele klanten die bediend worden door de binnendienst ook af en toe een bedrijfsbezoek krijgen, omdat de risico's en de omvang groot zijn. Hierdoor komt het voor dat er bij de klanten die bediend worden door de binnendienst ondernemers zitten die contact hebben gehad door middel van een bedrijfsbezoek, maar waar de Rabobank niet genoeg provisie ophaalt dat het rendeert. In bijlage 3.5 is te zien dat meer dan de helft (54%) van de klanten graag een bedrijfsbezoek willen hebben. Daarnaast is er ook een groep van 9% die een combinatie van een bedrijfsbezoek en telefonisch contact wil hebben. Ook in de categorie buitendienst is te zien dat meer mensen een bedrijfsbezoek zouden willen hebben dan dat er sprake van is, namelijk 24% meer. Hierbij zien we dat dit vooral de klanten zijn die op de huidige manier via de telefoon bediend worden.

Kijkend naar het risicobewustzijn van de klanten en het eigen initiatief van ondernemers, wil 72% van alle klanten door de Rabobank periodiek benaderd worden voor een check van de polissen. 28% geeft aan zelf het initiatief te nemen voor het veranderen van de polissen, 64% hiervan wordt bediend via de binnendienst. Dit is weergegeven in bijlage 3.7.

In bijlage 3.8 is weergegeven of ondernemers zelf denken goed genoeg op de hoogte te zijn van de risico's in de agrarische sector. Hierin is te zien dat veel ondernemers op de hoogte denken te zijn van risico's in de agrarische sector. In de jongere leeftijdscategorieën is te zien dat ondernemers bewuster zijn van de risico's, maar meer informatie hierover willen ontvangen. Dit is bij de oudere leeftijden van 60+ minder. Tevens zijn er geen verschillen geconstateerd tussen klanten die bediend worden door de binnen- en buitendienst.

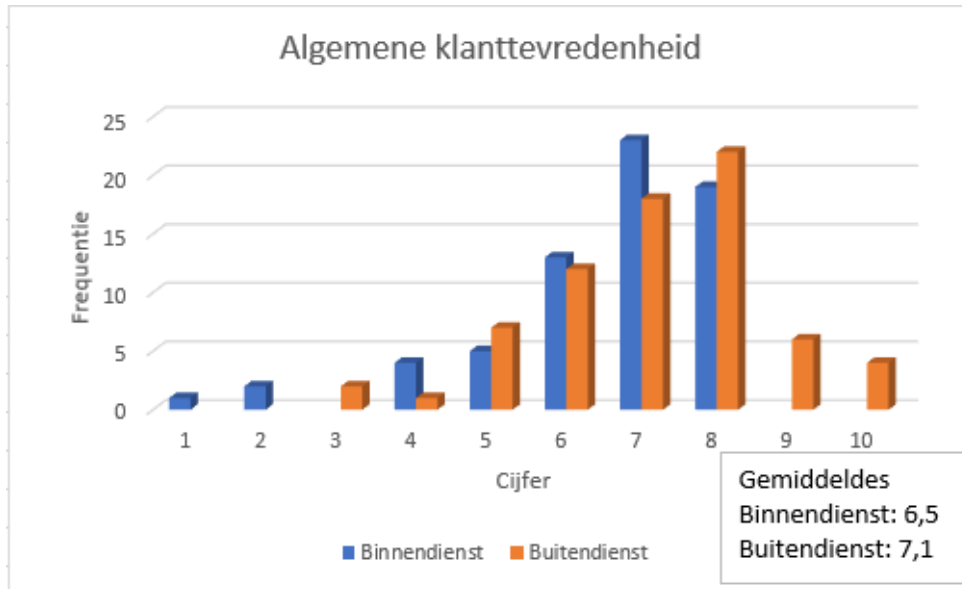
Als er vervolgens gekeken wordt voor wie de taak is weggelegd om ondernemers bewust te laten maken van risico's, door de ogen van ondernemers. Hieruit komt naar voren dat er hiervoor een belangrijke rol is weggelegd voor de verzekeraars. Ook accountants en de overheid worden vaak genoemd als belangrijk partner. Vervolgens is de vraag gesteld op welke wijze informatie beschikbaar zou moeten zijn voor de ondernemers. Hieruit is naar voren gekomen dat dit vooral de taak van adviseurs is. Ook online nieuwsbrieven komen hierin veelvuldig naar voren. Dit is te zien in figuur 12. Bovendien zijn de resultaten over het risicobewust zijn te zien in bijlage 3.9.



Figuur 12: Op welke wijze informatie voorzien van risico's.

Er is ook gevraagd aan de respondenten waarin een verzekeraar voor de klanten onderscheidend is. Dit is te zien in bijlage 3.10. Hieruit blijkt dat een snelle en goede afhandeling van de schade en korte lijnen met een specialist, als erg belangrijk wordt bestempeld. Ook kennis van de sector/markt wordt als belangrijk ervaren. De prijs van het product volgt hierop. Als er gekeken wordt naar verschil tussen klanten die bediend worden door de binnen- en buitendienst zien we vooral dat klanten die bediend worden door de binnendienst vaker aangeven dat ze 'persoonlijke aandacht' en 'bereikbaarheid en reactiesnelheid' belangrijk vinden.

In de enquête is ook gevraagd naar de tevredenheid als klant voor de Rabobank Verzekeren (zie figuur 13). De gemiddelde algemene tevredenheid ligt bij de klanten die bediend worden door de binnendienst op 6,5. De gemiddelde algemene tevredenheid die bediend worden door de buitendienst ligt op 7,1. In de binnendienst zijn er 12 onvoldoendes gevallen dit is 18%. In de buitendienst zijn er 10 onvoldoendes gevallen dit is 14%.



Figuur 13: Algemene klanttevredenheid in cijfers.

3.3 Resultaten deelvraag 3: Wat zijn trends in risicobeheer en risicobewustzijn die Achmea in de agrarische sector en bij haar klanten ervaart?

Voor het beantwoorden van deze deelvraag heeft er een interview plaats gevonden met Aloys van der Burgt. Aloys is ruim 30 jaar werkzaam voor Achmea Agro en is agrarisch specialist. Aloys ondersteunt adviseurs. Het interview was een open gesprek waarbij er een aantal hoofdzakelijke vragen voorbereid waren. Deze vragen staan in bijlage 2. Om antwoord te geven op de deelvraag zullen er citaten van Aloys gebruikt worden.

Op de vraag welke ontwikkelingen er spelen in de agrarische verzekeringsmarkt geeft Aloys het volgende antwoord.

“In het kader van verbreding kan er van alles op een bedrijf bijkomen, waardoor het risico van de maatschappij net even anders komt te liggen.”

“Je ziet enerzijds dat het groter, gespecialiseerder wordt, en anderzijds dat er natuurlijk niet altijd mogelijkheden zijn om groter te worden, te kijken of er in de verbreding wat te doen is”

“Bedrijven die steeds groter worden, daar hebben we inderdaad wel graag dat dit op tijd kenbaar wordt gemaakt. We zien helaas wel een ontwikkeling dat als het fout gaat, het dan met hele grote bedragen gemoeid gaat.”

“De grenzen van verzekeraarbaarheid die zijn wel in zicht. Zeker in de intensieve veehouderij zien we dat er strikter gekeken wordt van willen we het wel verzekeren. Vroeger was het hoe groter, hoe aantrekkelijker voor de verzekeraars, maar dat is al lang weg”.

Op de vraag of de verzekeraar zou moeten worden meegenomen in de plannen van het bouwen van een nieuwe stal, wordt er als volgt geantwoord.

“Ja, dat moet echt meegenomen worden. Dat moet tussen de oren van architecten, dat moet tussen de oren van ondernemers en dat moet ook tussen de oren van de accountmanagers en bij de adviseurs.”

“Je ziet wel de aandacht van die brandveiligheid van een aantal maatschappelijk organisaties die ook in de politiek actief zijn en waardoor de politiek ook al wat zaken heeft aangescherpt. Binnenkort komen er concrete regels voor bestaande bedrijven, zodat ze de brandveiligheid meer onder de aandacht moeten brengen.”

Op de vraag of polissen goedkoper worden wanneer ondernemers maatregelen nemen om de brandveiligheid te verbeteren, geeft Aloys het volgende antwoord.

“Het andere is eigenlijk aan de hand, dat als er niets gedaan wordt op het gebied van brandveiligheid is de verzekeraarbaarheid eigenlijk gewoon in het geding en is het eerder zo dat verzekeraars niet meer verzekeren als er niet een bepaald niveau van brandveiligheid aanwezig is.”

Aloys snapt goed dat het wenselijk is dat de premie verlaagd wordt, maar dat het juist gaat om het verzekeraar blijven van bedrijven. Hij voegt hieraan toe dat dat ze nog wel in een concurrerende markt zitten, waardoor heel af en toe de premies hierdoor wel omlaaggaan. Hij ziet wel dat Klaverblad en ASR zich aan het terugtrekken zijn.

Aloys maakt zich nog niet helemaal zorgen en ziet dat er nog wel een aantal agrarische aanbieders zijn in de markt. “Gelukkig maar voor de ondernemers dat er nog wel een stuk of 3, 4 of 5 die zich in die agrarische markt opstellen.” Hij voegt hieraan toe dat dit goed is en de markt scherp houdt.

Naast het rendement dat afneemt in de intensieve veehouderij, ligt het imago van de intensieve veehouderij op spanning. Hierdoor gaan verzekeraars anders kijken naar deze sector. Bij een stalbrand zal dan de verzekeraar meegenomen worden als één van de partijen die in de sector actief is.

Op de vraag of zonnepanelen verzekeraar zijn geeft Aloys het volgende antwoord.

“Het is verzekeraar, maar wel volgens de spelregels.” Hij voegt eraan toe dat er heel goed gekeken moet worden naar constructies en installaties. “Als er een klant komt met zonnepanelen is dit geen reden van wij gaan hier terughoudend mee om”.

“Zonnepanelen is een verzekeraar element in het beoordelen van een bedrijf. “ Hier voegt hij aan toe dat ze altijd op zoek zijn naar nieuwe klanten zeker in de agrarische sector, omdat dit een markt is die verzadigd is en geen markt waarbij er ineens veel nieuwe toetreders zijn.

Op de vraag af agrariërs genoeg bezig zijn met risico's op een bedrijf geeft Aloys het volgende antwoord.

“Dat is verschillend, je hebt ondernemers die open staan en die bewust zijn van risico's en die ook gewoon preventie zien als iets belangrijkers”.

“Maar de ene ondernemer is daar wat bewuster van dan de andere.” Hij voegt hieraan toe dat ondernemers hun spullen goed voor elkaar willen hebben alleen al om het imago schade te voorkomen.

Op de vraag of de verschillen in risicobewust zijn per sector of leeftijd erg verschillen geeft Aloys het volgende antwoord.

“Ik denk dat dit enerzijds ook te maken met leeftijd, mensen die toch ook al in de tweede helft van hun ondernemerschap zitten die zullen denken, het zal mijn tijd wel duren, en het is altijd goed gegaan waarom zou het nou nog mis gaan.”

“De jonge ondernemers die zien toch eerder om hun heen wat er mis kan gaan, die zien ook wel de ontwikkelingen in de techniek die behoorlijk zijn. Dus daar merk ik van onderweg dat die meer oog en oor hebben voor preventie.” Jonge ondernemers zien dat er voordeel voor iedereen ontstaat als er geen brand ontstaat. Voor de maatschappij, imago en premies.

“Als je praat over risicobewust zijn, dan heb ik het gevoel dat in de pluimveesector, als dit dan komt door de certificeringen die daar meer zijn, kwaliteitssystemen, afnemers die daar misschien meer bovenop zitten. Dat in de pluimvee het gevoel heb dat het risicobewustzijn wat hoger ligt dan in de varkenssector.” Hij voegt hieraan toe dat dit misschien een subjectieve indruk heeft wat hij heeft.

“Je hebt varkensbedrijven die vleesvarkens houden of dat ze met de fokkerij bezig zijn. Met de fokkerij heb je, denk ik, ook te maken met bedrijven die wat zorgvuldiger moeten werken om die fokkerij, dus goed te laten verlopen. Er is dus wat meer zorgvuldigheid of kennis of iets dergelijks... Ik heb het gevoel dat dat ook een aspect is.”

Hij voegt hieraan toe dat er grote verschillen zijn in risicobewust zijn en dat dit misschien subjectief gezegd ook tussen de sectoren zit. De melkveehouderij zit hier een beetje in het midden. Bij melkveebedrijven komt minder brandt voor, omdat er met minder techniek wordt gewerkt in de stallen en minder brandbare materialen.

Op de vraag hoe Aloys tegen mestkelders aan kijkt die kunnen ontploffen antwoordt hij het volgende.

“Welzijn en brandveiligheid staat een beetje op spanning met elkaar”. Hij doelt op de dichte vloeren waarbij de gassen op een minder natuurlijke manier de kelder verlaten en dit risico's tot ontploffing

meebrengt. Ook bedoelt hij met deze uitspraak dat er in de sandwichpanelen op daken wordt gelegd om stallen in de zomer koel te houden, maar dat sandwichpanelen brandgevoelig zijn dan golfplaten.

Op de vraag hoe hij zijn klanten bedient en de vraag dat het niet altijd uit kan om een bedrijfsbezoek in te plannen antwoordt Aloys het volgende.

Hij geeft aan dat ze voor de eerste keer het object altijd gezien willen hebben. Dus een eerste bedrijfsbezoek zal er altijd komen.

Na verder doorvragen en aangeven dat ze bij de bank worstelen met bepaalde provisies en dat het bij bepaalde provisies niet meer rendabel is om ieder jaar langs te komen, antwoorde hij als volgt.

“Je wilt een bepaalde provisie inkomen halen om daar fysiek je advisering te kunnen doen en dat is aan de bank of aan het verzekeringskantoor om vast te stellen kan ik daar iemand jaarlijks naar toe sturen om te praten over de verzekeringen en daar een rapport van te maken, en de provisie die ik daarvoor ontvang, staat die in verhouding daarvoor en dat is aan de Rabobank of verzekeringskantoor.” Hij voegt eraan toe dat er een splitsing ontstaat tussen een intern specialist verzekeren en dat voor de grotere bedrijven een risicospecialist komt aan de keukentafel. Hij geeft hieraan toe dat er hierdoor ook wel eens dingen gemist worden die achteraf verzekerd hadden kunnen worden. Aloys betreurt deze ontwikkeling. Hij geeft aan dat er door luchtfoto's het een en ander nog beoordeeld kan worden.

Verder ziet Aloys ontwikkelingen met automatiseren in de akkerbouw, denk aan zelfrijdende trekkers, ook deze zijn verzekeraar.

4. Discussie

In dit hoofdstuk volgt er eerst een reflectie op het proces van de onderzoeksmethoden. Hier zal kritisch gekeken worden naar de enquête vragen en verloop van het onderzoek. Vervolgens worden de resultaten per deelvraag bediscussieerd en kunnen hier aannames op worden gedaan.

4.1 Reflectie op proces en onderzoeksmethode

Het onderzoek verliep in eerste instantie niet helemaal zoals gewenst. Het versturen van de enquête verliep moeizaam, doordat er problemen waren met de laptop van waar de enquête verstuurd moest worden. Daarnaast duurde het lang voordat de enquête opgemaakt kon worden, omdat er geen zekerheid was op welke wijze de enquête verstuurd zou moeten worden. Dit had deels te maken met het thuiswerken vanwege de corona maatregelen. Nadat dit eenmaal bekend was, is het onderzoek goed verlopen. Bij het definitief vormgeven van de enquête was er goede begeleiding vanuit de Rabobank en ook bij het versturen van de enquête is de student goed geholpen, zodat dit op een goede maar ook veilige manier voor de Rabobank en klanten kon gebeuren. In eerste instantie was de respons 69, dit viel wel een beetje tegen. Om deze reden is ervoor gekozen om een reminder te sturen naar alle klanten en het aantal klanten die bediend worden via de binnendienst te verhogen naar 300 klanten. Hierdoor komt het totaal op 600 klanten. Het totaal is in het onderzoek iets lager uitgevallen doordat een aantal emailadressen dubbel waren en er een aantal emailadressen verouderd waren. Na de reminder en de verhoging van het aantal klanten kwam het aantal respondenten op 139.

Kijkend naar de onderzoeksmethode was het een goede keuze om een aparte enquête te sturen naar de binnendienst en één naar de buitendienst. Hierdoor komen de verschillen tussen de groepen naar voren en kunnen er per groep conclusies worden getrokken. Daarnaast zijn de meeste enquête vragen duidelijk gebleken voor de respondenten. Een aantal meerkeuzevragen hadden andere mogelijkheden moeten hebben. Voor de enquête van de klanten de binnendienst waren er veel bedrijven die jongvee/vleesvee hadden en die dit aangaven bij de keuzeoptie 'anders'. Op voorhand had hier een vaste keuzemogelijkheid van gemaakt moeten worden. Dit geldt ook bij vraag 3, hierbij was het verstandiger geweest om de respondenten een open keuzemogelijkheid te geven zoals 'anders'. Dit geldt ook voor vraag 4 waar gevraagd wordt naar de toekomstplannen van de onderneming. Zeker bij deze vragen is de keuze 'overig' regelmatig gebruikt. Daarnaast had er bij vraag 14 een 4^e keuzemogelijkheid toegevoegd moeten worden. Deze mogelijkheid had dan een tussenweg moeten zijn tussen de 2 en de 3^e keuze. Bijvoorbeeld 'nee, ik zou meer informatie willen'.

Wat betreft de betrouwbaarheid van het onderzoek ligt deze over het gehele onderzoek rond het gemiddelde. Dit komt door het responspercentage van 23,8%. In het hoofdstuk resultaten, zijn er resultaten beschreven die betrekking hebben op alle respondenten. Wanneer sectoren met elkaar worden vergeleken neemt de betrouwbaarheid hiervan af, omdat van sommige sectoren niet veel respondenten zijn. Hierdoor is alert zijn om bepaalde conclusies te trekken tussen sectoren van belang.

4.2 Reikwijdte en interpretatie resultaten

Met de huidige resultaten kan de Rabobank haar bediening aanpassen. Daarnaast geeft het inzicht in het klantenbestand en in de toekomstige ontwikkelingen binnen de verzekeringsmarkt. Tevens geeft het ook bevestigingen van wat er al gedacht werd. Het interview met Aloys van der Burgt geeft hier ook aanleiding toe. Veel ontwikkelingen en actuele problemen worden ook ervaren bij Achmea en meerdere verzekeraars.

Het doel van het onderzoek is om erachter te komen hoe de agrarische ondernemers zich ontwikkelen op het gebied van verzekeren. Door meer inzicht hierin te verkrijgen kan de klantbediening hierop aangepast worden. Het doel is namelijk om tevreden klanten te houden door middel van een goede bediening. Daarnaast is het doel om trends en ontwikkelingen in de verzekeringsmarkt te onderzoeken om met deze kennis de klanten nog beter van dienst te kunnen zijn.

Veel klanten die bediend worden door de buitendienst geven aan een opvolger te hebben die het bedrijf binnen enkele jaren over gaat nemen. Daarnaast zien we dat er weinig bedrijven stoppen die in de buitendienst zitten ten opzichte van klanten die in de binnendienst zitten. Over het algemeen zijn de bedrijven die bediend worden door de buitendienst groter, hierdoor ontvangt de Rabobank een hogere provisie. De grotere bedrijven zijn toekomstbestendiger. In de melkveehouderij worden meer overnames gedaan dan in de varkenshouderij. Dit heeft te maken met het effect van veel stoppende varkenshouders en stoppersregelingen die er zijn vanuit de overheid. Bovendien zien we dat er varkenshouders het meest de optie 'overig' aan geven. Dit kan betekenen dat varkenshouders hopen op een uitkoopregeling.

Bij de toekomstplannen van de bedrijven zien we dat 57% alleen de noodzakelijke investeringen gaan doen in de komende vijf jaar. Echter geeft 22% aan dat zij de komende jaren willen uitbreiden en 7% een neventak wil gaan beginnen. Dit zijn klanten die de Rabobank in de gaten moet houden. Net als de vraag of ondernemers een opvolger hebben, geeft de vraag of de onderneming toekomstplannen heeft ook aanleiding om te denken dat zij hopen op een stoppersregeling.

Het risicobewustzijn van klanten die bediend worden door de buitendienst lijkt groter, doordat zij vaker hun polissen bekijken en dus risico bewuster zijn dan klanten die bediend worden door de binnendienst. Dit kan te maken hebben dat risicospecialisten deze ondernemers scherper houdt bij keukentafel gesprekken. Maar het kan ook zijn dat de bedrijven groter zijn en daarom bewuster met risico's omgaan.

Meer dan de helft van de klanten, namelijk 57%, heeft het laatst halfjaar nog contact gehad met de Rabobank. 20% heeft tussen de 1 en 3 jaar geleden voor het laatst contact gehad en we zien dat deze groep minder tevreden is dan de groep die kortgeleden nog contact heeft gehad. Klanten willen dus vaker contact. Klanten die bediend worden door de buitendienst willen vaker contact dan klanten die bediend worden door de binnendienst. Dit kan te maken met het risicobewustzijn dat hoger ligt bij de klanten die bediend worden door de binnendienst.

In het onderzoek is naar boven gekomen dat veel klanten bediend willen worden met een bedrijfsbezoek. Dit geldt voor zowel de klanten in de binnen- als buitendienst. Dit heeft deels te maken dat agrarisch ondernemers thuis aan het werk zijn en daardoor liever iemand aan de keukentafel ontvangen. Daarnaast is dit natuurlijk een goede manier voor het bedrijf en kunnen de risico's het beste in kaart worden gebracht. Overigens is dit voor een verzekeraar niet te doen en zullen de kosten hiervoor hoog zijn.

Naast een bedrijfsbezoek willen de meeste ondernemers, namelijk 72%, periodiek benaderd worden om de polissen door te nemen. Er kan gedacht worden dat de ondernemers die zeggen 'ik meld mezelf voor het doornemen van de polissen' erg risicobewust zijn en weten wanneer ze bepaalde risico's lopen. Het zou ook kunnen dat deze niet bewust zijn en geen interesse hebben en het daarom niet belangrijk vinden.

Uit de enquête is ook gebleken dat jonge ondernemers vaker aangeven dat ze meer willen weten over risico's op een agrarisch bedrijf en dat oudere ondernemers aangeven dat ze wel op de hoogte zijn. Dit kwam ook naar voren tijdens het interview met Aloys van der Burgt. Hierin gaf hij aan dat oudere ondernemers het wel welletjes vinden en zij hun tijd wel uitzitten, onder het motto dat het altijd goed is gegaan. Bij de jongere ondernemers ervaaarde Aloys van der Burgt ook dat zij meer bezig zijn met risico's op een agrarisch bedrijf en dat ze actiever bezig zijn door onder andere de maatschappelijk druk.

De ondernemers zijn ook gevraagd aan wie het de taak is om ondernemers bewuster te maken en te wijzen op de risico's binnen de agrarische sector. Hierin kwam naar voren dat dit vooral de taak is aan de verzekeraars zelf, maar accountants en de overheid worden ook benoemd. Als we deze resultaten vergelijken met het onderzoek 'risicobeheer in de land- en tuinbouw' waarin 20 specialisten gevraagd zijn, is er een groot verschil te zien. De 20 specialisten geven aan vooral banken te zien als partij die hiervoor moet zorgen (zie figuur 2). Dit verschil heeft waarschijnlijk te maken met de ervaring en kennis die de specialisten hebben. Net als de Rabobank en Aloys van der Burgt zeggen, zouden banken bij hun financiering de verzekeraar erbij moeten betrekken om hier alvast op tijd naar te kijken. Daarnaast is te zien dat de klanten van de Rabobank aangeven dat de overheid hier een belangrijke rol in kan spelen. Uit het onderzoek komt de overheid als laagst uit de score. De manier om ondernemers bewust te maken van de risico's kiezen de meesten voor adviseurs. Ook kiezen veel ondernemers voor een online nieuwsbrief. De wijze waarop een nieuwsbrief verstuurd wordt, zou hier verschil in kunnen maken. Een papieren nieuwsbrief of een nieuwsbrief via de mail kan bij agrarische ondernemers nogal verschillen. In figuur 3 is te zien dat de 20 specialisten ook aangeven dat adviseurs een belangrijke rol hebben in het verstrekken van informatie. Studieclubs worden tevens aangewezen als een belangrijke bron van informatie in tegenstelling tot wat de ondernemers zelf vinden. De specialisten vinden een nieuwsbrief via de mail geen goede bron om informatie over te brengen.

Klanten willen graag een snelle en goede afhandeling van hun schade. Dit staat bij veel klanten hoog aan het lijstje van eisen voor een verzekeraar. Dit kan te maken hebben omdat klanten dit niet ervaren bij de Rabobank of dat dit proces beter zou kunnen. Dat klanten een snelle afhandeling belangrijk vinden zien we ook aan de opmerkingen die de ondernemers konden geven in de enquête. Hierin geven veel klanten aan graag een persoonlijk telefoonnummer in plaats van een algemeen nummer te willen hebben. Klanten ergeren zich ook aan de lange wachtrijen als ze telefonisch een vraag hebben. Dit is ook terug te zien in de voorkeur voor korte lijnen met een specialist. Vooral in de binnendienst waar mensen geen persoonlijk contactpersoon hebben, zien we dat 'persoonlijk contact' en 'bereikbaarheid en reactiesnelheid' vaker als onderscheidend wordt gekozen dan in de buitendienst. Op verzoek van de Rabobank zijn de opmerkingen die gegeven zijn bij vraag 20 uit de enquête niet toegevoegd in de bijlage.

In het interview met Aloys van der Burgt komen veel bevestigingen naar boven van een 2^e partij. Dit maakt het onderzoek betrouwbaar en verhoogd de validiteit. Zo ziet ook Achmea dat er veel neventaken bij komen en worstelen ook zij met de verzekeraarbaarheid van bedrijven. Ook het risicobewustzijn wat erg belangrijk is in de huidige tijd, waarin imago schade door de maatschappij een grote rol speelt, zijn elementen binnen de verzekeringstak waar verzekeraars mee worstelen. Omdat ze niet zelf de capaciteit hebben om iedereen elk jaar te controleren of bij alle klanten de polissen nog wel actueel zijn. Echter maakt Aloys zich nog wat minder druk om het aantal verzekeraars. Hij zegt dat ze nog altijd in een gezonde concurrerende markt zitten, maar hij ziet wel dat hier druk op komt te staan.

Conclusie

In de melkveesector gaan de komende jaren veel overnames plaatsvinden, namelijk 51%. Deze bedrijven zijn toekomstgericht en kunnen nog lang goede klanten zijn voor de Rabobank. Van de klanten die bediend worden door de binnendienst stopt 18% van de agrariërs met zijn onderneming, één derde van de boeren geeft aan nog geen opvolger te hebben, 22% van de klanten is van plan de komende jaren uit te gaan breiden en 7% wil een neventak gaan beginnen. Bovendien is te zien dat sommige klanten zich ontwikkelen in hun risicobereidheid, 14% wil in de toekomst namelijk meer risico's lopen.

Het risicobewustzijn onder klanten is beoordeeld door te kijken of ondernemers hun polissen checken. Hieruit blijkt dat klanten die bediend worden door de buitendienst risico bewuster zijn dan klanten in de binnendienst. 19% meer klanten, dan in de binnendienst, geven aan altijd hun polissen te checken bij bedrijfswijzigingen. In de binnendienst geven 31% van de klanten aan 'soms' hun bedrijfspolissen te checken bij bedrijfswijzigingen. De tevredenheid wordt aan de hand van contactfrequentie, manier van contact en een cijfer beoordeeld. Hierin is een trend te zien dat klanten die al een tijdje geen contact hebben gehad met de Rabobank, hier minder tevreden over zijn dan klanten die het laatste half jaar nog contact hebben gehad. Meer dan de helft van de klanten heeft afgelopen half jaar nog contact gehad met de Rabobank. Tevens zien we dat een groot aantal klanten een bedrijfsbezoek op prijs zouden stellen, echter is dit gezien de provisies geen reële optie. Hierom is de tevredenheid niet bij alle klanten voldoende. 16% van de klanten geeft de algemene tevredenheid een onvoldoende. Dit komt door de slechte bereikbaarheid van de Rabobank en weinig persoonlijk contact met deze klanten. Desondanks zijn er ook veel tevreden klanten. Het gemiddelde cijfer in de binnendienst is een 6,5 en het gemiddelde cijfer in de buitendienst is een 7,1.

Om erachter te komen wat trends zijn in de sector en om te kijken of de problemen en actualiteiten zich elders ook in de verzekeringsmarkt afspelen is Aloys van der Burgt van Achmea Agro geïnterviewd. Aloys merkt ook dat risico's in de markt groter worden en dat hierdoor de verzekerbaarheid in het geding komt. Hij merkt op dat er druk vanuit de maatschappij ontstaat om grote risico's te voorkomen. Jonge ondernemers zijn hier ook actief mee bezig en gaan bewuster om met hun risico's, dit kwam ook uit de resultaten van de enquête naar boven. Daarnaast zijn de rendementen lager dan in het verleden. Dit is naast het imago probleem een reden dat sommige verzekeraars afstand nemen van de agrarische sector. Desondanks is de agrarische verzekeringsmarkt een gezonde concurrerende markt waar uitdagingen in zit.

Jongere agrariërs ontwikkelen zich risico bewuster en willen stalbranden voorkomen. In de varkenshouderij zijn veel stoppers. De bedrijven die over blijven worden steeds groter het is dus zaak om deze bedrijven goed te begeleiden met het uitbreiden van hun onderneming en vroegtijdig met deze klanten in gesprek te gaan over hun plannen. Ook zijn er bedrijven die een neventak beginnen, het is hierbij zaak om de neventak niet vergeten te verzekeren. Hier zal de Rabobank extra alert op moeten zijn.

Aanbevelingen

In dit onderzoek naar de ontwikkelingen in de verzekeringsmarkt en met als doel daarmee de klantbediening te vergroten, is duidelijk geworden dat klanten graag meer persoonlijk contact willen hebben. Hiermee moeten korte, snelle lijnen en een goede afhandeling gepaard gaan. Dit is een wens voor elke klant maar niet overal realistisch. Er zou een tussenweg gevonden moeten worden waarbij ook de klanten die bediend worden door de binnendienst beter en persoonlijker contact zouden moeten krijgen. Dit kan door fulltime personeel aan te nemen, zodat klanten altijd terug kunnen vallen op een bepaalde specialist. Daarnaast komt naar voren dat het risicobewustzijn erg belangrijk is. Dit moet beter binnen de Rabobank. Zo zou er direct contact moeten worden gelegd tussen de accountmanagers die betrokken zijn bij de financiering voor bedrijfsuitbreiding en de afdeling Verzekeren. Met de kennis dat er veel bedrijfsbeëindigingen zijn, is het aan de Rabobank om hier genoeg aandacht aan te besteden, zoals het verzekeren van de overblijvende objecten. Daarnaast komt er bij een bedrijfsbeëindiging vaak veel vermogen vrij, waarbij de Rabobank kan adviseren wat te doen met dit vermogen. Aangezien er ondernemers stoppen en er klanten zijn die meer risico's willen nemen, zal de omzet en provisie afnemen. Desondanks zal dit gecompenseerd worden door agrariërs die groeien of een neventak beginnen. Rabobank is een commercieel bedrijf en heeft ook altijd een groei doelstelling. Hierdoor is het ook noodzakelijk om nieuwe klanten te werven. Tevens kan er door luchtfoto's te bekijken meer informatie beschikbaar komen over de bedrijven en zou dit een aanleiding kunnen zijn om contact met klanten op te nemen.

Voor een vervolgonderzoek zou het interessant zijn om hetzelfde onderzoek uit te voeren in het westen van het land, bijvoorbeeld in een andere Rabobank Kring. In een andere regio liggen de risico's en de bewustheid hiervan anders. Ook worden er in andere regio's meer provisies behaald. De vraag kan dan zijn of dit leidt tot meer tevredenheid onder de klanten of juist niet. Voor het versturen van een enquête wordt altijd een reminder aanbeveeld. Daarnaast is het bij het maken van een enquête belangrijk om rekening te houden met de antwoorden en de keuzemogelijkheden. Door hier rekening mee te houden kan bij een latere verwerking in Excel sneller en makkelijker gewerkt worden.

Bibliografie

- BonGo Solar. (z.d.). *Brandgevaar bij zonnepanelen. Hoe zit dit?* Geraadpleegd op 23 september 2021, van <https://www.bongsolar.nl/zonnepanelen/overige-informatie/brandgevaar/>.
- Brobbel, R. (z.d.). *Isgeschiedenis*. Opgehaald van <https://isgeschiedenis.nl/reportage/geschiedenis-van-de-verzekering#:~:text=In%20de%20wereldberoemde%20Codex%20Hammurabi,zich%20verder%20ontwikkeld%20en%20gespecificeerd.>
- CBS. (2020, Mei 6). *CBS cijfers*. Opgehaald van <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2020/19/feiten-en-cijfers-over-de-landbouw#:~:text=in%20de%20landbouw.-,Hoeveel%20bedrijven%20zijn%20er%20in%20de%20landbouw%2C%20waaronder%20sierteelt%2C%20volgens,53%20233%20landbouwbedrijven%20in%20Nederland.>
- Chatterjee, A., & Oza, A. (2017). *AGRICULTURE INSURANCE*. Published. <https://doi.org/10.22617/BRF178762-2>
- Duesberg, S., O'Connor, D., & Ní Dhubháin, A. (2013). *To plant or not to plant—Irish farmers' goals and values with regard to afforestation*. Published. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2012.10.021>
- Fraze, S., Hardin, K., Brashears, M., Haygood, L., & Smith, J. (2003). *The effects of delivery mode upon survey response rate and perceived attitudes of Texas agri-science teachers*. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.535.27&rep=rep1&type=pdf>
- Hurkens, B. (2021, Juni 30). *Rabobank*. Opgehaald van Rabobank bedrijfsverzekeringen : <https://www.rabobank.nl/bedrijven/verzekeringen/advies/innovatie-agrarisch/>
- IFAD. (2012). *IFAD, F. (2014). The state of food insecurity in the world economic growth is necessary but not sufficient to accelerate reduction of hunger and malnutrition*. Rome: FAO.
- Independer. (z.d.). *Welke verzekeringen zijn verplicht?* Geraadpleegd op 25 september 2021, van <https://www.independer.nl/verzekeringen/info/verplichte-verzekeringen.aspx>
- Jukema, G., Ramaekers, P., & Berkhout, P. (2020). *De Nederlandse agrarische sector in internationaal verband*. Published. <https://research.wur.nl/en/publications/de-nederlandse-agrarische-sector-in-internationaal-verband>
- Koskamp, J.W. (2019). *The impact of farm exits in the Netherlands on the Food & Agri portfolio of the Rabobank*. Wageningen: WUR.
- Lamers, J. (2021, 28 april). *Onderzoek naar verzekeraar houden van pluimvee- en varkensbedrijven*. Nieuwe oogst. <https://www.nieuweoogst.nl/nieuws/2021/04/28/onderzoek-naar-verzekeraar-houden-van-pluimvee-en-varkensbedrijven>
- Meuwissen, M. P. M., Hardaker, J. B., Huirne, R. B. M., & Dijkhuizen, A. A. (2001). *Sharing risks in agriculture; principles and empirical results*. Published. [https://doi.org/10.1016/S1573-5214\(01\)80022-1](https://doi.org/10.1016/S1573-5214(01)80022-1)

- Nieuwe Oogst. (2018, November 15). *Nieuwe Oogst*. Opgehaald van Nieuwe Oogst:
<https://www.nieuweoogst.nl/nieuws/2018/11/15/we-zitten-niet-meer-vast-aan-een-verzekeringsmaatschappij>
- Njegomir, V., & Rihter, J. D. (2015). *The Role and Importance of Insurance of Business and Supply Chain Interruptions*. Published.
<http://management.fon.bg.ac.rs/index.php/mng/article/view/58>
- Raulston, M. J., Richardson, J. W., Outlaw, J. L., & Knapek, G. M. (2010). *Does Crop Insurance Reduce the Need for Cash Reserves in Savings Accounts?* Published.
<https://doi.org/10.22004/ag.econ.56413>
- Swiss Reinsurance Company Ltd. (2013). Partnering for food security in emerging markets. *Partnering for food security in emerging markets*, 28–29. https://www.swissre.com/dam/jcr:dbafcfed-d5c7-406b-a2e1-d2ea4ad020e0/sigma1_2013_en.pdf
- Silvis, H. J., De Bont, C. J. A. M., Helming, J. F. M., Van Leeuwen, M. G. A., Van Bunte, F. H. J., & Van Meijl, H. (2009). *De agrarische sector in Nederland naar 2020 : perspectieven en onzekerheden*. Published. <https://www.wur.nl/nl/Publicatie-details.htm?publicationId=publication-way-333738343034>
- Steekproefcalculator. (2021, September 14). *steekproefcalculator*. Opgehaald van
<https://www.steekproefcalculator.com/steekproefcalculator/>
- Van Asseldonk, M. (2019). *Reasonableness of the costs of multi-peril crop insurance (MPCI) in the Netherlands*. Published. <https://edepot.wur.nl/472299>
- Van der Meulen, H., Van Asseldonk, M., & Verstegen, J. (2012). *Risicobeheer in de land- en tuinbouw*. Published. <https://edepot.wur.nl/246636>
- zekert.nl. (2018). *Zekert.nl*. Opgehaald van <https://zekert.nl/informatie/waarom-verzekeren/#:~:text=Waarom%20moet%20je%20verzekeren,dat%20hem%20iets%20naars%20overkomt.&text=Het%20risico%20zelf%20kanniet%20worden,de%20ziektekosten%20na%20een%20opname>.

Bijlagen

Bijlage 1: uitgezette enquête

Uitnodiging onderzoek Verzekeren Food & Agri



Luc.Bokdam@rabobank.nl <Luc.Bokdam@rabobank.nl>

27-1-2022 16:35



Beste klant,

Mijn naam is Luc Bokdam, student aan de Aeres Hogeschool in Dronten. Ik ben momenteel bezig met mijn afstudeerwerkstuk bij Rabobank Twente Achterhoek in opdracht van Frits Mulder (Directeur Food & Agri) en Leon ter Huerne (Directeur Verzekeren). Ik doe onderzoek naar de klantbediening van Rabobank Twente Achterhoek op het gebied van verzekeren in de Food & Agri sector. Dit doe ik aan de hand van een enquête. Mijn vraag aan u is om deze enquête in te vullen en om uw mening te laten horen. Door de enquête in te vullen zou u mij enorm helpen en op deze wijze kan de klantbediening van de Rabobank verbeterd worden. Het invullen van de enquête is volledig anoniem.

De enquête duurt maximaal 5 minuten en bestaat uit 19 meerkeuze vragen en is te vinden via onderstaande link.

[FORMULIER INVULLEN](#)

Bedankt voor uw medewerking!

Met vriendelijke groet,

Luc Bokdam

Klantonderzoek A

Deze enquête is gericht om het bedienen en het risicobewustzijn van klanten te onderzoeken. Let op! Alle vragen hebben betrekking op uw zakelijke bedrijfspolissen en het zakelijke contact, dus niet op uw privé polissen en de communicatie hierover.

Het invullen van de enquête duurt maximaal 5 minuten en bestaat uit 19 meerkeuzevragen en één open vraag op het einde.

De enquête is volledig anoniem.

1. Wat is op dit moment uw grootste bedrijfsactiviteit? *

☐ Melkvee

☐ Akkerbouw

☐ Vleesvee

☐ Varkens

☐ Pluimvee

☐ Geiten

☐ Camping

☐ Anders: _____

2. Wat is de leeftijd van de oudste ondernemer op het bedrijf? (exclusief grootouders) *

- ☐ <30
- ☐ 30-39
- ☐ 40-49
- ☐ 50-59
- ☐ 60-70
- ☐ >70

3. Welk van onderstaande stellingen is van toepassing op uw onderneming? *

- ☐ De onderneming stopt binnen enkele jaren. (Ga verder naar vraag 5)
- ☐ De onderneming heeft (nog) geen opvolger.
- ☐ De onderneming wordt binnen enkele jaren overgenomen.
- ☐ Overig

4. Wat zijn de toekomstplannen voor uw onderneming?

- ☐ Binnen 0-5 jaar wordt de hoofdtak van het bedrijf uitgebreid.
- ☐ Binnen 0-5 jaar komt er een neventak/verbreding.
- ☐ In de komende 5 jaar vinden alleen noodzakelijke investeringen plaats.
- ☐ Overig

5. Checkt u uw verzekeringspolissen bij bedrijfsveranderingen? *

- ☐ Altijd
- ☐ Vaak
- ☐ Meestal
- ☐ Soms
- ☐ Nooit (Ga verder naar vraag 7)

6. Meldt u uw bedrijfsveranderingen bij uw Risicospecialist Verzekeren van Rabobank?

- ☐ Altijd
- ☐ Vaak
- ☐ Meestal
- ☐ Soms
- ☐ Nooit

7. Wanneer heeft u voor het laatst contact gehad met uw Risicospecialist Verzekeren van Rabobank? *

- ☐ 0-6 maand(en) geleden
- ☐ 7-12 maanden geleden
- ☐ 1-3 jaar geleden
- ☐ 4-5 jaar geleden
- ☐ >5 jaar geleden

8. In welke mate bent u tevreden over deze contactfrequentie? *

- ☐ Zeer tevreden
- ☐ Tevreden
- ☐ Neutraal
- ☐ Ontevreden
- ☐ Zeer ontevreden

9. Op welke manier heeft u contact gehad met uw Risicospecialist Verzekeren van Rabobank? *

- ☐ Telefonisch
- ☐ E-mail
- ☐ Bedrijfsbezoek
- ☐ Op kantoor van de tussenpersoon
- ☐ Anders: _____

10. In welke mate bent u tevreden over de manier van contact? *

- ☐ Zeer tevreden
- ☐ Tevreden
- ☐ Neutraal
- ☐ Ontevreden
- ☐ Zeer ontevreden

11. Kunt u aangeven hoe vaak u contact zou willen hebben met uw Risicospecialist Verzekeren van Rabobank? *

- ☐ Nooit
- ☐ 2 x per jaar
- ☐ 1 x per jaar
- ☐ Tweejaarlijks
- ☐ Driejaarlijks
- ☐ Vijfjaarlijks

12. Naar welke manier van contact gaat uw voorkeur uit? *

- ☐ Telefonisch
- ☐ E-mail
- ☐ Bedrijfsbezoek
- ☐ Op kantoor van de tussenpersoon
- ☐ Anders: _____

13. Wilt u benaderd worden voor het doornemen van uw polissen? *

- ☐ Nee, ik meld mezelf voor het doornemen van de polissen.
- ☐ Ja, ik zou het prettig vinden als mijn Risicospecialist mij periodiek benadert om mijn polissen door te nemen.

14. Vindt u dat uzelf goed op de hoogte bent van de risico's op agrarische bedrijven? *

- ☐ Ja, ik ben op de hoogte.
- ☐ Ja, maar ik zou meer willen weten.
- ☐ Nee, ik ben niet op de hoogte

15. Wie moet er volgens u actie ondernemen om agrarisch ondernemers bewust te maken van risico's in de agrarische sector? (Kies de twee meest geschikte opties). *

- ☐ Vakbonden
- ☐ Overheid
- ☐ Onderwijs
- ☐ Banken
- ☐ Accountants
- ☐ Verzekeraars
- ☐ Ketenpartners

16. Op welke wijze zou u het liefst informatie krijgen over bepaalde risico's? (Kies de twee meest geschikte opties). *

- ☐ Vakbladen
- ☐ Studieclubs
- ☐ Internet
- ☐ Adviseurs
- ☐ Cursussen
- ☐ Online nieuwsbrief

17. Bent u bereid om in de toekomst meer of minder risico te nemen? Bijvoorbeeld hoger eigen risico. *

- ☐ Meer risico
- ☐ Minder risico
- ☐ Hetzelfde risico
- ☐ Neutraal

18. Waarin is een verzekeraar voor u onderscheidend? (Welke drie zijn voor u het meest belangrijk) *

- ☐ Prijs
- ☐ Korte lijnen met een specialist
- ☐ Bereikbaarheid en reactiesnelheid
- ☐ Breder productaanbod
- ☐ Persoonlijke aandacht
- ☐ Kennis van de sector/markt
- ☐ Snelle en goede afhandeling van de schade

19. In welke mate bent u tevreden over uw Risicospecialist Verzekeren van Rabobank? (Kies een cijfer). *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10

20. Heeft u eventuele opmerkingen/tips voor uw Risicospecialist Verzekeren bij Rabobank? Laat deze dan hieronder achter. Let op: Deze enquête is anoniem. Wilt u graag dat n.a.v. deze opmerking contact met u wordt opgenomen, laat dan ook uw naam en contactgegevens achter.

Jouw antwoord

Verzenden

[Formulier wissen](#)

Bijlage 2: Opzet interview

Opzet vragen interview:

Hoe kijkt u op dit moment tegen de agrarische markt van verzekeren aan?

Wat zijn de trends op het gebied van agrarisch verzekeren?

(Maakt u zich zorgen over het aantal aanbieders van verzekeraars?)

Maakt u zich zorgen over de verzekerbareheid?

Hoe kijkt u naar de verzekerbareheid van zonnepanelen?

Ziet u toegevoegde waarde aan de inzet van drones op agrarische bedrijven?

Hoe bediend u uw klanten? En hoe gaat dit?

Zijn agrariërs genoeg bezig met het risicobewustzijn?

Welke strategie/veranderingen ziet u bij agrariërs?

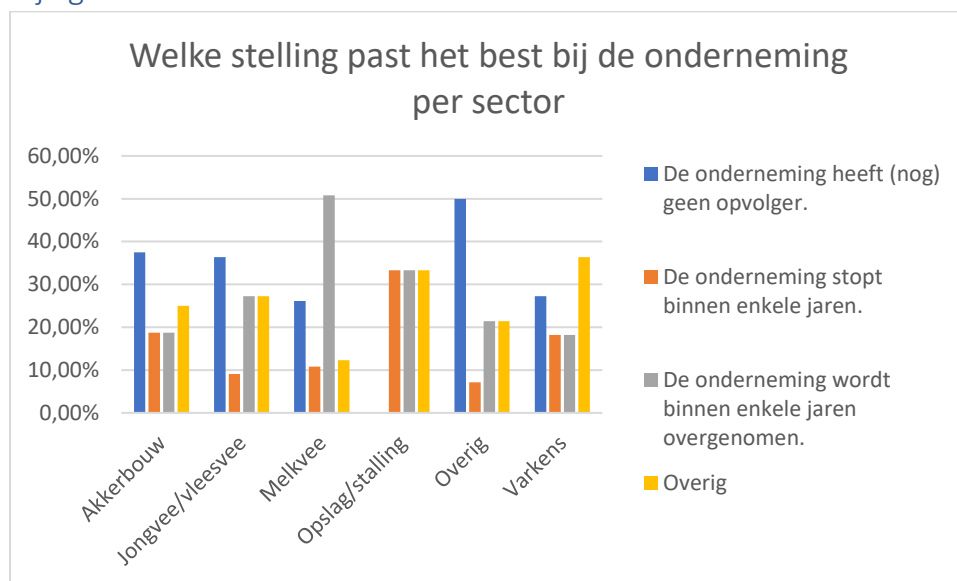
Zijn er nog ontwikkelingen die u ziet in de sector?

Ervaart u ook dat agrarische bedrijven complex zijn en dat dit niet via de telefoon kan?

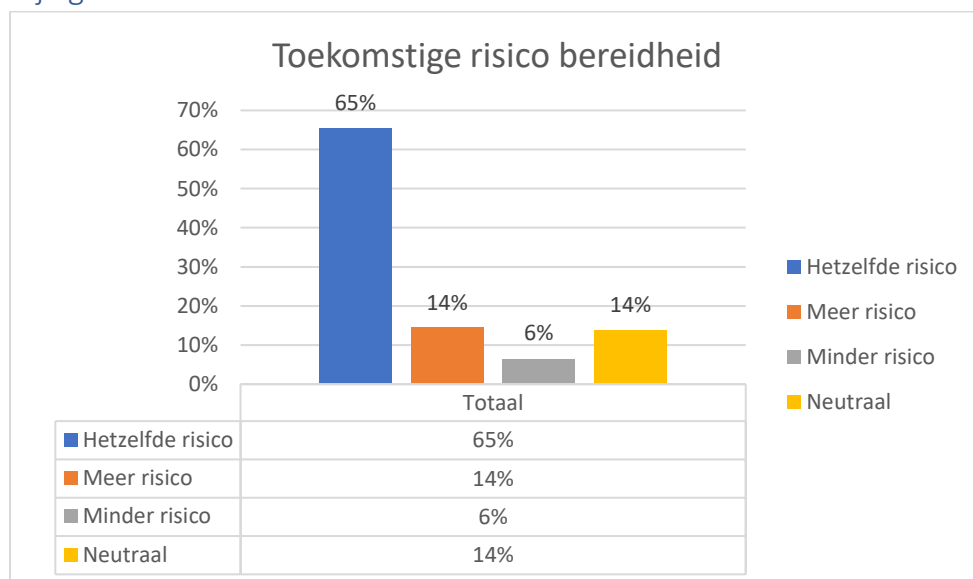
Bijlage 3: Aanvullende resultaten

In deze bijlage staan tabellen en grafieken waar vanuit de tekst naar verwezen wordt.

Bijlage 3.1



Bijlage 3.2



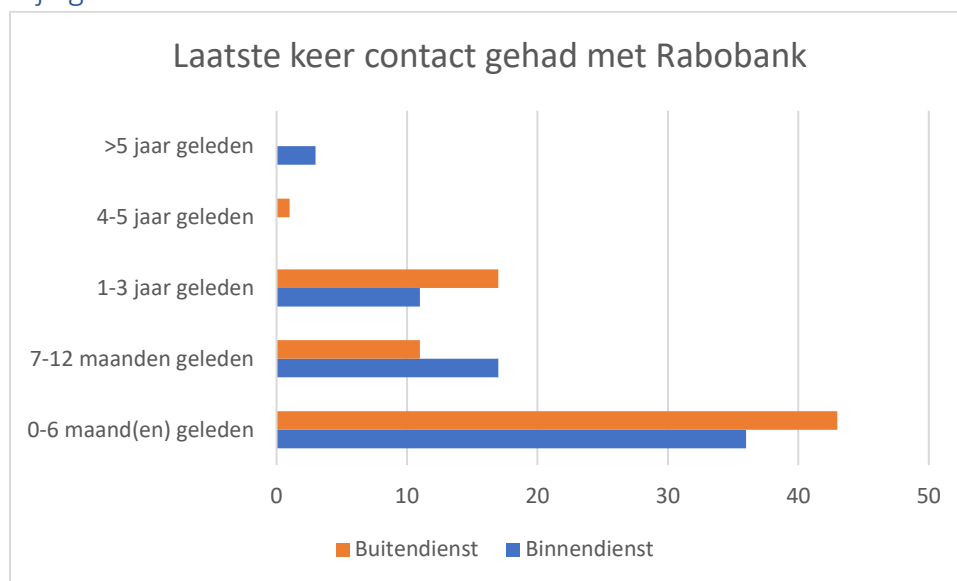
Bijlage 3.3

	Altijd	Meestal	Nooit	Soms	Vaak	Eindtotaal
Altijd	35	4	1	1	6	47
Meestal	10	22		3	9	44
Nooit	1			1	1	3
Soms	6	8	1	14	3	32
Vaak	3	3			5	11
Eindtotaal	55	37	2	19	24	137

Verticaal geven de waarnemingen over het checken van de verzekeringspolissen (vraag 6).

Horizontaal geeft de resultaten weer over het melden van de wijzigingen (vraag 7).

Bijlage 3.4

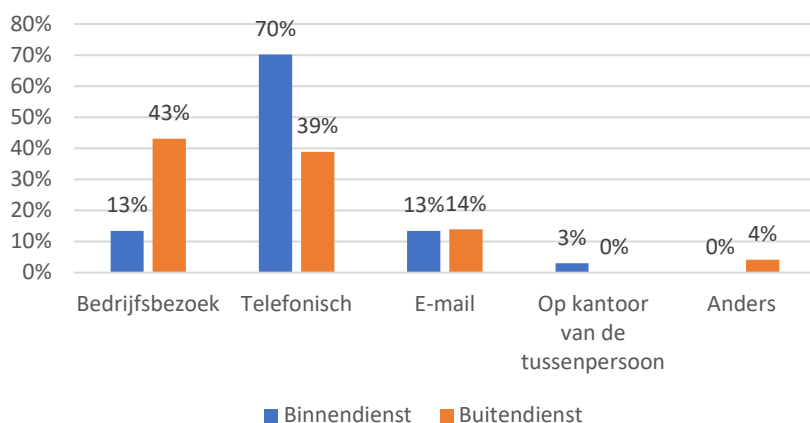


Bijlage 3.5

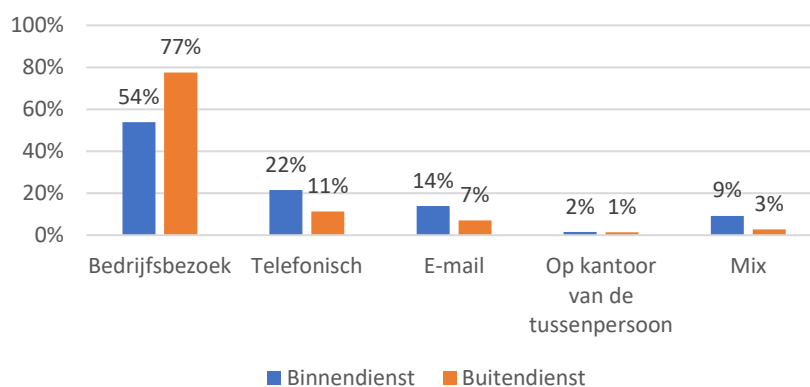
Manier van laatste contact met Rabobank						
	Telefonisch	Bedrijfsbezoek	E-mail	Op kantoor van de tussenpersoon	Anders	Eindtotaal
Binnendienst	47	9	9	2		67
Akkerbouw	7	1	1	1		10
Jongvee/vleesvee	13	3	2	1		19
Melkvee	17	3	2			22
Opslag/stalling	3					3
Overig	5	2	3			10
Varkens	2		1			3
Buitendienst	28	31	10		3	72
Akkerbouw	4	1	1			6
Jongvee/vleesvee	2				1	3
Melkvee	15	21	5		2	43
Overig	2	1	1			4
Pluimvee	4	2	2			8
Varkens	1	6	1			8
Eindtotaal	75	40	19	2	3	139

Voorkeur manier van contact						
	Telefonisch	Bedrijfsbezoek	E-mail	Op kantoor van de tussenpersoon	Mix	Eindtotaal
Binnendienst	14	35	9	1	6	65
Akkerbouw	2	6	1		1	10
Jongvee/vleesvee	1	15	2		1	19
Melkvee	7	8	3		2	20
Opslag/stalling		2			1	3
Overig	2	4	2	1	1	10
Varkens	2		1			3
Buitendienst	8	55	5	1	2	71
Akkerbouw	1	4			1	6
Jongvee/vleesvee	1	1	1			3
Melkvee	4	36		1	1	42
Overig	1	2	1			4
Pluimvee		7	1			8
Varkens	1	5	2			8
Eindtotaal	22	90	14	2	8	136

Manier van huidige contact



Gewenste manier van contact



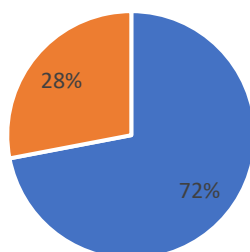
Bijlage 3.6

Voorkeur contactfrequentie							
	2 x per jaar	1 x per jaar	Tweejaarlijks	Driejaarlijks	Vijfjaarlijks	Nooit	Eindtotaal
Binnendienst	5	37	19	2	3	1	67
Akkerbouw		4	5		1		10
Jongvee/vleesvee	1	12	6				19
Melkvee	3	11	4	2	2		22
Opslag/stalling		3					3
Overig	1	4	4			1	10
Varkens		3					3
Buitendienst	9	47	11	5			72
Akkerbouw	1	4	1				6
Jongvee/vleesvee	1	2					3
Melkvee	4	27	9	3			43
Overig	1	2		1			4
Pluimvee	1	7					8
Varkens	1	5	1	1			8
Eindtotaal	14	84	30	7	3	1	139

Voorkeur contactfrequentie weergegeven in percentage van rij totaal						
	2 x per jaar	1 x per jaar	Driejaarlijks	Tweejaarlijks	Vijfjaarlijks	Nooit
Binnendienst	7%	55%	3%	28%	4%	1%
Akkerbouw		40%		50%	10%	
Jongvee/vleesvee	5%	63%		32%		
Melkvee	14%	50%	9%	18%	9%	
Opslag/stalling		100%				
Overig	10%	40%		40%		10%
Varkens		100%				
Buitendienst	13%	65%	7%	15%		
Akkerbouw	17%	67%		17%		
Jongvee/vleesvee	33%	67%				
Melkvee	9%	63%	7%	21%		
Overig	25%	50%	25%			
Pluimvee	13%	88%				
Varkens	13%	63%	13%	13%		
Eindtotaal	10%	60%	5%	22%	2%	1%

Bijlage 3.7

Bij wie ligt het initiatief voor het doornemen van de polissen?

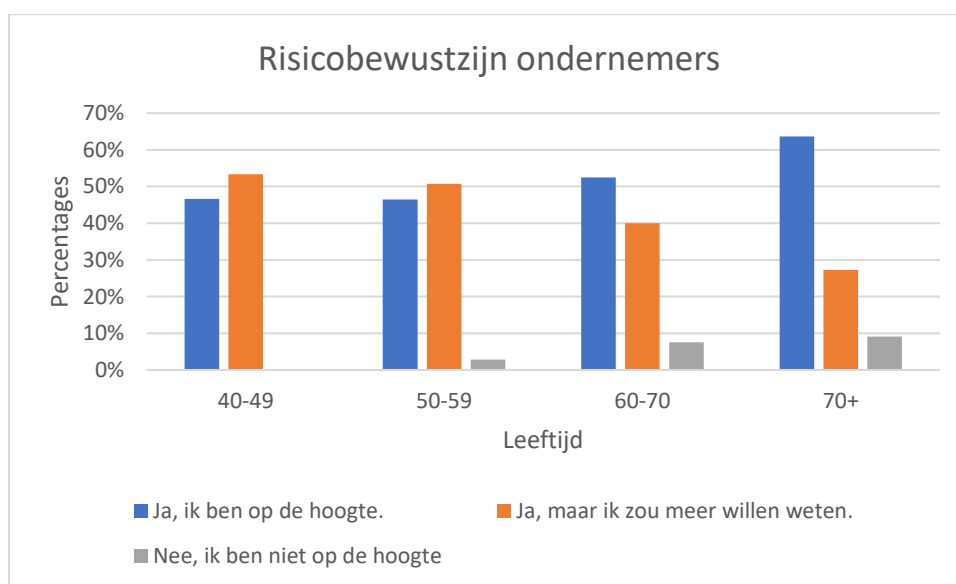


- Ja, ik zou het prettig vinden als Rabobank mij periodiek benadert om mijn polissen door te nemen.
- Nee, ik meld mezelf voor het doornemen van de polissen.

Bij wie ligt het initiatief voor het doornemen van de polissen?			
	Ja, op initiatief van de Rabobank.	Nee, op eigen initiatief	Eindtotaal
Binnendienst	42	25	67
Buitendienst	58	14	72
Eindtotaal	100	39	139

Bijlage 3.8

Risicobewustzijn ondernemers				
	Ja, ik ben op de hoogte.	Ja, maar ik zou meer willen weten.	Nee, ik ben niet op de hoogte	Eindtotaal
0-30		1		1
30-39	1			1
40-49	7	8		15
50-59	33	36	2	71
60-70	21	16	3	40
70+	7	3	1	11
Eindtotaal	69	64	6	139



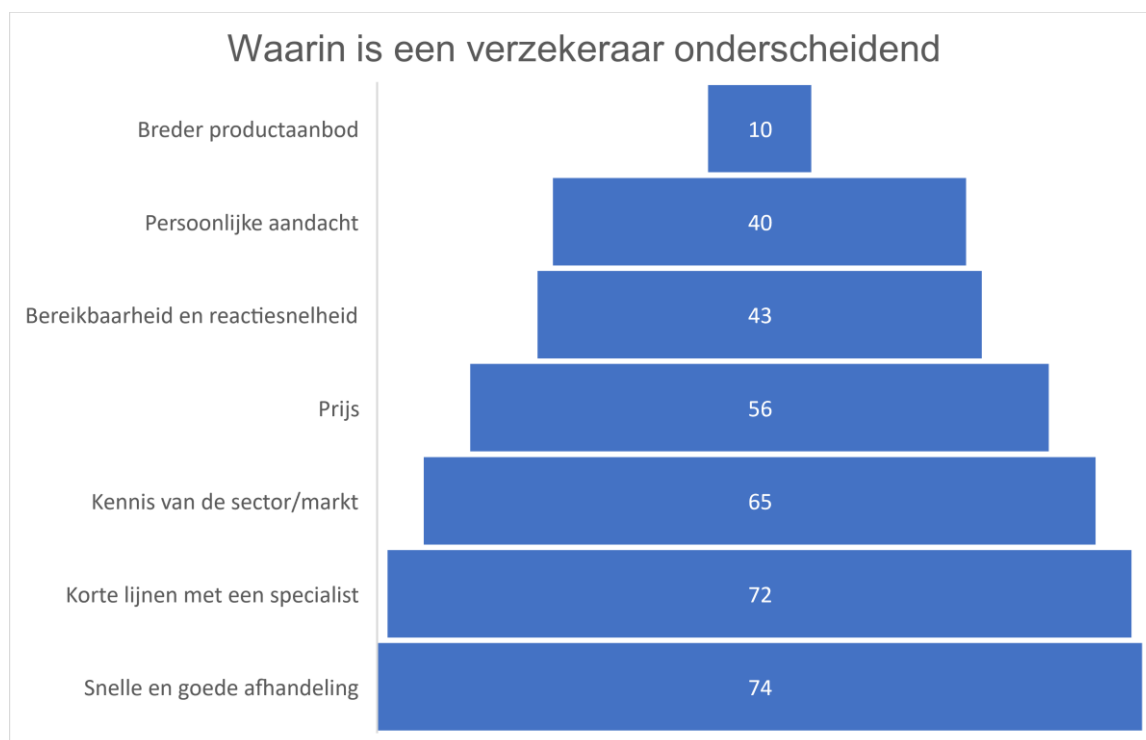
Bijlage 3.9

Wie moet er actie ondernemen om agrarisch ondernemers bewust te maken van risico's?							
	Accountants	Banken	Ketenpartners	Onderwijs	Overheid	Vakbonden	Verzekeraars
Binnendienst	19	1	9	5	25	6	48
Buitendienst	24	7	10	6	15	7	62
Totaal	43	8	19	11	40	13	110

Op welke wijze informatie voorzien over risico's						
Adviseurs	Online nieuwsbrief	Vakbladen	Internet	Studieclubs	Cursussen	Eindtotaal
100	61	42	35	10	1	249

Bijlage 3.10

Waarın is een verzekeraar onderscheidend.							
	Bereikbaarheid en reactiesnelheid	Breder productaanbod	Kennis van de sector/markt	Korte lijnen met een specialist	Persoonlijke aandacht	Prijs	Snelle en goede afhandeling van de schade
Binnen-	24	4	32	33	23	29	32
Buiten-	19	6	33	39	17	27	42
Totaal	43	10	65	72	40	56	74



Bijlage 4: Checklist schriftelijk rapporten

Checklist Schriftelijk Rapporteren

Naam: Luc Bokdam

Klas: 4DVO

Datum: 9-03-2022

Titel verslag/rapport: Ontwikkelingen in de verzekeringsmarkt

Nadat jij je verslag/rapport hebt gecontroleerd met behulp van deze checklist, voeg je deze toe als bijlage. Zonder de ingevulde checklist vindt er geen beoordeling plaats. De assessor controleert met deze checklist je rapport/verslag. De beoordelingscriteria die met een * zijn aangegeven, zijn de zogenaamde 'killing points'. Indien de assessor meer dan vijf 'killing points' heeft aangekruist, dien je het rapport/verslag op alle onvoldoende onderdelen te verbeteren. Voor de herbeoordeling moet je ook de oude versie inleveren. In het afstudeerwerkstuk zijn geen 'killing points' toegestaan! **AANVINKEN WAT NIET IN ORDE IS!**

1. Het taalgebruik:

- ☐ Bevat niet meer dan drie grammaticale, spel- en typfouten per duizend woorden*
- Bij meer dan drie fouten per duizend woorden is het rapport/verslag afgekeurd!**
- ☐ Heeft een adequate interpunctie*
- ☐ Is afgestemd op de gekozen doelgroep (juiste stijl)*
- ☐ Laat een zakelijke en actieve schrijfstijl zien*
- ☐ Bevat geen persoonlijke voornaamwoorden*

2. Het rapport/verslag:

- ☐ Is ingebonden (hard copy)*
- ☐ Is vrij van plagiaat* (zie onderwijsexamenregeling)

3. De omslag:

- ☐ Bevat de titel
- ☐ Vermeldt de auteur(s)

4. De titelpagina/het titelblad:

- ☐ Heeft een specifieke titel*
- ☐ Vermeldt de auteur(s)*
- ☐ Vermeldt de plaats en de datum*
- ☐ Vermeldt de opdrachtgever(s)*

5. Het voorwoord:

- ☐ Bevat de persoonlijke aanleiding tot het schrijven van het rapport/verslag
- ☐ Bevat persoonlijke bedankjes (persoonlijke voornaamwoorden toegestaan)

6. De inhoudsopgave:

- ☐ Vermeldt alle genummerde onderdelen van het rapport/verslag*
- ☐ Vermeldt de samenvatting en de bijlage(n)
- ☐ Is overzichtelijk
- ☐ Heeft een correcte paginaverwijzing

7. De samenvatting:

- ☐ Is een verkorte versie van het gehele rapport/verslag
- ☐ Bevat conclusies
- ☐ Bevat geen persoonlijke mening
- ☐ Is gestructureerd
- ☐ Is zakelijk geschreven
- ☐ Staat direct na de inhoudsopgave

8. De inleiding (toelichting op intranet):

- ☐ Is hoofdstuk 1*
- ☐ Beschrijft het grotere kader en aanleiding
- ☐ Beschrijft inhoudelijke achtergrondinformatie*
- ☐ Formuleert het probleem/de onderzoeksvraag*
- ☐ Vermeldt het doel*
- ☐ Bevat een leeswijzer voor het rapport/verslag*

9. Materiaal en methode:

- ☐ Beschrijft de gevolgde onderzoeksmethode
- ☐ Past bij de onderzoeksvraag/vragen*
- ☐ Beschrijft de variabelen/eenheden
- ☐ Beschrijft de methode van data-analyse

10. De (opmaak van de) kern:

- ☐ Bestaat uit genummerde hoofdstukken en (sub)paragrafen (maximaal drie niveaus)*
- ☐ Deze zijn verschillend in opmaak*
- ☐ De hoofdstukken en (sub)paragrafen hebben een passende titel
- ☐ Een hoofdstuk beslaat ten minste één pagina
- ☐ Een nieuw hoofdstuk begint op een nieuwe pagina
- ☐ De zinnen lopen door (geen 'enter' binnen een alinea gebruiken)
- ☐ De figuren zijn (door)genummerd en hebben een passende titel (onder de figuur)*
- ☐ De tabellen zijn (door) genummerd en hebben een passende titel (boven de tabel)*
- ☐ Tabellen en figuren zijn zelfstandig te begrijpen
- ☐ In de tekst zijn er verwijzingen naar figuren en/of tabellen*
- ☐ De tekst bevat verwijzing naar de desbetreffende bijlage(n)
- ☐ De tekst is ook zonder verwijzingen te begrijpen
- ☐ De pagina's zijn genummerd*

11. De discussie:

- ☐ Bevat een vergelijking met relevante literatuur
- ☐ Geeft de valide argumentatie weer
- ☐ Evalueert de gebruikte onderzoeksmethode
- ☐ Bevat een kritische reflectie op de eigen bevindingen (zie toelichting op intranet)

12. De conclusies en aanbevelingen:

- ☐ De conclusies zijn gebaseerd op relevante feiten
- ☐ De aanbevelingen zijn gebaseerd op relevante feiten
- ☐ Bevatten geen nieuwe informatie*

13. De bronvermelding:

- ☐ In de tekst is conform de geldende APA-normen* (zie intranet Mediatheek)

14. De literatuurlijst:

- ☐ Is opgesteld conform de geldende APA-normen* (zie intranet Mediatheek)

15. De bijlagen:

- ☐ Zijn genummerd
- ☐ Zijn voorzien van een passende titel
- ☐ Bevatten geen eigen analyse