

2009

Adviesrapport
Agis Zorgverzekeringen

Linda Vogt
Hogeschool Utrecht

BIJLAGEN

Inhoud

Bijlage 1: Beroepenveldmonitor 2008 – 2009	3
Bijlage 2: Betrokken partijen	13
2.1 Betrokken partijen binnen Agis	13
2.2 Betrokken woningbouwcorporaties	13
2.3 Interesse in samenwerking?	16
2.4 Voorstellen van woningbouwcorporaties	17
2.5 Huurderprofiel	18
2.6 Bestaande / mogelijke klanten	23
2.7 Ideale zorgverzekering?	23
Bijlage 3: Voorstel samenwerking SSH Utrecht & Agis Zorgverzekeringen	24
Bijlage 4: Financiële analyse	25
Bijlage 5: PowerPoint Presentatie voor gebruik Agis	28

Bijlage 1: Beroepenveldmonitor 2008 – 2009

Deel A: Bedrijfsscan

Instructie voor de student

Dit interview, de z.g. bedrijfsscan, heeft tot doel om het functioneren van de organisatie en de innovatieambities in beeld te brengen.

Jouw bedrijf

In deze enquête noemen we de organisatie waar jij afstudeert 'jouw bedrijf'.

Word tabel

In verband met de verwerking is de hele enquête in de vorm van een Word tabel gemaakt. Antwoord dus bij elke vraag s.v.p. in de juiste cel: de lichtgroen gekleurde.

Naam student: Linda Vogt

ID student: 1505512

Naam bedrijf /
divisie: Agis
Zorgverzekeringen
/ Programma Grote
Steden

Datum start enquête: 15 april 2009

Vraag 1.

Algemene bedrijfskenmerken

Noem van jouw bedrijf de drie belangrijkste *producten / diensten*

1. Zorgverzekeringen (zowel basisverzekering als aanvullende verzekering)
2. Het uitvoeren van de functie van zorgkantoren (AWBZ)
3. Aanpalende verzekeringen via Eureko

Noem de drie belangrijkste *markten / segmenten*

1. Zakelijke markt (collectieve verzekeringen)
2. Affinity markt (postcodeloterij e.d.)
3. Directe markt (individuele verzekeringen)

Geef globaal aan: de performance van de organisatie
(Indien toestemming van bedrijfsmentor / leidinggevende)

	huidig boekjaar	boekjaar - 1	boekjaar - 2
Marktaandeel (op basis van volume)	8%	8%	8%
Aandeel (van omzet totaal) van of op buitenlandse markten	0,2%	0,2%	0,2%
Omzet aandeel van nieuwe producten (≤ 1 jaar)	nihil	nihil	nihil

Welke doelstellingen zijn er voor de komende 2 jaar t.a.v.:
(Indien geformuleerd, en indien toestemming van de bedrijfsmentor / leidinggevende)

Omzetgroei (marktpenetratie)	0,1%
Productontwikkeling: aantal nieuwe producten:	nihil
Marktontwikkeling: aantal nieuwe markten:	nihil
Internationalisering: aantal nieuwe landen:	-%

Wat is het aantal fte's:

In deze organisatie of vestiging	1426 fte
Waarvan actief in innovatie	40 fte

Wat is in het personeelsbestand ongeveer het aandeel van:

LO / VMBO-ers	19 %
MBO-ers	51 %
HBO-ers en WO-ers	30 %

Omschrijf de missie van de organisatie, in termen van het probleemoplossend vermogen
(afnemersbehoeften), doelgroepen en gebruikte technologie(en)

De missie:

"Agis is een ondernemende zorgverzekeraar. Een vertegenwoordiger en gids voor onze klanten. Hun belang is onze drijfveer. Voor onze zorgaanbieders zijn we een betrouwbare partner. Samen met hen verzekeren we onze klanten de toegang tot op maat gesneden zorg van een goede kwaliteit."

Vraag 2.

De positie in de branche en bedrijfskolom (Concurrentiekrachten van Porter)

Instructie voor de student

Dit interview, de z.g. bedrijfsscan, heeft tot doel om het functioneren van de organisatie en de innovatieambities in beeld te brengen.

Zorg, dat je steeds de, bij de Kamer van Koophandel, geregistreeerde naam van een bedrijf invult, anders is het voor het Praktijkbureau niet mogelijk de gegevens te verwerken. (Tik daarvoor naam + plaats in op de KvK-site)

Jouw bedrijf

In deze enquête noemen we de organisatie waar jij afstudeert 'jouw bedrijf'.

Noem de drie belangrijkste leveranciers van dit bedrijf (geregistreeerde naam + vestigingsplaats).

- 1: Zorginstellingen
- 2: Vektis Beheer B.V., Zeist
- 3: Vecozo B.V., Tilburg

Noem de drie belangrijkste externe klanten (geregistreeerde naam + vestigingsplaats).

- 1: Nationale PostcodeLoterij (affinity)
- 2: Gemeentelijke sociale dienst / DWI Amsterdam
- 3: Albert Heijn (Gezondheidspolis voor klanten)

Noem twee externe organisaties waarmee hecht wordt samengewerkt (niet leveranciers, niet klanten) (geregistreeerde naam + vestigingsplaats).

- 1: Achmea Holding, Zeist
- 2: Gemeente Amsterdam en Gemeente Utrecht

Noem de drie belangrijke concurrenten (geregistreeerde naam + vestigingsplaats).
Geef aan welke bedreiging ze vormen.

- | | |
|-----------------------|----------------------------|
| 1: CZ, Tilburg | Bedreiging: Doen hetzelfde |
| 2: Menzis, Wageningen | |
| 3: Achmea Zorg, Zeist | Bedreiging: Doen hetzelfde |
| 4: UVIT, Amsterdam | Bedreiging: Doen hetzelfde |

Welke van deze drie concurrenten wordt als 'belangrijkste concurrent' beschouwd?

CZ

Noem 2 belangrijke substituten (indien van toepassing) (dat zijn producten die een vergelijkbare functie of een vervanger kunnen vervullen voor de koper)

1: n.v.t.

2:

Welke nieuwe toetreders kunnen op de markt verschijnen?

Voor de aanvullende verzekering zouden bijvoorbeeld grote buitenlandse partijen/verzekeraars kunnen verschijnen die een positie in Nederland willen verkrijgen. Dit zal waarschijnlijk niet snel gebeuren.

Onderscheidend vermogen

Het onderscheidend vermogen van een organisatie kan in verschillende elementen van de bedrijfsvoering worden gevonden. Geef aan met welke instrumenten jouw bedrijf zich op de markt onderscheidt (meerdere antwoorden mogelijk).

	Jouw bedrijf onderscheidt zich op de markt m.b.v.:
Pre-sales	Ja, d.m.v. volloopp programma's/voorlichting e.d.
Prijs	Nee
Product	Ja, d.m.v. onderscheid op de aanvullende verzekering
Plaats = distributie	Ja, door het ontwikkelen van nieuwe distributiekkanalen (zoals Nationale Postcodeloterij en AH)
Marketing communicatie	Nee
After-sales	Nee
.....	
.....	

Vraag 3.

Voer een SWOT-analyse uit

Strong / weak

Instructie voor de student

Om een goede SWOT-analyse van jouw bedrijf te maken, is het aan te raden om de sterkten en zwakten van diverse businessaspecten van de organisatie te vergelijken met die van één of meer branchegenoten met een goede reputatie. Die branchegenoten noemen we de referentiebedrijven. Neem er voor deze enquête één, en wel het bedrijf dat bij vraag 1d als 'belangrijkste concurrent' is gedefinieerd. Dat wordt **het referentiebedrijf**.

Probeer zoveel mogelijk gegevens over jouw bedrijf en het referentiebedrijf zelf te achterhalen

(website, jaarverslagen, KvK, rondvragen) en check daarna een en ander met je bedrijfsmentor c.q. leidinggevende. Er zijn dus twee stappen:

1. Zoek informatie over het referentiebedrijf. Zoek met name de businessaspecten die hieronder zijn genoemd;
2. Doe hetzelfde met jouw bedrijf, en vergelijk.

Vergelijk beide bedrijven aan de hand van de elementen van de “value chain” van Porter. Geef de score van jouw bedrijf weer t.o.v. het referentiebedrijf (dat dus als ‘ijkpunt’ fungeert). Als ‘jouw bedrijf’ het volgens jullie bijvoorbeeld beter doet op ‘service’ dan geef je jouw bedrijf een ‘+’, of misschien zelfs een ‘++’. Indien het productieproces van de concurrent naar jullie oordeel efficiënter is, dan krijgt jouw bedrijf daar bijv. een ‘-’ of een ‘--’.

Hiertoe dien je je dus in de belangrijkste concurrent te verdiepen. Indien je zelf niet alle aspecten kunt inschatten, overleg dan met je bedrijfsmentor (waarschijnlijk weet hij dit allemaal wel, of hij kan je doorverwijzen).

Noem hier nog een keer de naam van het referentiebedrijf:

CZ

Welke score geef je jouw bedrijf t.o.v. het referentiebedrijf op de volgende aspecten:
(noteer een niveau: -- / - / 0 / + / ++)

Primaire activiteiten:	Inkomende logistiek	Nvt
	Productieproces	+
	Uitgaande logistiek	Nvt
	Marketing en Verkoopactiviteiten	+
	Serviceactiviteiten	+
Ondersteunende activiteiten:	Organisatie en infrastructuur	Nvt
	HRM, opleidingsniveau	+
	Technologische ontwikkeling	Nvt
	Marktonwikkeling	+
	Branche gerelateerde productontwikkeling	+
	Procesontwikkeling	+
	Inkoopstrategie	+

(n.b. Alleen een marktleider zou op (vrijwel) alle punten ‘++’ kunnen scoren)

Strong / weak in termen van innovatief vermogen

Instructie voor de student

De mate waarin een organisatie innovatief is dan wel innovatief kan zijn, hangt voor een belangrijk deel af van een aantal strategische keuzes die het bedrijf maakt. Deze vraag gaat over die keuzes en de uitwerking ervan, onder andere in termen van personeel.

Welke belemmeringen zijn er binnen de organisatie voor de realisatie van innovaties?

Belemmeringen:

Weinig, hoogstens een gebrek aan geld

Hoeveel fte werd (door deze vestiging) vorig jaar ongeveer ingezet voor:

Onderzoek en ontwikkeling	40 fte
Opleiding en training	10 fte

Opportunities / Threats

Verzamel, aan de hand van externe bronnen en brancheliteratuur, informatie over de voor jouw bedrijf belangrijkste externe trends en ontwikkelingen.

Geef voor elk van deze ontwikkelingen aan, of het hier door jouw bedrijf vooral als een Kans (K) dan wel als een Bedreiging (B) wordt ervaren. (of misschien wel allebei...)

		K / B
Trend / ontwikkeling 1:	Integratie (zorgverzekeraar participeert in zorgverlening/ziekenhuizen)	K
Trend / ontwikkeling 2:	Vergrijzing	K + B
Trend / ontwikkeling 3:	Kredietcrisis + Verhoging werkloosheid	B
Trend / ontwikkeling 4:	Concentratietendens onder verzekeraars	K + B

Hoe speelt het bedrijf in op deze trends?

- Meer focus op stedelijke ontwikkeling.
- Maatwerk in incassotrajecten.

Noem de twee belangrijkste innovaties waar het bedrijf nu aan werkt. Geef aan of het marktontwikkeling, productontwikkeling en/of procesontwikkeling betreft

		markt / prod. / proc.
Innovatie-1:	Stedelijke ontwikkeling (Programma Grote Steden)	Markt + Product
Innovatie-2:	Aparte lijn voor medewerkers zorginstellingen / "Conjunctuurpolis" (verzekering voor werklozen)	Product Product

Noem bij deze twee innovaties de bijbehorende belangrijkste belemmeringen

Bij innovatie-1:	Medewerking gemeenten / woningbouwcorporaties / zorgverleners
Bij innovatie-2:	Marktacceptatie

Dit is het einde van deel A: de bedrijfsscan.

S.v.p. invullen:

Geïnterviewd: Gerco van den Brink

zijn / haar functie: Marktmanager

datum van het interview: 15 april 2009

geaccordeerd door: Michael Snoeren

datum accordering: 23 april 2009

Deel B: Beroepsscan

Tip voor de student

De vragen van de beroepsscan hebben betrekking op de functie die jij later gaat uitoefenen. Je interviewt een zogenaamde 'medior beroepsbeoefenaar'.

Daarmee wordt bedoeld: iemand met 3 tot 8 jaar werkervaring binnen de beroepspraktijk van marketing / sales (op HBO- of academisch niveau).

Dat kan je bedrijfsmentor / leidinggevende zijn, maar ook iemand anders in jouw bedrijf.

Overleg in geval van twijfel met je docent-begeleider of praktijkcoördinator.

Het mooiste is als het iemand is die enkele jaren geleden op de FEM de opleiding MER of LE heeft gevolgd.

'De medewerker'

In de onderstaande vragen noemen we deze beroepsbeoefenaar 'de medewerker'.

Wat is de benaming van de functie van de medewerker?

Accountmanager Zakelijke Markt

Is deze functie overwegend een lijnfunctie, een staffunctie of projectfunctie?
(zet bij juiste antwoord een X)

Lijnfunctie

☒

staffunctie

☐

projectfunctie

☐

Wat is de functiebenaming van de direct leidinggevende van deze medewerker?

Salesmanager Zakelijke Markt

Geef de vier belangrijkste taken van de medewerker

Taak-1:	Relatiebeheer			
Taak-2:	Sluiten van collectieve zorgverzekeringen			
Taak-3:	Acquisitie			
Taak-4:	Communicatie verzorgen rondom collectieve zorgverzekering			
Met welke 3 functionarissen binnen het bedrijf wordt door de medewerker het meest intensief samengewerkt?				
functiebenaming:	Relatiebeheerder			
functiebenaming:	Communicatiemedewerker			
functiebenaming:	Campagnemedewerker			
Druk in een percentage uit wat de verhouding is tussen de tijd die in deze functie wordt besteed aan operationele zaken en de tijd die wordt besteed aan strategische zaken				
operationeel: (....% van de tijd)	70%	strategisch: (....% van de tijd)	30%	
Wat zijn de drie belangrijkste <i>instrumenten</i> voor deze functie binnen de beroepsuitoefening in het bedrijf? (Bijvoorbeeld het gebruik van <i>Balanced Scorecard</i> , CRM, BPM, ERP, andere softwareprogramma's etc.)				
1: Archie - relatiebeheersysteem				
2: Outlook				
3: Office				
Wat zijn de belangrijkste 3 <i>uitdagingen</i> voor deze functie binnen de beroepsuitoefening van de medewerker in jouw bedrijf?				
1: Vinden van prospects				
2: Sluiten van nieuwe contracten				
3: Zoveel mogelijk mensen/werknemers bij Agis verzekerd krijgen				
Wat is de belangrijkste <i>verandering</i> , die zich binnen het bedrijf in de afgelopen 2 jaar in de beroepsuitoefening heeft voorgedaan?				
- Fusie met Eureko (holding van Achmea) - De zorgverzekeringsmarkt is steeds meer stil komen te liggen na de invoering van de nieuwe zorgverzekeringswet.				

Op welke drie aspecten van de beroepsuitoefening zijn internationale ontwikkelingen en contacten het belangrijkste?
(Denk hierbij bijv. aan inkoop, klanten/verkoop, het productieproces of de bedrijfsvoering)

1: Geen, Agis is een nationale zorgverzekeraar. Wel hoort het bedrijf sinds kort bij Eureko maar daar is in de beroepsuitoefening nog niet veel van te merken.

2:

3:

Communicatie

Niet alleen de vakinhoud, maar ook de communicatieve vaardigheden willen we in de opleidingen goed laten aansluiten bij de beroepspraktijk. Met de onderstaande vragen willen we een goed beeld krijgen van de meest voorkomende schriftelijke en mondelinge communicatievormen die worden gebruikt door de medewerker. **Zet een X in de juiste cel**

Communicatieactiviteiten:

	dagelijks	wekelijks	maandelijks	zelden	nooit
Mondeling:					
Presenteren			X		
Onderhandelen		X			
Instrueren, uitleg geven	X				
Vergadering voorzitten			X		
Discussiëren, betogen, overtuigen		X			
Adviesgesprek voeren		X			
Intakegesprek of acquisitiesprek voeren		X			
Slecht-nieuwsgesprek of disciplinengesprek voeren				X	
Functionerings- of beoordelingsgesprek voeren					X
Selectiegesprek voeren					X
Interviewen				X	
Schriftelijk:	dagelijks	wekelijks	maandelijks	zelden	nooit
Beperkt advies, probleemsigalering				X	
Adviesrapport (div. oplossingen, voor- en nadelen, advies)		X			
Onderzoeksrapport (uitgebreide verantwoording)				X	

Evaluatierapport (beoordeling, advisering)					X
Implementatieplan , communicatieplan			X		
Onderzoeksplan, plan van aanpak			X		
Projectplan			X		
Offerte, commerciële teksten	X				
Webtekst		X			
Memo		X			
Gespreksverslag		X			
Notulen				X	
Brief		X			
<i>Dit is het einde van deel B: de beroepsscan (en daarmee van de Beroepenveldmonitor) S.v.p. invullen:</i>					
Geïnterviewd:	Danielle van Tongeren				
zijn / haar functie:	Accountmanager Zakelijke Markt (Agis Zorgverzekeringen)				
datum van het interview:	5 mei 2009				
geaccordeerd door:	Gerco van den Brink				
datum accordering:	11 mei 2009				

Bijlage 2: Betrokken partijen

2.1 Betrokken partijen binnen Agis

Er zijn zowel binnen als buiten Agis meerdere afdelingen en personen betrokken bij een eventuele samenwerking. Allereerst Programma Grote Steden. Aangezien zij de hele samenwerking trekken, zijn zij intern de belangrijkste betrokken partij. Daarnaast zullen ook de afdelingen Zorg en Commercie gevolgen ondervinden van de samenwerking. Aangezien er binnen PGS ook de takken zorg en commercie zijn, zullen vanuit PGS de andere afdelingen worden aangehaakt waar nodig. Zo zal bijvoorbeeld het commercieteam van PGS in samenwerking met de afdeling Commercie een campagne opstarten om de samenwerking te promoten. Ook het Team Internet zal worden aangehaakt, om veranderingen op de websites en eventuele online inschrijvingen en dergelijke te organiseren.

Verder blijven de gevolgen voor de rest van de organisatie beperkt. Zoals eerder gezegd zal PGS de hele relatie en samenwerking trekken, de rest zal opgaan in de massa van andere verzekerden en dus geen specifiek extra of ander werk opleveren.

Meer specifieke informatie over de gevolgen van de daadwerkelijke samenwerking en de benodigde vaardigheden hiervoor, is te vinden in hoofdstuk 7.

2.2 Betrokken woningbouwcorporaties

Programma Grote Steden richt zich voorlopig alleen op de woningbouwcorporaties in Amsterdam en Utrecht.

In Amsterdam zijn dat:

- Ymere
- Stadgenoot
- De Key
- Rochdale
- Eigen Haard
- Alliantie

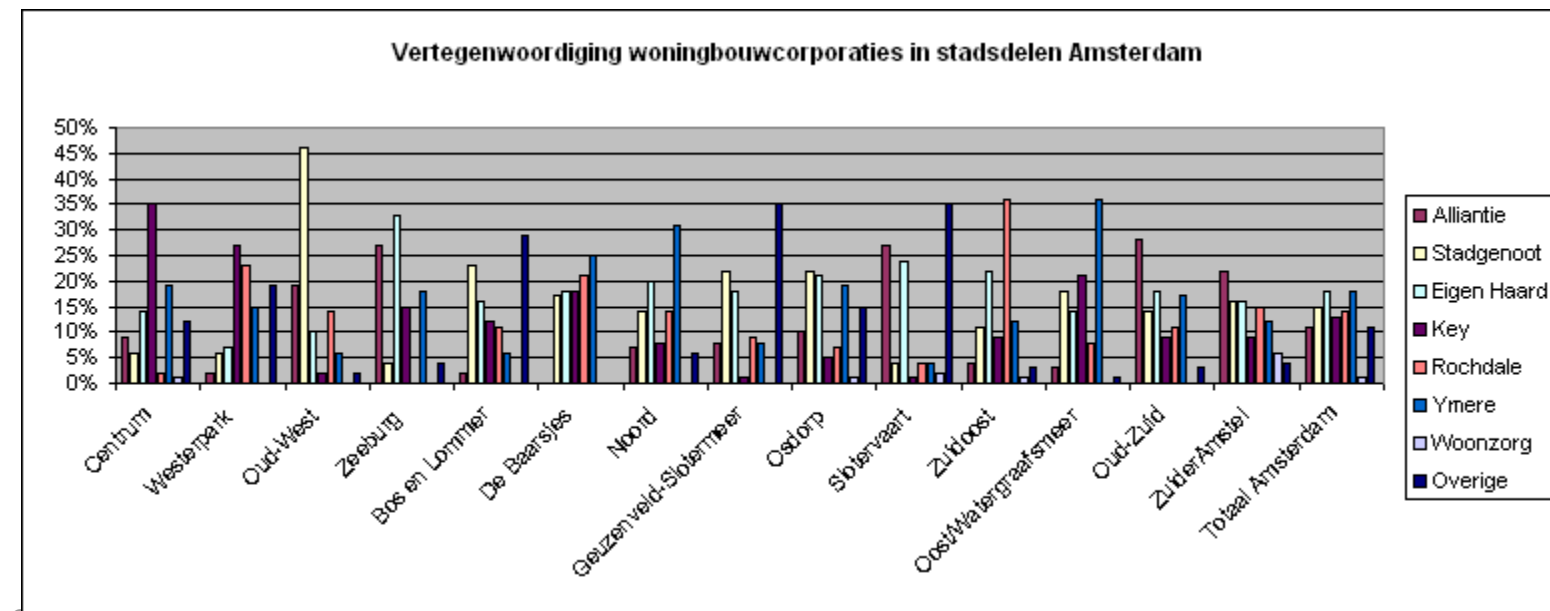
In Utrecht zijn dat:

- Mitros
- Bo-Ex
- Portaal
- SSHU

Daarnaast is ook Woonzorg Nederland interessant. Deze wbc bezit huizen voor ouderen door heel Nederland, waaronder Amsterdam.

Op de volgende pagina, in tabel 2.1, staat in een overzicht de vertegenwoordiging van woningbouwcorporaties in de stadsdelen van Amsterdam weergegeven (in percentages). Uit dit overzicht kan geconcludeerd worden dat in de meeste wijken één of twee wbc's sterk zijn vertegenwoordigd. Over geheel Amsterdam zijn Ymere en Eigen Haard de grootste partijen. Eigen Haard is in elk stadsdeel vertegenwoordigd, maar vooral in Zeeburg. Ymere concentreert zich voornamelijk in specifieke stadsdelen, zoals Oost/Watergraafsmeer. Als belangrijkste wijken (de wijken met de meeste sociaalhuurwoningen) in Amsterdam komen verder Oud-West, Zuidoost en Noord naar voren.

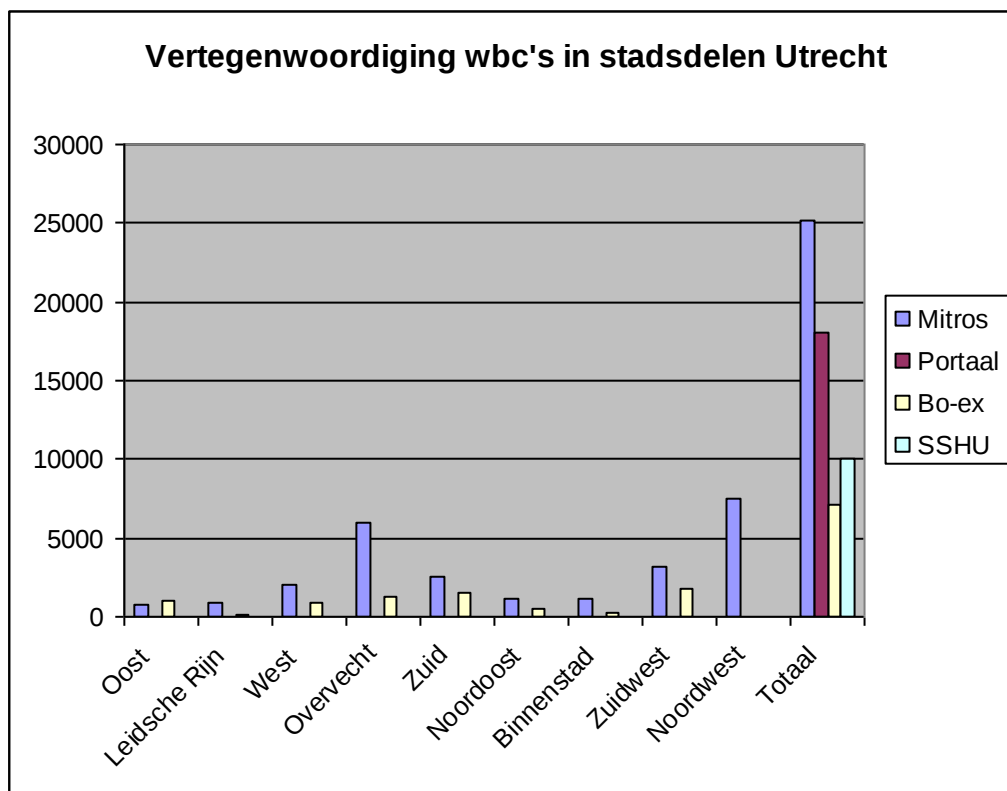
	Totaal	Alliantie	Stadgenoot	Eigen Haard	Key	Rochdale	Ymere	Woonzorg	Overige
Centrum	100%	9%	6%	14%	35%	2%	19%	1%	12%
Westerpark	100%	2%	6%	7%	27%	23%	15%	0%	19%
Oud-West	100%	19%	46%	10%	2%	14%	6%	0%	2%
Zeeburg	100%	27%	4%	33%	15%	0%	18%	0%	4%
Bos en Lommer	100%	2%	23%	16%	12%	11%	6%	0%	29%
De Baarsjes	100%	0%	17%	18%	18%	21%	25%	0%	0%
Noord	100%	7%	14%	20%	8%	14%	31%	0%	6%
Geuzenveld-Slotermeer	100%	8%	22%	18%	1%	9%	8%	0%	35%
Osdorp	100%	10%	22%	21%	5%	7%	19%	1%	15%
Slotervaart	100%	27%	4%	24%	1%	4%	4%	2%	35%
Zuidoost	100%	4%	11%	22%	9%	36%	12%	1%	3%
Oost/Watergraafsmeer	100%	3%	18%	14%	21%	8%	36%	0%	1%
Oud-Zuid	100%	28%	14%	18%	9%	11%	17%	0%	3%
ZuiderAmstel	100%	22%	16%	16%	9%	15%	12%	6%	4%
Totaal Amsterdam	100%	11%	15%	18%	13%	14%	18%	1%	11%



Tabel 2.1 Vertegenwoordiging wbc's Amsterdam

In onderstaande tabel 2.2 is per stadsdeel van Utrecht aangegeven hoe de verschillende woningbouwcorporaties daar vertegenwoordigd zijn (in absolute getallen). Op het kaartje op de volgende pagina (afbeelding 2.3) is te zien hoe de wijken over de stadsdelen zijn verdeeld. Helaas zijn de precieze gegevens van Portaal en SSHU niet bekend, maar uit de gesprekken en de gegevens die wel beschikbaar zijn hebben wij kunnen concluderen dat in Utrecht Mitros en SSHU de belangrijkste partijen zijn. De belangrijkste wijken zijn Overvecht, Zuilen, Ondiep, Lunetten en Kanaleneiland. De meeste wijken waar veel sociale huurwoningen zitten, worden ook wel kracht- en/of prachtwijken genoemd.

	Mitros	Portaal	Bo-ex	SSHU
Oost	792		1000	
Leidsche Rijn	900		67	
West	2022		900	
Overvecht	5931		1250	
Zuid	2494		1500	
Noordoost	1195		460	
Binnenstad	1167		200	
Zuidwest	3189		1800	
Noordwest	7473		0	
Totaal	25163	18000	7177	10000



Tabel 2.2 Vertegenwoordiging wbc's in Utrecht



Afbeelding 2.3 Wijken in Utrecht

2.3 Interesse in samenwerking?

Voor ik voor Agis een concept/propositie kan opstellen, is het erg belangrijk om te weten of de wbc's überhaupt wel interesse hebben in een samenwerking. Mocht dit niet het geval zijn, dan is het zonde van de tijd en het geld om concepten op te stellen. Om hierachter te komen heb ik gebruik gemaakt van fieldresearch. Ik ben bij veel wbc's langs geweest om hun ideeën te pijlen en uit deze besprekingen bleek dat de meningen van de wbc's verschillen.

Kort samengevat waren de volgende wbc's het meest enthousiast:

Amsterdam: Stadgenoot, Ymere en de Key

Utrecht: SSHU en Mitros

Algemeen: Woonzorg Nederland

Deze partijen willen graag samenwerken en zijn voor Agis dus erg belangrijk.

Onderstaande uitspraken van de verschillende wbc's geven een beeld van hun ideeën.

Rochdale:

- "Rochdale vraagt zich af in hoeverre het woon/servicepakket leeft onder de wbc's."
- "Het gat tussen zorg en de wbc's is nog te groot."

SSHU:

- "SSHU ziet samenwerking wel zitten: Zo kan zorg worden afgestemd op studenten en dichterbij hen worden gebracht."
- "SSHU vindt het logisch om te fungeren als voorpost en heeft interesse in de rol van Agis hierbij."
- "Het grootste gemeenschappelijke belang is voorlichting."

Stadgenoot:

- "Wij willen de huurder graag veel bieden, maar ze nergens toe dwingen."
- "Een woon/servicepakket is de kapstok voor legitimiteit."
- "Stadgenoot vindt het een interessante verkenningstocht, vooral gebiedsgericht."

De Key:

- "De bevolking gezond houden is een gezamenlijk belang."
- "Beide partijen willen samenwerken, dus dit zou hout moeten snijden."

Ymere:

- "De doelstellingen die Agis onderscheidt sluiten naadloos aan bij de doelstellingen van Ymere, dus er zijn zeker mogelijkheden voor een samenwerking, maar Agis moet wel met concrete plannen komen."
- "Ymere staat er voor open om met een nieuw voorstel de RvB te benaderen."

Woonzorg:

- "Woonzorg ziet zelf al verschillende aanknopingspunten."
- "Veiligheid en zekerheid zijn de belangrijkste klantwaarden van Woonzorg, hier zou Agis op in kunnen spelen, door op dit gebied de samenwerking aan te gaan."

Portaal:

- "Portaal ziet op dit moment geen mogelijkheden op commercieel gebied."

Mitros:

- "De verbinding tussen Agis en Mitros is te leggen in betere wijken (op het gebied van wonen en zorg) en prettiger leven."

De ideeën en voorstellen van de wbc's zijn te lezen in de volgende paragraaf.

2.4 Voorstellen van woningbouwcorporaties

Wat eigenlijk tijdens alle gesprekken naar voren is gekomen, is dat de wbc's zelf niet echt voorstellen hebben. Zij zijn wel geïnteresseerd in een samenwerking, maar willen dat Agis met een concreet voorstel komt. Dit gaat in tegen mijn eerste insteek, aangezien ik liever samen concepten wilde bedenken in plaats van het later 'door de strot douwen' van door Agis bedachte concepten. Mijn gedachte hierachter was dat er op die manier meer draagvlak gecreëerd zou worden, maar zodra

bleek dat de wbc's dit liever op een andere manier wilden, heb ik voor die insteek gekozen. Wel is er in samenspraak gekomen tot een aantal richtlijnen.

Het belangrijkste gebied waarop samenwerking kan plaatsvinden is 'leefbaarheid'. Zoals ook uit alle jaarverslagen blijkt, is leefbaarheid een kernbegrip geworden voor alle wbc's, dus als Agis daarin zou kunnen bijdragen, zou dat een heel goede ingang voor samenwerking zijn.

In eerste instantie waren de wbc's niet te spreken over een collectiviteit voor hun huurders. Zij waren erg gefocust op de legitimiteit hiervan en keuzevrijheid voor huurders, maar toen bleek dat een collectiviteit altijd optioneel is en dat de wbc's er veel voor terug zouden krijgen, werden zij ook op dit gebied toegankelijker. Wat voor de wbc's erg belangrijk is, is dat het geen vorm van koppelverkoop wordt, aangezien dat bij wet verboden is. Concluderend is te zeggen dat de basis voor de samenwerking er is, deze samenwerking vooral gericht moet zijn op leefbaarheid en dat Agis met een concreet voorstel moet komen.

2.5 Huurderprofiel

Omdat er bij deze samenwerking wordt uitgegaan van de tripartiete benadering, is bij het opstellen van een goede propositie de huurder ook erg belangrijk. Er zijn wbc's met een homogene doelgroep, zoals SSHU (studenten) en Woonzorg Nederland (ouderen), maar het gros van de wbc's heeft een heterogene doelgroep. Dit maakt het lastig om een specifiek huurderprofiel te maken. Aangezien wij wel weten waar de wbc's gevestigd zijn, zoals eerder in deze bijlage vermeld stond, kan er wel gebruik worden gemaakt van de wijkenmonitor van de gemeenten. Dit geeft geen specifiek beeld per wbc, maar het geeft wel een indicatie van het bewonersprofiel van een wijk. Onderstaand zijn de gegevens uit de wijkenmonitor te vinden van de wijken die voor Agis en deze samenwerking relevant zijn. Mocht men in de toekomst wel een collectiviteit willen aanbieden die perfect aansluit op de individuele huurder, dan wil ik aanraden om onderzoek te houden onder de huurders om zo een duidelijk profiel op te stellen.

Tabel 1: Bevolkingsontwikkeling naar leeftijd en herkomst												
	Noordwest		Utrecht		Zuilen-West		Zuilen-Noord/Oost		Pijlsweerd		Ondiep, 2e Daalsebuurt	
	2004	2007	2004	2007	2004	2007	2004	2007	2004	2007	2004	2007
leeftijdverdeling:												
% 0 t/m 17 jarigen	17,3	15,9	18,6	18,8	15,7	14,8	22,2	20,8	13,7	12,5	15,6	13,6
% 18 t/m 26 jarigen	18,9	21,8	17,5	18,8	20,4	24,7	15	16,4	20,9	25,6	20,4	23
% 27 t/m 34 jarigen	19,3	18,6	18,2	16,8	20,5	19	17,2	16,5	24,7	23	18	18,3
% 35 t/m 44 jarigen	15	15	15,7	16,2	15	15	15,6	16,1	15,7	14,4	14,3	14,3
% 45 t/m 54 jarigen	10	10	10,8	10,9	10,3	9,9	10,2	10,6	9,4	9,2	9,8	9,7
% 55-plussers	19,5	18,7	19,1	18,5	18	16,5	19,9	19,6	15,7	15,3	21,9	21,1
herkomst:												
% Autochtonen	68,6	68,5	69,7	69	77	76,5	59,6	59,6	63,3	65,5	72,3	71,4
% Turken	6,3	6,1	4,5	4,5	3,6	3,6	7,8	7,5	8,9	8	6	6
% Marokkanen	9	8,9	8,6	8,8	4	4,1	16,6	16,3	9	7,8	6,2	6,3
% Surinamers/Antillianen	3,6	3,3	3,4	3,4	2,9	2,4	4,8	4,6	3,6	3,1	3,2	3
% overig niet-westers	3,1	3,6	3,9	4,3	2,9	3,6	3,7	4	3,3	3,7	2,8	3
% westers	9,3	9,7	9,8	10	9,7	9,9	7,6	8,1	12	11,8	9,6	10,3
generatie:												
% 1e generatie westers	4,3	4,5	4,3	4,3	4,3	4,5	3,5	3,7	5,5	5,5	4,4	4,9
% 1e generatie niet-westers	13	12,4	12	11,7	8,1	7,9	18,9	18,3	15,1	13,1	10,5	10,3
% 2e generatie westers	5,1	5,2	5,6	5,6	5,4	5,4	4,1	4,4	6,4	6,3	5,2	5,4
% 2e generatie niet-westers	9,1	9,4	8,4	9,3	5,2	5,8	13,9	14,1	9,7	9,6	7,7	8

Tabel 2.1 Bevolkingsontwikkeling Utrecht naar leeftijd en herkomst

Tabel 6: Sociaal-economische kenmerken

	Noordwest		Utrecht		Zuilen-West		Zuilen-Noord/Oost		Pijlsweerd		Ondiep, 2e Daalsebuurt	
	2004	06/07	2004	06/07	2004	06/07	2004	06/07	2004	06/07	2004	06/07
werk:												
% werkzoekenden	9	6,4	6,9	5,1	6,9	4,8	11,4	8,4	8,6	5,6	8,9	6,3
% werkzoekenden 15-26 jaar	5,8	2,4	4,2	1,8	4,3	1,7	8,7	3,9	5,2	1,6	5,1	2,4
% huishoudens met bijstand	8,9	8,4	6,4	6,3	5	4,8	12,5	11,5	10	9,2	8,7	8,2
% arbeidsongeschiktheidsuitkeringen	10,1	9,1	8	7,2	8,1	7,1	12	10,5	9	7,7	10,4	10,1
% uitkeringsontvangers	19,8	17,7	15,3	14,3	14,2	12,8	24	21,9	22,1	15,8	19,9	18,9
werkgelegenheid:												
Aantal bedrijfstvestigingen	1.699	1.912	15.721	17.189	480	513	374	421	308	343	537	635
Aantal banen	8.036	8.908	203.469	199.936	2.040	2.181	1.144	1.160	2.191	2.684	2.661	2.883
Aantal banen per 100 inwoners	20	21,9	75,3	71,1	20	20,9	9,8	9,7	41,1	50,8	20,6	22,3
inkomen en opleiding:												
% huishoud rond sociaal minimum (105%)	14	-	11	-	10	-	16	-	14	-	14	-
Gem. huishoud inkomen.(x 1.000 euro)	23,8	-	27,8	-	23,7	-	24,4	-	24,8	-	23	-
% laag opgeleiden	43	31,6	30,7	22,4	39,5	29,9	46,8	34,2	31,3	23,7	47,5	34,3

Tabel 2.2 Sociaaleconomische kenmerken Utrecht

	Overvecht		Utrecht	
	2004	2007	2004	2007
leeftijdverdeling:				
% 0 t/m 17 jarigen	20	20,3	18,6	18,8
% 18 t/m 26 jarigen	13,7	15	17,5	18,8
% 27 t/m 34 jarigen	14,1	13,4	18,2	16,8
% 35 t/m 44 jarigen	13,3	13,7	15,7	16,2
% 45 t/m 54 jarigen	10,7	10,6	10,8	10,9
% 55-plussers	28,2	26,9	19,1	18,5
herkomst:				
% Autochtonen	53,5	49,8	69,7	69
% Turken	8	8,7	4,5	4,5
% Marokkanen	17,4	20	8,6	8,8
% Surinamers/Antillianen	5,3	5,3	3,4	3,4
% overig niet-westers	7	7,5	3,9	4,3
% westers	8,8	8,6	9,8	10
generatie:				
% 1e generatie westers	4,8	4,7	4,3	4,3
% 1e generatie niet-westers	22,5	23,7	12	11,7
% 2e generatie westers	4	3,9	5,6	5,6
% 2e generatie niet-westers	15,2	17,9	8,4	9,3

Tabel 2.3 Bevolkingsontwikkeling Utrecht Overvecht naar leeftijd en herkomst

Tabel 6: Sociaal-economische kenmerken

	Overvecht		Utrecht	
	2004	06/07	2004	06/07
werk:				
% werkzoekenden	12,4	10,3	6,9	5,1
% werkzoekenden 15-26 jaar	8,4	4,6	4,2	1,8
% huishoudens met bijstand	13	13,8	6,4	6,3
% arbeidsongeschiktheidsuitkeringen	12,6	11,1	8	7,2
% uitkeringsontvangers	25,9	24,8	15,3	14,3
werkgelegenheid:				
Aantal bedrijfstvestigingen	1.152	1.238	15.721	17.189
Aantal banen	14.291	14.685	203.469	199.936
Aantal banen per 100 inwoners	46	46,8	75,3	71,1
inkomen en opleiding:				
% huishoud rond sociaal minimum (105%)	16	-	11	-
Gem. huishoud inkomen, (x 1.000 euro)	23,1	-	27,8	-
% laag opgeleiden	47,6	42,7	30,7	22,4

Tabel 2.4 Sociaaleconomische kenmerken Utrecht Overvecht
Tabel 12 Gemiddeld inkomen per buurtcombinatie (in euro's)

D17	2.072
D18	1.849
D19	1.750
D20/D22	2.848
D21	2.443
totaal	2.243

Tabel 13 Inkomensgroepen per (samengestelde) buurtcombinatie

	lage inkomens	lage midden-inkomens	hoge midden-inkomens, €1.988-€2.575	hoge midden-inkomens, €2.575-€3.116	hoge totaal inkomens	absoluut = 100%
D17	28%	27%	21%	8%	16%	2.428
D18	35%	29%	15%	10%	11%	3.024
D19	48%	26%	10%	7%	9%	4.092
D20/D22	22%	20%	18%	10%	30%	4.549
D21	22%	27%	18%	8%	25%	4.044
totaal	31%	25%	16%	9%	19%	18.137

Tabel 15 Opleidingsniveau

lager onderwijs	12%
lager middelbaar	11%
hoger middelbaar	35%
HBO/WO	43%
totaal	100%

Tabel 2.5 Bewonerskenmerken Amsterdam Oud-West (Stadgenoot)

Tabel 12 Gemiddeld inkomen per buurtcombinatie (in euro's)

U27	2.252
U28	1.970
U29	1.707
U30	1.879
U55	2.056
U56	2.966
U57	1.562
U58	1.303
totaal	2.106

Tabel 13 Inkomensgroepen per (samengestelde) buurtcombinatie

	lage inkomens	lage midden- inkomens	hoge midden- inkomens, €1.988- €2.575	hoge midden- inkomens, €2.575- €3.116	hoge inkomens	totaal absoluut = 100%
U27	39%	19%	12%	7%	24%	2.355
U28	41%	26%	13%	7%	13%	5.504
U29	46%	28%	10%	5%	10%	4.330
U30	42%	21%	15%	9%	13%	4.412
U55	37%	24%	12%	7%	18%	4.625
U56	17%	20%	13%	12%	37%	5.422
U57	46%	28%	15%	7%	3%	1.884
U58	71%	10%	5%	7%	7%	1.458
totaal	38%	23%	13%	8%	18%	29.990

Tabel 2.6.1 Bewonerskenmerken Amsterdam Oost/Watergraafsmeer (Ymere)

Tabel 15 Opleidingsniveau

lager onderwijs	20%
lager middelbaar	18%
hoger middelbaar	32%
HBO/WO	30%
totaal	100%

Tabel 2.6.2 Bewonerskenmerken Amsterdam Oost/Watergraafsmeer (Ymere)

Tabel 12 Gemiddeld inkomen per buurtcombinatie (in euro's)

C13/C12(B10/B11)	1.497
C14	1.835
C16/C15	1.941
totaal	1.754

Tabel 13 Inkomensgroepen per (samengestelde) buurtcombinatie

	lage inkomens	lage midden- inkomens	hoge midden- inkomens, €1.988- €2.575	hoge midden- inkomens, €2.575- €3.116	hoge inkomens	totaal absoluut = 100%
C13/C12(B10/B11)	53%	23%	13%	3%	8%	6.847
C14	39%	28%	12%	5%	15%	7.078
C16/C15	39%	23%	17%	7%	14%	5.802
totaal	43%	25%	14%	5%	13%	19.727

Tabel 15 Opleidingsniveau

lager onderwijs	19%
lager middelbaar	14%
hoger middelbaar	36%
HBO/WO	31%
totaal	100%

Tabel 2.7 Bewonerskenmerken Westerpark (De Key)

2.6 Bestaande / mogelijke klanten

In Amsterdam en Utrecht is Agis de grootste verzekeraar. Agis wil zich dan ook positioneren als 'zorgverzekeraar van de stad'. In Amsterdam is 51% van de inwoners verzekerd bij Agis, in Utrecht is dat 36%. Een logisch gevolg is dus dat ook een groot deel van de huurders al verzekerd is bij Agis. Hier wordt vooral gericht op het behoud van deze verzekerden. Daarnaast is er natuurlijk het deel dat niet is verzekerd bij Agis. Deze wil Agis graag aan zich binden. Uit onderzoek is gebleken dat het reëel is om te zeggen dat ongeveer 2% van andere verzekeringen zal overstappen naar Agis na een interessant aanbod. Daarnaast zal ongeveer 12,5% van de al bij Agis individueel verzekerden overstappen naar een eventuele wbc-collectiviteit.

Bij een gemiddelde wbc in Amsterdam of Utrecht, met 20.000 huishoudens, draait het dan in het eerste jaar om de instroom van 400 nieuwe verzekerden en een overstap van individueel naar collectiviteit van 1000 verzekerden. Voor een verdere onderbouwing hiervan verwijs ik naar hoofdstuk 7.3 en bijlage 4.

2.7 Ideale zorgverzekering?

In het begin van dit onderzoek had ik onder anderen de volgende twee deelvragen opgesteld:

- Hoe ziet men een ideale zorgverzekering?
- Welke aspecten mist men nu bij de zorgverzekering?

Zoals ik in het onderzoeksrapport al heb gemeld, was er helaas te weinig tijd om een onderzoek te houden onder de huurders. Op deze deelvragen kan ik zodanig dus ook geen antwoord geven.

Ik zou Agis willen adviseren om alsnog een onderzoek te houden onder de huurders van de belangrijkste wbc's.

Bijlage 3: Voorstel samenwerking SSH Utrecht & Agis Zorgverzekeringen

Voorstel samenwerking SSH Utrecht & Agis Zorgverzekeringen 11 mei 2009

Doelstelling

Agis wordt een partner op zorggebied die SSHU en haar bewoners inhoudelijk kan adviseren over de zorg in Utrecht.

Hierbij wordt gedacht aan:

- advisering over inschrijving bij nieuwe huisarts
- advisering over welke zorgverlener waar te vinden is
- wijzen op online zorgmogelijkheden van TakeCareNow (o.a. apotheek)
- verwijzen naar Agis winkels in de stad Utrecht
- kennispartner voor vragen van de studenten

Tevens kunnen de bewoners van SSHU korting krijgen op de jongeren-zorgverzekering van Agis (TakeCareNow).

Communicatie

Nieuwe huurders:

- Met het tekenen van het huurcontract wordt een informatiepakket van Agis meegegeven.
- Dit informatiepakket bestaat uit:
 - o Informatie over inschrijving bij nieuwe huisarts
 - o Informatie over Agis zorgverzekering/Take Care Now
 - o Waar is welke zorgverlener te vinden? (o.a. verwijzing naar www.vandaagis.nl)

Bestaande huurders:

- Informatie op website SSHU (heeft meer bekendheid nodig)
- Kick-off mailing mbt de samenwerking tussen SSHU & Agis
 - Inhoudelijke zorginformatie Utrecht
 - Aanbieding Agis zorgverzekering
 - Verloting voor elke 25^e aanmelder (bijv laptop?)
 - Verwijzing naar website SSHU om deze meer bekendheid te geven

Extra

- Citycampus wordt eind dit jaar opgeleverd. Officiële opening is waarschijnlijk voorjaar 2010.
- 2 keer per jaar worden er klantpanels georganiseerd met 12 studenten. Hier kan Agis in worden meegenomen om te onderzoeken wat zij (o.a. productinhoudelijk) een goed aanbod vinden.
- Op de Uithof gaat zich een zelfstandige huisarts vestigen (Paul Drost → informeren of hij al gecontracteerd is bij Agis)

Bijlage 4: Financiële analyse

Voor het berekenen van het resultaat zijn er aantal gegevens van belang. In onderstaande tabel staan deze gegevens weergegeven, waarna onder de tabel enkele aspecten nader zijn toegelicht.

WBC (naam)		
	%	Aantal
Aantal huishoudens		20000
Aantal huurders		40000
Agis-verzekerd	50%	20000
Niet-Agis	100%-50%	20000
Betalend	80%	16000
Niet-betalend	20%	4000
Collectief	60%	12000
Individueel	40%	8000
Gem. Premie		1400
P/S factor	100%	1400
Overstap ind. Agis-col. Agis	12,5%	1000
Overstap anders-Agis	2%	400
Totaal collectief		1400
Betalend	80%	1120
Korting 80 euro		89600

- Bij het aantal huurders wordt uitgegaan van factor 2, wat wil zeggen dat er per huishouden twee personen wonen.
- Niet betalende huurders zijn bijvoorbeeld kinderen onder de 18 jaar, die geen premie hoeven te betalen.
- De gemiddelde premie is gebaseerd op een optelsom van de gemiddelde basispremie plus de gemiddelde aanvullende premie.
- De P/S factor staat voor Premie/Schade factor. Dit percentage geeft aan hoeveel procent van de premie schade is. In dit geval dus 100 %.

Omdat deze gegevens natuurlijk per wbc verschillen, is er in Excel een spreadsheet gemaakt, die per situatie aangepast kan worden. Alle variabelen kunnen worden veranderd, waarna alle gegevens worden aangepast. In deze bijlage is uitgegaan van een gemiddelde wbc in Amsterdam.

Onderstaand zijn de verschillende berekeningen die zijn uitgevoerd nader toegelicht.

Vermindering schadelast

Om te berekenen hoeveel de schadelast jaarlijks daalt, is uitgegaan van 4 scenario's; schadelast jaarlijks gelijk, -0,5%, -1% en -2%. Ik zal de berekeningen toelichten aan de hand van scenario 2, schadelast jaarlijks -0,5%.

0,05% van de gemiddelde premie is 7 euro ($0,05 \cdot 1400$). In jaar 1 zijn er 16.000 betalende verzekerden, dus de schadelast vermindert met 112.000 euro ($7 \cdot 16.000$). In jaar 2 komen er 400 nieuwe verzekerden bij, waarvan 80% betalend, waarmee het totaal aantal betalende verzekerden op 16.320 komt. De schadelast is dan met 1% verminderd, dus de totale opbrengsten in jaar 2 zijn $14 \cdot 16.320 = 228.480$ euro. In jaar 3 zijn er 19.600 huurders niet verzekerd bij Agis. De harde instroom is dan $0,02\% \cdot 19.600 = 392$, waarvan 80% betalend (314). De schadelast is met 1,5%, dus 21 euro vermindert wat de opbrengsten brengt op $21 \cdot 16.634 = 349.314$ euro.

Investeringsen

In onderstaande tabel is het gezondwonenfonds uitgewerkt.

Met 'verzekerden' worden alle betalende verzekerden bedoeld. Het aantal betalende verzekerden maal 15 euro levert het bedrag op dat in het fonds gaat. Voor alle harde instroom (nieuwe verzekerden) gaat nogmaals eenmalig 50 euro in het fonds, wat uiteindelijk resulteert in het totaalbedrag.

Gezondwonenfonds

Jaarlijks 5% van AV = 15 euro van alle betalende collectief verzekerden in fonds

Daarnaast eenmalig 50 euro voor elke harde instroom

	Verzekerden	In Fonds	Harde instroom	In fonds	Totaal
Jaar 1	1120	16800	400	20000	36800
Jaar 2	2134	32010	392	19600	51610
Jaar 3	3054	45810	384	19200	65010

Agis doet twee verschillende investeringen, die samen leiden tot het totaal aan lasten. Allereerst wordt er geïnvesteerd door middel van kortingen. Elke verzekerde in de collectiviteit krijgt 80 euro korting op de aanvullende verzekering. Om dit bedrag te berekend wordt het totaal aantal betalende verzekerden (in jaar 1 is dat 80% van 1400 = 1120) vermenigvuldigd met 80.

Daarnaast investeert Agis ook in het gezondwonenfonds, zoals in bovenstaande tabel al nader is toegelicht. Deze investeringen samen zorgen voor het totaalbedrag aan investeringen.

Investeringsoverzicht

Jaar	Overstap	Totaal	Korting	Korting invest.	Fonds invest.	Totaal invest.
1	$12,5\% \cdot 8000 = 1000$	1400	$1120 \cdot 80$	89600	36800	126400
	$2\% \cdot 20000 = 400$					
2	$12,5\% \cdot 7000 = 875$	1267	$1014 \cdot 80$	81120	51610	222330
	$2\% \cdot 19600 = 392$					
3	$12,5\% \cdot 6125 = 766$	1150	$920 \cdot 80$	73600	65010	309330
	$2\% \cdot 19208 = 384$					

Commerciële kosten

Om de nieuwe samenwerking te promoten worden er verschillende kosten gemaakt. In onderstaand overzicht is een schatting van deze kosten uitgewerkt. Deze kosten zullen jaarlijks gelijk . De kosten zijn gebaseerd op het Campagneplan 2009-2010 van PGS.

Campagnekosten:

Kosten drukwerk:	3.500
Kosten porti:	4.000
Overige commerciële kosten:	10.000
Nabellen offertes:	<u>2.500</u>
	20.000

Kosten commercieel personeel:	10.000
Kosten overhead:	<u>3.000</u>
	13.000

Totaal: 33.000

Bovenstaande kosten zijn gebaseerd op de cijfers die in deze bijlagen worden genoemd, dus op een benadering van 20.000 huishoudens. Mocht de campagne uiteindelijk gericht worden op meer of minder huishoudens dan zullen ook de campagnekosten veranderen, deze zijn variabel. De kosten van het commercieel personeel en de overheadkosten zijn vaste kosten, deze zullen dus niet variëren.

Resultaat

Aan de hand van de scenariotechniek zijn in het rapport de kosten en opbrengsten tegenover elkaar gezet in vier verschillende situaties. In die tabellen is te zien tot welke resultaten dit leidt.

Het uiteindelijke resultaat wordt gevormd door de totale opbrengsten minus de totale investeringen. In het scenario-overzicht zijn de negatieve resultaten rood gekleurd.

Bijlage 5: PowerPoint Presentatie voor gebruik Agis

Concept WBC's

Propositie voor een samenwerking tussen Agis Zorgverzekeringen en een woningbouwcorporatie.

Amersfoort
Mei 2009



Inhoud

1. Context

- 1.1 Aanleiding
- 1.2 Uitgangspunten

2. Doelstelling samenwerking

3. Doelgroepen

- 3.1 Behoeften huurders
- 3.2 Behoeften woningbouwcorporaties (wbc's)
- 3.3 Behoeften Agis

4. Kansanalyse

- 4.1 Gezamenlijke behoeften

5. Aanbevolen concepten

- 5.1 Heterogene doelgroep
- 5.2 Ouderen
- 5.3 Studenten
- 5.4 Overige aanbevelingen

6. Partnership

7. Proces

8. Implementatie in organisatie

- 8.1 Organisatorisch
- 8.2 Commercieel
- 8.3 Financieel



1. Context

1.1 Aanleiding

Waarom is de samenwerking nodig?

1.2 Uitgangspunten

Wat zijn de uitgangspunten voor deze samenwerking?



1.1 Aanleiding

- Samenwerking met een woningbouwcorporatie is nodig om:
 - Leefbaarheid in een wijk te creëren/behouden
 - Zorg en welzijn toegankelijker te maken voor huurders in de wijken
 - Maatschappelijke participatie te bevorderen in de wijken
- Een integrale samenwerking vereist en beoogt aansprekende resultaten voor huurders, de wbc en de zorgverzekeraar.
- Samenwerking met een wbc biedt commerciële mogelijkheden.

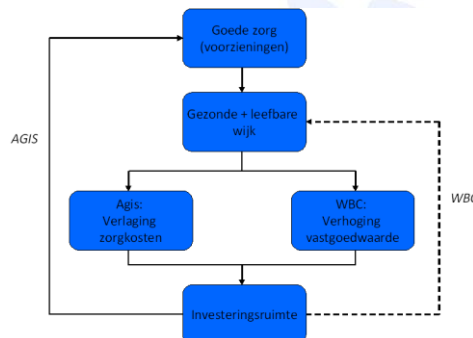


1.2 Uitgangspunt

- Goede zorg → Leidt tot gezondere en leefbaardere buurt → Leidt voor Agis tot minder zorg/verlaging zorgkosten + voor wbc's tot verhoging vastgoedwaarde → Leidt tot investeringsruimte

Dus:

Investeren in een wijk, waardoor er iets gebeurt met de mensen in de wijk (d.m.v. een samenwerking tussen Agis en een wbc) levert voordelen voor alle partijen. (*Sociale cohesie*)



2. Doelstelling samenwerking

Samenwerking levert onderscheidende voordelen op voor de huurders, de wbc en Agis.

❖ Doelstellingen huurders:

- "Prettig wonen met goede welzijn-/zorgvoorzieningen in een vriendelijke, veilige en vertrouwde buurt."
- "Goedkope/betaalbare voorzieningen, zoals wonen, zorg en buurtvoorzieningen."

❖ Doelstellingen wbc:

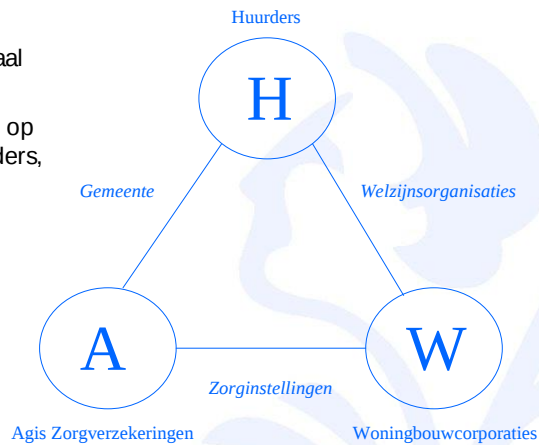
- "Goed onderhouden en schoon vastgoed met minimale leegstand."
- "Een leefbare en gezonde wijk, in samenwerking met zorgverleners/welzijnsinstellingen."
- "Verhogen van de huurdertevredenheid."

❖ Doelstellingen Agis:

- "Investeren in een leefbare wijk, wat zal leiden tot een gezonde wijk waardoor Agis verlaging van de zorgkosten kan realiseren."
- "Aanbieden van een aantrekkelijke en betaalbare zorgverzekering aan de huurders van een wbc, mogelijk in de vorm van een collectiviteit."
- "Behoud/instroom van (gezonde) Agisverzekerden."
- "Verhogen van de verzekerdertevredenheid."

3. Doelgroepen

- De tripartiete benadering staat centraal
- De conceptontwikkeling is gebaseerd op de gezamenlijke behoeften van huurders, wbc, zorgverleners en Agis Zorgverzekeringen

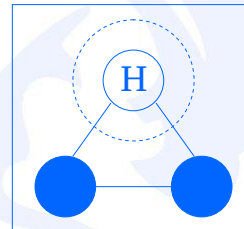


3.1 Behoeften huurders

De huurders van woningbouwcorporaties (in Amsterdam en Utrecht) hebben behoefte aan:

Huurdersspecifiek:

- Sociale cohesie
- Financiële voordelen, incl. zorg (*bijv. totaalpakket*)
- Veiligheid
- Goede voorzieningen in huizen in de buurt
- Goede zorg in de buurt
- Goede zorg op ieder tijdstip (*persoonalarmering*)
- Gezellige/groene/schone/gezonde buurt
- Prettige burens
- Gemak bij het afsluiten/omzetten van een zorgverzekering (geen 'gedoe')



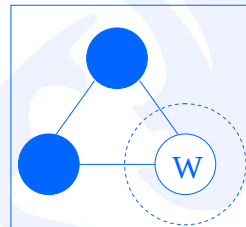
Algemeen:

- Betaalbare zorg (lage premie e.d.)
- Zekerheid
- 'Ruime' vergoedingen (met name tandarts/fysio)
- Snelheid / Geen lange wachttijden
- Kennis van cultuur en doelgroep specifieke wensen

3.2 Behoeften woningbouwcorporaties

De woningbouwcorporaties (in Amsterdam en Utrecht) hebben behoefte aan:

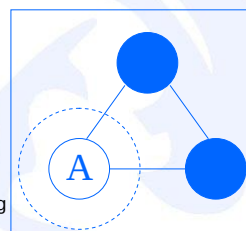
- Vastgoed op orde
- Volloop / Hoge bezettingsgraad woningen
- Geen leegstand
- Financiële continuïteit
- Leefbare wijk (*gezellige/groene/gezonde/schone/veilige buurt*)
- 'Voorbeeldige' huurders
- Wijkgerichte aanpak / Aanbod op gebiedsniveau
- Scheiding wonen/zorg en wonen/welzijn
- Levensloopbestendig wonen
- Waarborging van de privacy
- Sociale cohesie onder huurders
- Verhoging van huurdertevredenheid
- Niet exclusief voor Agis-verzekerden / Keuzevrijheid voor huurder



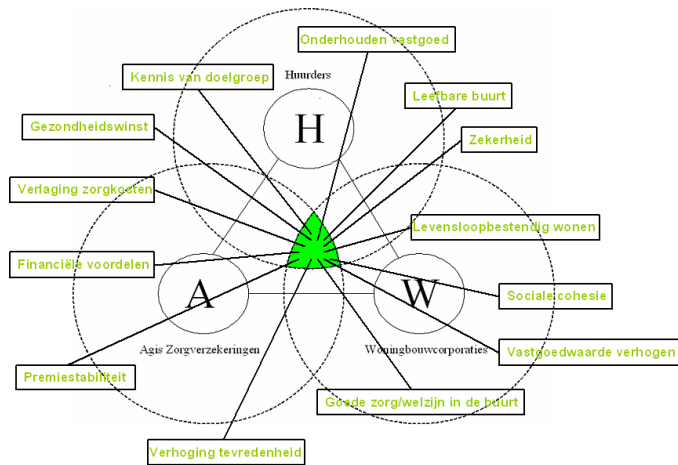
3.3 Behoeften Agis

Agis Zorgverzekeringen heeft behoefte aan:

- Positionering / Onderscheid (*belangrijke partij/positie in de wijk*)
- Behoud / groei verzekerden
- Verlaging van de zorgkosten
- Verschillende (nieuwe) distributiekanaal / Vergroten distributiekraft
- Profielkennis (o.a. zorgprofiel) huurders
- Balanstussen zorgvraag en –aanbod
- Innovatie en verbeteringen in de kwaliteit, betaalbaarheid en toegang tot zorg
- Premiestabiliteit
- Dichtbij huurders / verzekerden
- Goed zorgaanbod / aanwezigheid en kwaliteit?
- Preventie



4. Kansanalyse



4.1 Gezamenlijke behoeften

- Doelgroepspecifieke initiatieven op het gebied van zorg, sociaal en welzijn
- (Gefinancierde) initiatieven gericht op preventie: Module op maat
- Leefbare buurt
- Gezonde huurders
- Levensloopbestendig wonen

5. Aanbevolen concepten

Verskil maken tussen wbc's met heterogene doelgroep en wbc's met homogene doelgroep.

5.1 Heterogene doelgroep

5.2 Homogene doelgroep: Ouderen

5.3 Homogene doelgroep: Studenten



5.1 Heterogene doelgroep

- Het woon/servicepakket
Bevat producten en diensten die aansluiten op de levensfasen van verschillende huurders. Huurders die verzekerd zijn bij Agis kunnen gratis of met korting gebruik maken van de aspecten uit het pakket. De financiering van dit pakket wordt gekoppeld aan een collectiviteit.
- Het gezondwonenfonds
*In ruil voor de distributierol van de wbc: Per Agis-verzekerde gaat een bepaald bedrag in dit fonds.
Geld dat de wbc, in samenspraak met Agis en de huurders, kan gebruiken om de gezondheid en leefbaarheid in een wijk te vergroten en de eerstelijnszorg te verbeteren.*



5.2 Ouderen

- Aanknopingspunten vastgesteld met Woonzorg Nederland.
- Deze aspecten verwerken in een specifiek “Woonzorg woon/servicepakket”.
- Zelfde soort samenwerkingsovereenkomst als met overige wbc's.



5.3 Studenten

SSHU

- Samenwerking krijgt vorm op het gebied van voorlichting.
- SSHU fungeert als voorpost, Agis verzorgt de voorlichting en advisering.

De Key

- Jaarlijks komen zo'n 300 studenten rechtstreeks van Schiphol naar de Key, waar zij zich kunnen inschrijven bij een ambtenaar.
- Agis haakt hier bij aan, waardoor de studenten gelijk een zorgverzekering (TCN) kunnen afsluiten.



5.4 Overige aanbevelingen

- Een onderzoek instellen onder de huurders van verschillende wbc's.
Draagvlak creëren d.m.v. huurderparticipatie.
- Panelgesprekken organiseren met huurders of wijkraad o.i.d. in samenwerking met de wbc.
In tripartiete samenwerking tot een uitgangspunt komen.
- Gemeenten aanhaken bij de samenwerking.
Sluit goed aan bij convenanten en kan leiden tot co-financiering.
- Het contact met Aedes niet verliezen.
Een zeer grote kans vanwege het grote bereik.
- In het algemeen dingen sneller doorpakken.
Er wordt erg veel gepraat.



6. Partnership

Van te voren kortsluiten en vastleggen in samenwerkingsovereenkomst:

- Samenwerkingsvorm
- Looptijd
- Wel of geen stichting voor een collectiviteit?
- Wel of geen exclusiviteit?



7. Proces

- De specifieke tijdsplanning voor de samenwerking moet worden opgesteld aan de hand van het samenwerkingscontract.
- De volgende deadlines kunnen al wel worden nagestreefd:

1. Een keuze maken voor een samenwerking met minimaal 1 wbc in Amsterdam en minimaal 1 wbc in Utrecht.	Vóór 1 juni
2. Het concept presenteren bij de wbc's.	Vóór 1 juli
3. Afspraken vastleggen in een intentieverklaring.	Vóór 1 september
4. Wbc-specifiek concept + implementatieplan opstellen.	Vóór 1 oktober
5. Implementatie	1 oktober



8. Gevolgen voor de organisatie

Wat hebben de aanbevelingen voor gevolgen voor de rest van de organisatie?

- 8.1 Organisatorisch
- 8.2 Commercieel
- 8.3 Financieel



8.1 Organisatorisch

- Meer tijd vrijmaken voor de samenwerking met dit nieuwe distributiekanaal.
- Iemand binnen PGS verantwoordelijk stellen voor de verschillende contacten.
- De afdelingen Commercie en Zorg aanhaken waar nodig.

Conclusie:

Er hoeven geen grote organisatorische veranderingen plaats te vinden, maar de organisatie moet wel goed op de hoogte worden gebracht.



8.2 Commercieel

- Publiciteit nodig: Zowel intern als extern.
- Promotie: Campagne opzetten.
Afdeling Commercie aanhaken.
- Mensen, geld en tijd vrijmaken.



8.3 Financieel

Opbrengsten:

- Harde instroom
- Verlaging van de zorgkosten (levert financieringsruimte)

Kosten:

- Jaarlijkse kortingen op collectiviteit
- Investerings in leefbaarheidfonds.

Meest waarschijnlijke scenario:

Scenario 2: Schadelast jaarlijks - 0,5 %			
Jaar	1	2	3
P/S factor	99,5%	99,0%	98,5%
Vermindering schadelast	7*16000	14*16320	21*16634
Opbrengsten	112000	228480	349314
Investerings	126400	222330	309330
Campagnekosten	33000	33000	33000
Resultaat	-47000	-26850	6984