

# Naar maatschappelijke waardecreatie



Frank Vandenborre (Lead Stakeholder Engagement Ageas)

**Met Connect21 gaf Ageas haar nieuw strategisch plan vorm. De volgende drie jaar wil de verzekeraar een stap verder gaan dan het puur economische aspect en ook haar belangrijke maatschappelijke rol in de verf zetten en ontwikkelen.**

Daarmee past het bedrijf zich helemaal in in de betekeneconomie (zie ook kaderstuk). Daarin is financiële meerwaarde een middel in plaats van een doel op zich. Het doel van betekenisgerichte bedrijven ligt in het bijdragen aan de levenskwaliteit van klanten en andere stakeholders en aan het nastreven van een hoger maatschappelijk doel of 'purpose'.

Het verhaal dat Ageas wereldwijd en AG Insurance in België ophangen, is dat ze er in de eerste plaats willen zijn voor hun klanten. Het centraal beeld is dat van de 'supporter van hun leven'. Het bedrijf bekommert zich dan over de onzekerheden en de mogelijkheden, zodat de klanten met alle gemoedsrust ten volle kunnen genieten van elke fase van hun leven.

Maar Ageas gaat nog een stap verder dan deze missie, zo stelt Frank Vandenborre, Lead Stakeholder Engagement en bezieler van het extra luik: "Ik heb de

ambitie om — naast de goede financiële resultaten van de voorbije tien jaar — een mooi blok toe te voegen qua maatschappelijke waarde. We zijn al een tijdje bezig met thema's zoals vergrijzing, gezondheid, mobiliteit en moderne infrastructuur. Samen met een zeventigtal medewerkers vanuit de ganse wereld gingen we in de Connect21-oefening zoeken hoe we dat structureler konden doen en toch een winstgevend bedrijf blijven."

## Scholen van morgen

Ageas combineert maatschappelijke waarde met economische: "We doen waardevolle zaken in alle discretie. Zo zijn we jaren via onze vastgoedpoot in 'Scholen van Morgen' gestapt. We

moeten zijn voor al onze stakeholders en de maatschappij waarin we leven. Omdat het geen dode letter zou zijn, hebben we het omgezet in beloftes en realisaties per categorie die we gaan meten en waarover we op termijn zullen rapporteren."

## Duurzame ontwikkelingsdoelstellingen

Ageas besliste om de duurzame ontwikkelingsdoelstellingen (Sustainable Development Goals of SDG's) die de Verenigde Naties in 2016 lanceerden, actief te gebruiken: "Wij pikten er de voor ons meest relevante uit. 'Geen armoede', 'goede gezondheid en welzijn', 'kwalitatief onderwijs' en 'verminderde ongelijkheid' zijn belangrijke. 'Geen

**"Ik heb de ambitie om - bovenop de goede financiële resultaten van de voorbije tien jaar - een mooi blok toe te voegen qua maatschappelijke waarde."**

hebben bijna 200 scholen gebouwd, waardoor 150.000 leerlingen in moderne omstandigheden les kunnen volgen. Het toont hoe we maatschappelijke waarde in onze producten en dienstverlening verankeren. We hebben ons strategisch plan vertaald in hoe we er

armoede' is eigenlijk de essentie van het verzekeren. Dat is ervoor zorgen dat mensen die een tegenslag kennen, dankzij onze tussenkomst wegblijven uit de financiële armoede. Deze ontwikkelingsdoelstellingen voelen nog wat vreemd aan voor wie gewoon is

te denken in termen van winst en verlies. Het is niet het ene of het andere. We proberen uit te leggen dat het economische en maatschappelijke elkaar kunnen versterken. Je komt dan in een cirkel waarbij het éne zorgt voor het andere. Het gegeven wordt ingebed in de dagelijkse werking van het bedrijf. Het moet een evident gegeven worden dat deel uitmaakt van het DNA van elke medewerker.”

### Preventie

“De Connect21-strategie vertrekt vanuit het belang van al onze stakeholders.” Frank Vandenborre: “We herformuleerden onze missie en werkten aan de waarden die we intern en extern willen uitdragen. We vragen om zorg te dragen (care) en om initiatief te durven nemen (dare). We staan klaar om

onze medewerkers op te vangen als het nodig is. We moeten natuurlijk resultaten brengen en zijn ervan overtuigd dat we naar de maatschappij een belangrijke rol kunnen spelen (deliver & share). Daaruit volgen onze strategische keuzes: voorkomen, voorbereiden, beschermen en bijstaan.”

“We willen onder andere inzetten op preventie. Daardoor creëren we ook mogelijkheden om aan maatschappelijke problematieken te werken. In Portugal werken we samen met de apothekersassociaties om preventief te werken op diabetes. We zetten actief in op de bouw van tandklinieken om de tandzorg toegankelijker te maken. Ook onze medewerkers passen de strategie toe. Zo kon het Connect21-team zich vorig jaar voorbereiden voor een kwart-

triatlon onder leiding van Energy Lab. We proberen via een digitaal platform iedereen te doen bewegen, vanuit het idee dat preventie beter is dan achteraf in te grijpen.”

### Concreet uitwerken

De gekozen SDG's moeten geleidelijk aan deel uitmaken van het DNA van de Ageas-medewerker, zo stelt de adviseur van CEO Bart De Smet: “We moeten samen de klassieke manier van denken doorbreken. We vertalen de SDG's naar eenvoudige boodschappen voor onze medewerkers. We willen hen raken, tot creativiteit aanzetten en nieuwe ideeën laten aanbrengen. Toch hebben we ook vandaag al producten die beantwoorden aan wat we maatschappelijk beogen. Zo is Phil at Home een dienst die we senioren aanbieden. Met slimme

## ETION Forum over de betekenis-economie

**Waarom werken of ondernemen mensen? Waarom kiezen consumenten voor een bepaald product? Waarom bestaan we als organisatie? Onder de noemer ‘The meaning of WHY’ staat het ETION Forum 2019 in het teken van de betekenis-economie. Een economie die draait om de behoefte van de mens aan zingeving en betekenis.**

Onder invloed van ICT en digitale technologie kwam de focus in de voorbije decennia steeds meer te liggen op cijfers, kennis en data. Maar mensen zijn meer dan getallen en formules. We zijn betekenisgerichte wezens en die roep naar betekenis klinkt almaar luider. Klanten kiezen niet altijd voor het goedkoopste product, maar ook voor duurzaamheid of klantvriendelijkheid. Werknemers kiezen niet altijd voor het hoogste loon, maar ook voor de waarden die een werkgever uitdraagt. Productiviteit stijgt niet altijd met efficiëntie-ingrepen, maar wel wanneer men het werk als zinvol ervaart.

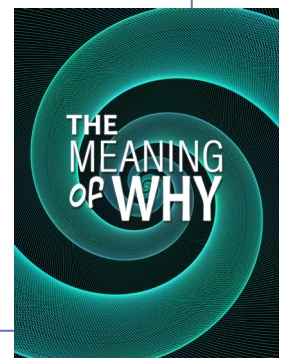
We hebben behoefte aan betekenis en willen die ook meer dan ooit terugvinden in onze professionele bezigheden. De opkomende betekenis-economie haakt daarop

in door betekenis centraal te zetten in de ontwikkeling van producten en diensten, in het aansturen van organisaties of in het bijdragen aan maatschappelijk welzijn. Maak op het ETION Forum 2019 kennis met deze nieuwe, verfrissende kijk op ondernemerschap en economie, en ga mee op zoek naar ‘the meaning of WHY’!

Naast keynotespreker Aaron Hurst (Amerikaans ondernemer en auteur van ‘*The Purpose Economy*’) geven we het woord aan:

- Bie De Backer, directeur Human Resources en Communicatie bij bouwonderneming Durabrick;
- Ignaas Devisch, medisch filosoof en ethicus bij UGent;
- Jochanan Eynikel, businessfilosoof bij ETION.

Het forum vindt plaats op maandag 16 september in de Ghelamco Arena te Gent. Tot 5 juli geniet je van een vroegboekorting. Meer info en inschrijven via [www.etionforum2019.be](http://www.etionforum2019.be).



technologie, een waaier aan diensten en een persoonlijke coördinator, zorgt Phil at Home voor veilig en kwaliteitsvol zelfstandig wonen. De persoonlijke assistent komt regelmatig langs om te kijken of er niets moet gebeuren. Dat kan gaan van herstellingen of onderhoud aan het huis, maar ook andere vormen van hulp. Dit product past binnen onze missie, terwijl we een oplossing bieden voor een maatschappelijk probleem.”

### Technologie

De verzekeraar verbindt ziekteverzekering met nieuwe technologie, meer bepaald big data: “In ons land hebben zieke mensen het vaak moeilijk om een verzekering te krijgen. Ik denk aan een diabeteslijder die een schuldsaldoverzekering wil aangaan. Het risicoprofiel leidt tot hoge premies. In Thailand hebben we een product dat data van de verzekerde bijhoudt. Als het systeem ziet dat de betrokkene zich goed verzorgt en het risico op schade verlaagt, kan de maatschappij een korting toekennen.”

De voorbeelden passen in het idee van Ageas om maatschappelijke waarde te creëren als extra verankering. Voor Vandenborre past het binnen het verzorgen van een goed merk en een goede reputatie. Ageas — en in België meer specifiek AG Insurance — moet het merk zijn dat bij mensen iets oproept

---

**“De gekozen SDG’s moeten geleidelijk aan deel uitmaken van het DNA van de Ageas-medewerker.”**

---

en waar ze graag klant willen zijn. De Lead Stakeholder Engagement besluit: “We moeten meewerken aan de wereld rondom ons. We willen dit in de toekomst meer uitdragen zonder er een marketinggegeven van te maken.”

Tekst: Patrick Verhoest | Foto: GF



## Van bezit naar gebruik

### Huur spullen rechtstreeks van de producent met Peerby

**In mei startte het project Peerby Pro. Producenten bieden goederen rechtstreeks te huur aan aan Peerby-leden. Zo maken consument én producent samen de verandering van bezit naar gebruik. Want waarom een parasol kopen als je ook schaduw kan huren?**

Peerby Pro is een Gentse start-up die deel uitmaakt van het acceleratieprogramma van Start it @KBC, een start-up community. Om op te schalen en voor de verdere uitbouw van het bestaande aanbod is het bedrijf op zoek naar producenten.

Peerby Pro pikt in op het concept ‘product as a service’. Een goed voorbeeld zijn de deelsteps in Brussel: je betaalt enkel voor de tijd dat je een step gebruikt en dus voor de ‘dienst’ van de verplaatsing. Volgens Peerby, het online platform waar burenspullen delen met elkaar, kan je deze manier van werken op heel wat producten toepassen. Daarom lanceert Peerby in Gent het project ‘Peerby Pro’, waarbij je als Peerby-gebruiker producten rechtstreeks van de producent huurt.

### Producenten

Eliet, Barbecook en Umbrosa zijn de eerste drie producenten die hun producten zullen aanbieden op de deelwebsite Peerby. Zij stellen een

elektrische hakselaar, elektrische verticuteermachine, draagbare gasbarbecue, draagbare houtskoolbarbecue en een design parasol ter beschikking.

Het verschil met een gewoon verhuurbedrijf? Bij Peerby Pro blijft de producent eigenaar van het product. De gebruiker stockeert het product bij zich thuis tot de volgende huurder het komt halen. Door de kosten op die manier te delen, zakt de huurprijs.

---

**“De producent blijft eigenaar van het product.”**

---

Ook de UGent is een partner van het project, zij leverden slimme *trackers* die informatie zullen verzamelen over hoe de producten gebruikt worden.

Lieven D’Hont, oprichter Peerby België: “Peerby in België werd 6 jaar geleden gestart met het idee om met zijn allen samen minder te gaan kopen en meer goederen te gebruiken en te delen met elkaar. Dit loopt al enkele jaren goed en met Peerby Pro doen nu ook de producenten mee. Zowel de gebruiker als de producent halen hier voordeel uit.”

Tekst: Jo Cobbaut | Foto: Adobe Stock