

INTERVIEW MET PETER KRUYT, DIRECTIELID CED

VAN SCHADE- EXPERT TOT DATASPECIALIST

Big data laat overal zijn sporen na. Zo heeft de toenemende hoeveelheid beschikbare informatie het vak van schade-expertise ingrijpend veranderd. Claimsmanagementbedrijf CED speelt in op de veranderingen en profileert zich tegenwoordig meer als dataspecialist dan als schadevaststeller. De expertisewereld zal nooit meer hetzelfde zijn. "We zitten als bedrijf in een transformatiefase. We nemen andere mensen aan dan voorheen", zegt directielid Peter Kruyt.

tekst: Rob van de Laar

CED maakte begin dit jaar de blits: als eerste in de verzekeringsbranche startte het expertise- en claimsmanagementbedrijf uit Capelle aan den IJssel een proef met Google Glass. De proef springt als meest tastbare vorm van 'big data' in het oog. "Dat we het doen is bijzonder, maar het meest bijzondere is nog wel dat we 'm überhaupt hebben. Daar zijn we een van de weinigen mee", zegt Kruyt. Hij is directeur international business & claims solutions bij CED.

"Tegelijkertijd is Google Glass hét big data-fenomeen van deze tijd. Wij hebben aan de hand van de bril een potentieel schaderegelingsproces getekend. De expert gaat ermee naar de schadelocatie. De bril maakt automatisch contact met het Kadaster voor de gegevens van het

betreffende gebouw en tegelijk kan de expert een foto of film maken. Je combineert dus de gestructureerde data van het Kadaster met de ongestructureerde informatie van de foto die je zelf maakt."

De uitdaging waar CED nu aan werkt, is dat er een koppeling wordt gemaakt tussen de bril en de eigen systemen. "Wat ik het mooie vind van de Google Glass, is dat hij ook binnen het bedrijf duidelijk maakt dat we stappen aan het zetten zijn. We zijn de afgelopen jaren al geëvolueerd naar een technocratisch en informatiegedreven schade-expertisebedrijf. CED 2.0, zoals ik dat noem. Nu zijn we op weg naar een intelligent, 'big data-gedreven' schademanagement- en consultancybedrijf: CED 3.0."



Combineren en voorspellen

Je zou CED een voorloper kunnen noemen op datagebied. Toch aarzelt Kruijnt om dat te beamen. “Wij worstelen net zo met big data als ieder ander bedrijf. De vraag is wanneer data nu precies wel en niet ‘big’ zijn. Wij denken dat dat het geval is als je gestructureerde en ongestructureerde data met elkaar combineert en van daaruit nauwkeurige voorspellingen doet. De schadegegevens uit je eigen database vormen een voorbeeld van gestructureerde data. Een bekend voorbeeld van ongestructureerde data zijn de camera’s waarmee Russische auto’s zijn uitgerust. De filmpjes of foto’s die daarmee bij een aanrijding worden gemaakt, zijn ongestructureerd. Maar maak je een combinatie van die twee, dan heb je big data. En als je op basis daarvan zinvolle uitspraken kunt gaan doen – bijvoorbeeld over toekomstige trends – loop je voor op de massa.”

Ruim één miljoen schades

En CED werkt er hard aan om zinvolle uitspraken te kunnen gaan doen over de eigen gegevens. “Als je kijkt wat er bij ons aan data binnenkomt, dan gaat het hard. Wij verwerken in totaal meer dan één miljoen schades per jaar. Met ons systeem FlexSys verwerken wij op jaarbasis 300.000 autoschades. Daarmee kunnen we al veel uitspraken doen over verschillende soorten auto’s, verzekeraars en reparateurs. De kennis die we daarmee vergaren, kunnen we inzetten voor de sturing van schade. Op basis van schades uit het verleden kun je een actuele schade beter behandelen. Maar FlexSys is voor autoschades al meer dan tien jaar op de markt.”

Brand

Nieuw is dat FlexSys binnenkort ook voor brandschades ingezet gaat worden. “Wij behandelen zo’n 70.000 brandverzekeringsschades per jaar. Dat is een ander verhaal dan autoschades. Die zijn gestandaardiseerd door het gebruik van de Audatex-calculatiemethode. Bij brandschades komt juist heel veel ongestructureerde data kijken. Gaat er een keuken in vlammen op, dan moeten de keukenkastjes vervangen worden, er moet een andere vloer in en noem maar op. Op die informatie hebben we een structureringsslag losgelaten. FlexSys kan nu het schadebedrag berekenen als we de kenmerken van een nieuwe brandschade invoeren.”

Volume en specials

CED telt 1.300 medewerkers en is vooral in de Benelux en Spanje groot in claimsmanagement. Binnen het concern worden de ‘volumeschades’ behandeld onder het label CED. EMN is het bedrijfs onderdeel waar de meer complexe schades worden ondergebracht. Kruijnt: “Dan moet je denken aan letselschade of transportschade. De reden dat we die verdeling hebben gemaakt, is dat de markt in de volumeschades vooral om technologische oplossingen vraagt die bijdragen aan operational excellence. En in de zogeheten specialschades wordt

vooral een beroep gedaan op de kennis en kunde van onze specialisten, die bijdragen aan een intenser contact en meer interactie met de klant.”

Transitie in volumemarkt

Met name in de markt voor de grote volumes voltrekt zich een transitie, zegt Kruijnt. “Ons traditionele businessmodel is: wij sturen een expert naar een schade om het schadebedrag vast te stellen en daar worden wij dan voor betaald. Er zijn echter drie ontwikkelingen die dat model ondermijnen. Ten eerste leggen verzekeraars de drempel om een expert te sturen steeds hoger. Voor schades van enkele honderden euro’s wordt tegenwoordig geen expert meer ingeschakeld. Daarnaast zorgen technologische ontwikkelingen ervoor dat je dingen steeds meer op afstand kunt doen: vaak is het niet meer nodig om een persoon naar een schadelocatie te sturen. En ten

‘Vraag of bij de verwerking de privacy niet wordt geschaad is afbreukrisico van big data’

derde is er steeds meer data beschikbaar, waardoor een schadebedrag ook zonder tussenkomst van een expert vastgesteld kan worden. Het gebruik van big data is vooral in de volumemarkt een belangrijke factor aan het worden.”

Ook regres

CED is ook actief in zorgregres: het verhalen van medische kosten. Ook daarin zorgt ‘big data’ voor fundamentele veranderingen. Kruijnt: “Vroeger kreeg je bij medische kosten een formulier waarop je kon aankruisen of er sprake was van een ongeval. Dan wist je dat er een expert ingeschakeld moest worden om te kijken of er regres mogelijk was. Maar tegenwoordig is er zoveel informatie beschikbaar dat je regreszaken ook heel anders kunt gaan aanpakken. Daar hebben we nu iemand voor aangesteld. Als wij erin slagen om in navolging van de auto- en brandmarkt een soort Flexsys Care te maken, dan betekent dat nogal wat voor de zorgmarkt. Die is 80 miljard euro groot. Als je daarvan een paar procent kunt terughalen, heb je het al over een groot bedrag. Daar zullen verzekeraars interesse in hebben.”

Opschuiven

Kruijnt vergeet echter niet de wortels van zijn bedrijf. “Wij zijn schadebehandelaars en geen dataminers. Wij halen dus mensen in huis die verstand hebben van het analyseren van gegevens. In schade schuiven we steeds meer op naar een full serviceprovider en databedrijf. We zien steeds minder expertise, maar hebben juist wel meer contact met verzekeraars. Die vragen ons wat wij vinden van bepaalde markten of portefeuilles. Tevens geven wij

op basis van onze schadedata advies in het acceptatiebeleid bij verzekeraars voor het accepteren van nieuwe risico's en het vaststellen van de premie. We gaan dus ook meer naar een consultancyrol toe. Onze basisactiviteit is nog wel schade vaststellen – wij zijn betrokken bij 2,5 miljard aan schadepeningen die jaarlijks worden uitgekeerd – maar doordat wij op ICT-gebied de processen volledig willen automatiseren, zodat 80 procent van de schades automatisch behandeld kan worden, komt onze rol als serviceprovider voor schadebehandeling wel steeds meer op de voorgrond te staan. Zo zijn we nu een tool aan het ontwikkelen die de aansprakelijkstelling bij aanrijdingen automatiseert.”

Facebook

Kruyt geeft een paar voorbeelden van toepassingen van big data: “Zo zijn er autoverzekeraars die bij een aanvraag een link naar de Facebook-pagina van de aanvrager maken. En er is een Amerikaanse creditcardmaatschappij die aan de hand van je Facebook-vrienden bepaalt of je kredietwaardig bent. Dan ga je dus een mening vormen aan de hand van big data.” Zo ver gaat CED nog niet. “Bij letselschades maken we trouwens wel gebruik van social media als we het vermoeden hebben dat er dingen niet kloppen. Maar over het algemeen gaan



we big data niet inzetten in individuele gevallen. Wij gebruiken het om verzekeraars beter te adviseren over het acceptatiebeleid door het combineren van gegevens.”

De vraag of de privacy van individuele personen in de verwerking van big data niet wordt geschaad, komt regelmatig terug. “Dat is het grote afbreukrisico van big data. Maar daar hebben wij op dit moment niet zo veel mee van doen. Onze toepassingen gaan over standaardiseren en niet over individuele gevallen. Big data gaat ook over dingen die je niet weet. Je bekijkt data, terwijl je niet precies weet wat je zoekt.”

Zorgvuldigheid

De manier waarop gegevens worden gecombineerd, kan ook tot verkeerde conclusies leiden. Zorgvuldigheid is dan ook een sleutelwoord, zegt Kruyt. “Big data moet je altijd toevertrouwen aan mensen die er verstand van hebben. Maar ik ben niet zo bang voor stigmatisering van individuen op basis van een paar gegevens. Je moet eerst voldoende relevante data hebben, wil je een conclusie kunnen trekken. Ik kan niet genoeg benadrukken dat wij vooral bezig zijn met het ondersteunen van beleid van verzekeraars. Wij gaan dus niet over individuen praten. Dat blijft altijd de afweging van verzekeraars.”

Niet zelf verzekeren

Een bedrijf dat zo veel informatie bezit en verzekeraars adviseert, zou dat niet gewoonweg zelf moeten gaan verzekeren? Kruyts antwoord daarop is een stellig ‘nee’. “Aan verzekeraars worden heel andere eisen gesteld, alleen al in financiële zin. En los van de vraag of we het zouden kunnen: ik vind het goed dat verzekeraars en schadebehandelaars gescheiden organisaties zijn. Wij zijn een objectieve partij en hebben geen belang bij het al dan niet uitkeren van schade.” Verzekeraars hebben in de afgelopen jaren steeds meer expertisewerkzaamheden uitbested. “Dat is ook niet zo gek. Wij hebben in Nederland ruim 200 auto-experts in dienst. Die hebben elk een veel kleinere regio dan een verzekeraar die er bijvoorbeeld 70 in dienst heeft.”

Achterkant voorop

Voor schadebehandeling ligt het anders, zegt Kruyt. “Dat is juist vaak gecentraliseerd en dat levert toegevoegde waarde. Ik snap wel dat verzekeraars dat centraal en in eigen huis willen doen. Maar er zit een imagoaspect aan. Verzekeraars kampen al jaren met een slecht imago. Ik vraag me af of dat niet ook voor een groot deel met de schadebehandeling te maken heeft. Zou het niet schelen als je een onafhankelijk schadebehandelaar zou inschakelen?”

Kruyt realiseert zich dat hij preekt voor eigen parochie. “Maar toch wringt het ergens. De klanttevredenheid wordt nu eenmaal voor een belangrijk deel bepaald door de schadeafhandeling. Verzekeraars zijn vooral bezig met de voorkant van hun bedrijf: nieuwe klanten werven. Met de achterkant – de schadebehandeling – hebben ze moeite. Bij ons staat die juist op de eerste plaats.” «