

Kuiper Verzekeringen uit Heerenveen

Op weg naar het 'nieuwe normaal'

De coronacrisis gaat aan geen bedrijf in Nederland ongemerkt voorbij. Het ene bedrijf reageerde tot nu toe sneller dan het andere, met hele stringente maatregelen, of juist wat terughoudender. Kuiper Verzekeringen uit Heerenveen was een van die bedrijven van het eerste uur. Er was, vooruitlopend op een strengere regelgeving, al een crisisteam geformeerd en geïnventariseerd wie er op welke manier kon omschakelen naar thuiswerken en wat daarvoor nodig was. Gevolg: binnen 24 uur een vrijwel organische omschakeling van een kantoor- naar een thuiswerkorganisatie. Partners en klanten complimenteerden het bedrijf voor deze operatie, die voor hen bijna ongemerkt was verlopen.



Kuiper Verzekeringen is gevestigd in twee monumentale panden in Heerenveen en heeft ruim 80 medewerkers, waaronder zo'n twintig specialisten voor de zakelijke markt. Het familiebedrijf is sinds de jaren zeventig, toen het een enorme groei doormaakte, gevolmachtigde van een aantal grote verzekeringsmaatschappijen en heeft onder eigen naam verschillende unieke verzekeringsproducten ontwikkeld. Vooral op het gebied van pleziervaartuigen en klassieke auto's geniet Kuiper nationale en internationale bekendheid. En dus is het bedrijf ook te vinden op verschillende botenbeurzen, waaronder Boot Düsseldorf en de HISWA.

Omschakeling binnen 24 uur

Het was nota bene op de tweede dag van de HISWA dat het bericht betreffende het verbod op grote bijeenkomsten de 'Kuiper ploeg' onder leiding van directeur Jacco Kuiper bereikte. De HISWA werd conform de RIVM-richtlijnen vroegtijdig afgebroken. "Binnen 24 uur ging de helft van ons kantoorpersoneel in Heerenveen thuis aan de slag", vertelt Jacco. "De andere helft, behoudens een minimale kernbezetting van een man of tien, waaronder het crisisteam, volgde na de 'intelligente lockdown' tijdens het weekend van 15 maart".

"Waar normaliter bij zo'n rigoureuze 'knip' van kantoor- naar thuiswerkorganisatie

aanpassingsstrubbelingen en communicatieproblemen plaatsvinden, is dat bij ons gelukkig naadloos verlopen. En daar verdienen onze collega's een heel dik compliment voor."

Crisisteam en interne communicatie

"Het crisisteam houdt de besluiten van de regering uiteraard scherp in de gaten en bereidt de organisatie vervolgens voor op de volgende stap", legt management-teamlid Roelof Bisschop uit. "Daarnaast sturen we als crisisteam dagelijks een interne update de deur uit over het reilen en zeilen van ons bedrijf en zijn wij diverse malen bij 'conference calls' van de teams aanwezig geweest om de mensen een hart onder de riem te steken."

Meedenken met klanten en partners

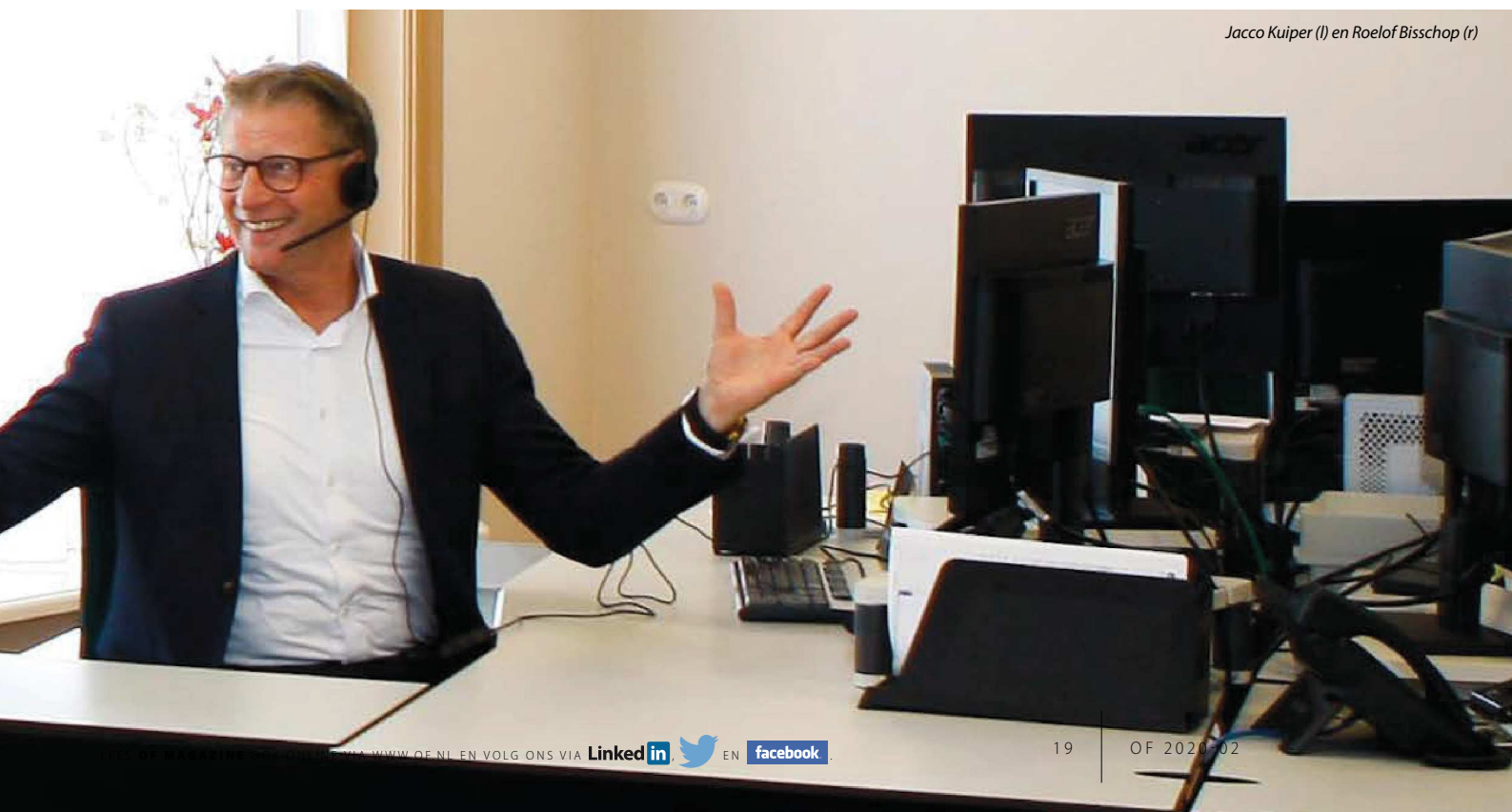
In overleg met haar partners gaat Kuiper Verzekeringen ook soepeler om met de betalingsvoorwaarden. Bovendien zijn de premies voor de hard getroffen watersportverhuursector voor de komende drie maanden verlaagd. Er worden door de verzekeraar uit Heerenveen ook andere gestes gedaan. Zo kocht het bedrijf bij een klant die kweker is 500 bossen rozen op, die anders doorgedraaid hadden moeten worden. De bloemen werden vervolgens bij klanten en medewerkers bezorgd. "We

zijn sinds het oprichtingsjaar 1946 een familiebedrijf en dat willen we ook uitstralen," aldus Jacco.

Toekomst

"We hadden verwacht dat het door corona wel wat rustiger zou worden, maar het tegenovergestelde is het geval", aldus de directeur. "De botenverkoop neemt juist toe, dus is het druk met bootverzekeringen. En bij de oldtimers van hetzelfde laken een pak. Je merkt dat mensen anders gaan recreëren, nu een buitenlandse vakantie op korte termijn niet tot de mogelijkheden behoort."

Overigens verwachtten Kuiper en Bisschop dat de grootste problemen voor het Nederlandse bedrijfsleven in economisch opzicht nog gaan komen. "Waar, hoe, en in welke vorm, dat weet niemand". Op dit moment zijn we druk bezig om ons kantoor 'coronaproef' te maken voor de 'anderhalve meter samenleving'. Ten dele thuiswerken wordt voor ons denk ik ook wel een blijvend fenomeen. Daarnaast willen we de komende maanden een zogenaamde 'Mijn-omgeving' introduceren. Een service waarmee partners en klanten online ook meer zelf kunnen regelen. We verwachten dat dit alles de komende tijd namelijk het 'nieuwe normaal' zal worden." ■



Jacco Kuiper (l) en Roelof Bisschop (r)