



De innovatieparadox van  
AI en lessen van Kasparov

# Schaken of Staken?

IN 1997 WERD DE WERELD VAN TECHNOLOGIE EN MENSELIJKE PRESTATIE OP ZIJN KOP GEZET TOEN GARRY KASPAROV, WERELDKAMPIOEN SCHAKEN EN EEN VAN DE GROOTSTE DENKERS IN HET SPEL, VERLOOR VAN DEEP BLUE, EEN SCHAAKCOMPUTER ONTWIKKELD DOOR IBM. DE GEBEURTENIS TOONDE AAN DAT MACHINES IN STAAT ZIJN OM MENSELIJKE INTELLIGENTIE IN SPECIFIEKE DOMEINEN TE OVERTREFFEN. WAT KASPAROV OVERKWAM, IS ECHTER NIET UNIEK EN WEERSPIEGELT EEN BREDER PATROON DAT WE MOMENTEEL OOK IN DE VERZEKERINGSBRANCHE ZIEN.

TEKST JACK VOS, ONESURANCE.AI

Verzekeringsbedrijven bevinden zich momenteel in een gunstige positie. De winsten blijven hoog, de operationele modellen die al jaren worden gebruikt zijn succesvol, en er is weinig externe druk om drastisch te veranderen. Deze situatie lijkt ideaal, maar kan juist leiden tot een gevaarlijke valkuil: de innovatieparadox. De innovatieparadox ontstaat wanneer bedrijven, ondanks het besef dat innovatie noodzakelijk is voor langetermijnsucces, geneigd zijn om vast te houden aan bestaande, succesvolle modellen.

De innovatieparadox in de verzekeringsbranche is duidelijk zichtbaar. Veel verzekeringsbedrijven erkennen weliswaar de potentie van AI en andere opkomende technologieën, maar voelen weinig urgentie om deze te implementeren. Dit kan op korte termijn logisch lijken, aangezien de huidige bedrijfsvoering nog steeds winstgevend is. Echter, deze inertie kan op de lange termijn ernstige gevolgen hebben. Bedrijven die niet innoveren, lopen het risico om ingehaald te worden door meer wendbare en technologische geavanceerde concurrenten, wat kan leiden tot verlies van marktaandeel en, niet ondenkbaar, zelfs faillissement.

#### WAARSCHUWING

Een letterlijk en figuurlijk *illustratief* voorbeeld van de innovatieparadox komt uit een heel andere branche: de fotografie. Kodak, ooit een dominante speler in de fotografie-industrie, faalde tragisch door vast te houden aan zijn traditionele bedrijfsmodel ondanks de opkomst van digitale fotografie. Kodak was zich bewust van de opkomst van digitale technologie en had zelfs enkele van de eerste digitale camera's ontwikkeld. Toch bleef het bedrijf vasthouden aan zijn oude businessmodel van filmrolletjes, omdat dat nog steeds aanzienlijke winsten opleverde.

Kodaks management onderschatte de snelheid waarmee digitale fotografie zou doorbreken en zag geen noodzaak om hun winstgevende filmproductie op te geven voor een nieuwe, maar onzekere technologie. Deze beslissing leidde uiteindelijk tot de ondergang van Kodak als marktleider, toen digitale fotografie het overnam en de vraag naar traditionele filmrolletjes drastisch daalde.

Net zoals Kodak werd geconfronteerd met de opkomst van digitale fotografie, wordt de verzekeringsbranche nu geconfronteerd met de opkomst van AI. Ondanks de duidelijke voordelen van AI, zoals geautomatiseerde risicobeoordeling, verbeterde klantinteractie en verhoogde efficiëntie, is er in veel verzekeringsbedrijven nog steeds een terughoudendheid om deze technologie volledig te omarmen. De winsten en de bijbehorende waarderingen van portefeuilles zijn hoog,



de klanten lijken relatief tevreden (het product is immers 'low-interest') en de noodzaak om te veranderen lijkt niet urgent.

Echter, deze zelfgenoegzaamheid kan leiden tot ernstige gevolgen. De verzekeringsmarkt verandert snel, en nieuwe wereldwijd opererende spelers die AI en andere technologieën wel volledig omarmen, kunnen traditionele bedrijven zeer snel inhalen. Denk ook maar eens aan Uber of Airbnb. Deze nieuwe spelers zijn vaak wendbaarder, efficiënter en beter in staat om

'Ik geloof niet dat AI ons overwint, maar het daagt ons uit om beter te worden'

– GARRY KASPAROV

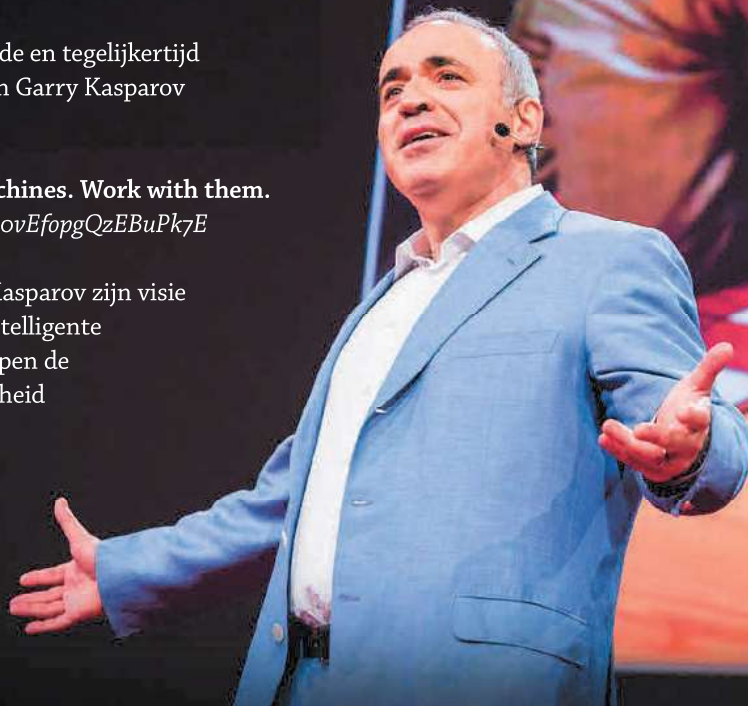
### TIP

Tip: bekijk deze inspirerende en tegelijkertijd humoristische TEDtalk van Garry Kasparov op Youtube:

**Don't fear Intelligent machines. Work with them.**

[youtu.be/NP8xt8o4\\_5Q?si=ovEfogpQzEBuPk7E](https://youtu.be/NP8xt8o4_5Q?si=ovEfogpQzEBuPk7E)

In vijftien minuten deelt Kasparov zijn visie op een toekomst waarin intelligente machines de mensheid helpen de grootste dromen werkelijkheid te maken.



aan de steeds veranderende verwachtingen van klanten te voldoen. Als traditionele verzekeringsbedrijven niet innoveren, lopen ze het risico om marktaandeel te verliezen aan deze nieuwkomers, zoals Kodak zijn marktaandeel verloor aan digitale fotografiebedrijven.

### LEREN VAN KASPAROV

Garry Kasparov's nederlaag tegen Deep Blue is een treffende parallel voor de verzekeringsbranche. Kasparov was een briljant denker en de onbetwiste wereldkampioen schaken, maar zelfs hij onderschatte aanvankelijk de kracht van de schaakcomputer. Hij dacht dat menselijke intelligentie en ervaring onoverwinnelijk waren, maar leerde op de harde manier dat technologie, wanneer juist toegepast, in staat is om zelfs de slimste menselijke tegenstanders te verslaan.

Verzekeraars, volmachten en intermediairs kunnen leren van Kasparov's ervaring. Het zou een vergissing zijn om te denken dat de huidige successen hen zullen

beschermen tegen de opkomst van AI. Net zoals Kasparov uiteindelijk beseftte dat hij met machines moest samenwerken in plaats van tegen hen te strijden, moeten verzekeringsbedrijven AI zien als een partner in plaats van een bedreiging. Zo kunnen ze niet alleen concurrerend blijven, maar zelfs hun positie in de markt versterken.

### VOORDELEN AI

De voordelen van AI voor verzekeringsbedrijven zijn enorm. AI kan helpen bij het automatiseren van risico-beoordelingen, het personaliseren van klantinteracties, het voorspellen van toekomstige trends en het verbeteren van de operationele efficiëntie. Bijvoorbeeld, AI-acceptatieassistenten kunnen klantinformatie analyseren en risicobeoordelingen uitvoeren, waardoor acceptatieprocessen versneld worden en klanten een betere ervaring krijgen.

AI kan de rol van de adviseur aanzienlijk versterken door klantgegevens te analyseren, relevante informatie te verstrekken en op maat gemaakte adviezen te genereren. In de huidige markt, waar consolidaties steeds vaker voorkomen en het aantal klanten toeneemt, staan adviseurs voor de uitdaging om de juiste klant op het juiste moment de juiste aandacht te geven. Klanten verwachten daarbij een steeds persoonlijkere benadering, maar de technologische mogelijkheden om dit waar te maken worden vaak onvoldoende benut. Bovendien is er een schaarste aan gekwalificeerd perso-

'De inertie in de verzekeringsbranche kan op de lange termijn **ernstige gevolgen** hebben'

neel, zowel vakinhoudelijk als op het gebied van ICT. AI kan hier een oplossing bieden.

### MULTIDISCIPLINAIR KARAKTER

Het implementeren van AI is echter geen eenvoudige taak. Veelal wordt gedacht dat het installeren van AI-systemen vergelijkbaar is met het installeren van een softwarepakket, maar in werkelijkheid vereist dit een multidisciplinaire aanpak. Dit houdt in dat verschillende specialisten, waaronder insurance experts, AI-strategen, data engineers, machine learning engineers, solution architects en responsible AI-officers, moeten samenwerken om AI-oplossingen succesvol te implementeren.

Het multidisciplinaire karakter van AI-implementatie is cruciaal om ervoor te zorgen dat de technologie aansluit bij de specifieke behoeften van de verzekeringssector. Dit betekent dat AI-oplossingen niet alleen technisch moeten werken, maar ook moeten passen binnen de ethische normen en regelgeving die van kracht zijn in de sector.

### TERECHE ZORGEN OVER AI

Ondanks de vele voordelen roept AI terecht ook zorgen op, met name wat betreft transparantie en ethiek. Net zoals Kasparov aanvankelijk sceptisch was over de capaciteiten van een schaakcomputer, zijn er vandaag de dag velen die twijfelen aan de inzet van AI in de verzekeringsbranche. Een veelgehoorde zorg is dat AI menselijke banen zal vervangen. Hoewel AI inderdaad sommige taken kan overnemen, moet het gezien worden als een hulpmiddel om menselijke capaciteiten te versterken, niet te vervangen.

Een andere belangrijke zorg is de transparantie van AI-systemen. Modellen zoals generatieve AI, waaronder ChatGPT valt, worden vaak gezien als 'black boxes', omdat hun beslissingen moeilijk te verklaren zijn. Dit gebrek aan transparantie kan problematisch zijn, vooral in sectoren zoals verzekeringen waar vertrouwen en begrijpelijkheid essentieel zijn. Dit benadrukt de noodzaak van transparante en uitlegbare AI-oplossingen.

Daarnaast spelen ethische overwegingen een cruciale rol bij de inzet van AI. Het is essentieel om ethische normen en regelgeving te waarborgen om negatieve effecten te minimaliseren. Dit omvat het voorkomen van biases in AI-modellen, het waarborgen van de privacy en veiligheid van klantgegevens, en het handhaven van transparantie in besluitvormingsprocessen. Het is de taak van AI-strategen om ervoor te zorgen dat hun AI-oplossingen eerlijk, verantwoord en respectvol zijn. Gelukkig komen er ook steeds meer richtlijnen zoals de data-ethische kaders van het Verbond en wetgeving zoals de AI-act, die zullen ontmoedigen dat partijen zelf het wiel gaan uitvinden met alle risico's van dien.



### PARADIGMAWISSELING

De toekomst van AI in de verzekeringsbranche ziet er veelbelovend uit. Verzekeringsbedrijven die AI omarmen, kunnen profiteren van de vele voordelen die deze technologie biedt, zoals verbeterde efficiëntie, groei en een hoger niveau van klanttevredenheid. Echter, het succes van AI hangt af van de balans tussen mens en machine. AI moet worden gezien als een partner die menselijke capaciteiten versterkt, niet vervangt. Dit betekent dat verzekeringbedrijven niet alleen moeten investeren in technologie, maar ook in het ontwikkelen van de vaardigheden en kennis van hun medewerkers om effectief met AI samen te werken.

Net zoals Kasparov's verlies tegen Deep Blue een keerpunt markeerde in de geschiedenis van AI, bevindt de verzekeringsbranche zich nu op een vergelijkbaar kruispunt. Dit vereist van de branche een paradigmawisseling: dit is een fundamentele verandering in het dominante denkkader binnen een vakgebied, vaak veroorzaakt door nieuwe inzichten of ontdekkingen. Het is aan de sector om te bepalen of AI wordt omarmd als een instrument van groei en innovatie, of dat angst voor het onbekende de boventoon voert. De komende jaren zullen in ieder geval cruciaal zijn voor de manier waarop de branche zichzelf herdefinieert in het licht van deze krachtige technologie. ■

*Jack Vos is co-founder/CEO van Onesurance.ai en houdt zich sinds 2020 bezig met het ontwerpen en toepassen van AI-oplossingen in de verzekeringsbranche.*