**De Top 100 intermediair is niet van deze tijd**

AM presenteerde onlangs haar traditionele lijst met de honderd grootste intermediairbedrijven. Een indrukwekkend overzicht dat goed de tijdgeest in de markt weergeeft. Tenminste als het gaat om de verschuivingen als gevolg van consolidatie en financiële groei. In het nieuwe economische denken gaat het bij bedrijven niet alleen maar om de financiële waardecreatie, maar ook om het creëren van brede welvaart. Het is jammer dat die beweging in de top 100 nog niet zichtbaar is.

Laat ik vooropstellen dat economische groei en financiële waardecreatie nog steeds belangrijk zijn. Bedrijven zoals intermediairs mogen trots zijn op hun goede financiële resultaten. Maar groei an sich kan geen strategisch doel zijn. Uiteindelijk hoort groei een middel te zijn tot meer winstgevendheid, innovatie en/of klanttevredenheid. En groei kan ook helpen om meer dan alleen financiële waarde te creëren. Hoe is het bijvoorbeeld gesteld met de waarde die een intermediair realiseert voor het klimaat, de sociale omgeving, de klanten en de medewerkers? Neemt het welzijn evenredig toe met de gecreëerde welvaart?

Het sturen op meer dan alleen omzet en winst is niet alleen een oproep vanuit moreel besef, maar wordt vanuit compliance oogpunt ook cruciaal. De Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), de Sustainable Finance Disclosure Regulation (SFDR) en de zeer recent aangenomen Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD) eisen dat bedrijven verantwoordelijkheid nemen voor de impact die zij en hun waardeketen hebben op mens, milieu en omgeving. Daarover moet worden gerapporteerd en gestuurd zodat beleggers, financiers, investeerders en de klant meer duurzame keuzes gaan maken. Oftewel, dat bedrijven worden geprikkeld om meer bij te dragen aan brede welvaart.

Ook intermediairs zullen de komende jaren meer verantwoording moeten afleggen over hun impact. Als bedrijf zelf of als onderdeel van de intermediaire distributieketen. Dat vraagt om meer bewustzijn in de intermediaire markt over de brede waarde die men toevoegt. Daarbij zou het helpen als AM haar top 100 gaat vernieuwen. De ranglijst op basis van omzet kan prima blijven bestaan, maar kan worden uitgebreid met een ranglijst op basis van sociale en ecologische impact. De top 100 duurzaamste intermediairs wens ik de markt toe. Zodat verzekeraars en banken daar in hun distributiebeleid rekening mee kunnen houden. Net zoals intermediairs best wat meer hun samenwerking met aanbieders mogen baseren op duurzaamheidscriteria.