

## DE VOOR- EN NADELEN VAN BANK-VERZEKERAARS

# Verzekeren met twee gezichten

De bank-verzekeraars staan sterk in België en ze breiden hun marktaandeel in verzekeringsproducten nog uit. Welke voordelen heeft hun zakenmodel voor de cliënt die een polis afsluit? **LAURENT FEINER**

**B**ank-verzekeraars bieden hun cliënten zowel bank- als verzekeringsproducten aan. Voor die verzekeringen werken ze samen met een of meer verzekeraars. De verkoop ervan gebeurt meestal aan het loket, maar ook steeds meer via internetbankieren. Met dat distributiemodel kan de bank haar klanten een breed aanbod van financiële en verzekeringsproducten aanbieden, haar inkomsten diversifiëren en haar verkoopnetwerk optimaliseren.

Maar niet iedereen is voorstander van dat model. Op het negende CEO Event, georganiseerd door Decavi en PwC, werd gepolst naar de visie van Hilde Vernailen, CEO van de P&V Groep, en Marc Raisière, CEO van Belfius Insurance.

## Wat maakt het bank-verzekeraars-model interessant voor Belfius?

MARC RAISIÈRE. "Ik stel vast dat de zes grootste depositobanken in België – BNP Paribas Fortis, Belfius, ING, KBC, Axa en Argenta – allemaal actief zijn als bank-verzekeraar, ook al zijn er onderlinge verschillen. In België heeft dat mee geleid tot het succes van de levensverzekeringen, die tegelijk spaarproducten zijn. Die activiteit staat dicht bij die van de bankiers. Maar Belfius Insurance gelooft ook sterk in de uitbouw van de niet-levens-



MARC RAISIÈRE

verzekeringen. We zullen er de komende jaren in blijven investeren.

"Het grootste voordeel is dat een bank met verzekeringen klanten kan binnenhalen tegen een lage kostprijs, aangezien de commissies lager zijn dan die bij makelaars. Ze maken het verkooppersoneel ook productiever, zodat het beter rendeedt. Daarnaast is er de nauwe relatie tussen de bankier en zijn cliënt. Doordat

**“Voor de cliënt is het comfortabel als hij zijn verzekeringen kan afsluiten bij zijn vertrouwde bankier”**

*Marc Raisière*

hij de klant goed kent, kan hij hem het juiste product voorstellen, waardoor wij als verzekeraar de risico's beter inschatten. De geografische omvang van het banknetwerk, de sterkte van het merk en de beheersing van het verkoopproces van begin tot einde zijn factoren die de relatie tussen de klant en de bank-verzekeraar versterken.”

## Wat zijn de voordelen voor de klant?

RAISIÈRE. "Voor hem is het comfortabel als hij zijn verzekeringen kan afsluiten bij zijn vertrouwde bankier, met wie hij frequenter contact heeft dan met zijn verzekeraar. Heeft hij een schadegeval, dan

## BANK-VERZEKEREN: VOORAL LEVENSVZERKERINGEN

Uit de jongste enquête van Assuralia over de distributiekanaalen van de Belgische verzekeringssector blijkt dat de bank-verzekeraars langzaam maar zeker terrein winnen. In 2011 hadden de makelaars een marktaandeel van 36,60 procent (zowel in levensverzekeringen als niet-levensverzekeringen), tegenover 30,60 procent voor bank-verzekeraars en 18,50 procent voor de

rechtstreekse verkoop (verkoop zonder tussenpersonen). De bank-verzekeraars zijn vooral sterk vertegenwoordigd in levensverzekeringen: daar bedraagt het marktaandeel 64,80 procent (nieuwe inschrijvingen), tegenover slechts 29,20 procent voor makelaars en 2,50 procent voor rechtstreekse verkoop. In 2011 waren ze het belangrijkste

distributiekanaal voor individuele tak21-verzekeringen (levensverzekeringen met een gewaarborgd rendement) en tak23-verzekeringen (levensverzekeringen gekoppeld aan beleggingsfondsen zonder gewaarborgd rendement). In tak21-producten blijft hun marktaandeel vrijwel onveranderd op 54,6 procent, terwijl het in tak23 is opgelopen tot 85,20

procent (+3,40%). In niet-levensverzekeringen blijft het marktaandeel van de Belgische bank-verzekeraars bescheiden: 7,20 procent, tegenover 58 procent voor makelaars en 20,2 procent voor rechtstreekse verkoop. Maar in familiale verzekeringen vertegenwoordigen ze al een zesde van de omzet en bij woningverzekeringen 19 procent.

wordt het behandeld vanuit onze relatie met de cliënt. Dat kan een risico zijn voor ons, want als hij ontevreden is over een dossier, bestaat de kans dat hij zijn bank verlaat en ook zijn verzekeringen opzegt. Maar als we de jongste enquêtes onder onze bankklanten mogen geloven, zijn onze cliënten heel tevreden over dat model: 96 procent zegt tevreden tot zeer tevreden te zijn.”

## Waarom is de P&V Groep niet actief als bank-verzekeraar?

HILDE VERNAILLEN. "In het verleden hebben we dat wel gedaan. Maar we merkten dat het beroep van verzekeraar sterk verschilt van dat van een bankier. Daarom hebben we Bank Nagelmackers verkocht aan Delta Lloyd. Bankiers halen spaargeld op en verlenen kredieten met een focus op de korte termijn. De verzekeraar daarentegen zorgt voor pensioenopbouw, verzekert voertuigen of dekt de aansprakelijkheid van een individu. Daar ligt de focus veeleer op de lange termijn. Het beroep van bankier is geld verdienen, dat van een verzekeraar is risico's te beheren. Dat verschil is de reden waarom we niet langer actief zijn als bank-verzekeraar.

"Ons zakenmodel bestaat erin verzekeringen te verkopen via makelaars en agenten. We stellen vast dat klanten trouw blijven aan hun verzekeraar en hun bankier, maar de tevredenheidsgraad ligt hoger bij een makelaar en een agent dan

bij een bank-verzekeraar. De reden is eenvoudig: gepersonaliseerd advies is de sleutelfactor voor klantenbinding.”

## Waarom moeten verzekerden volgens u een beroep doen op een verzekeraar die geen bank-verzekeraar is?

VERNAILLEN. "Een verzekeraar is beter in staat een adequaat antwoord te bieden op de maatschappelijke uitdagingen van morgen, zoals de vergrijzing van de bevolking, de gezondheidszorg, de klimaatverandering en nieuwe technolo-



HILDE VERNAILLEN

gieën. Die uitdagingen zullen een aanzienlijke impact hebben op de risico's, die beetje bij beetje die van vandaag zullen vervangen.

"Ik ben uiteraard niet blind voor het succes van de bank-verzekeraars in België, vooral in het domein van spaar- en beleggingsproducten en van basisproducten zoals woningverzekeringen. Maar in domeinen zoals het consumentenvertrouwen, gepersonaliseerd advies, het productaanbod en de mogelijkheden om bepaalde risico's te dekken, blijven ze lager scoren. Ons model is beter in staat tegemoet te komen aan de uitdagingen van de toekomst, in een wereld die alsmaar complexer wordt.” ©

**“De tevredenheidsgraad van de klanten ligt hoger bij een makelaar en een agent dan bij een bank-verzekeraar”**

*Hilde Vernailen*