

# Twaalfde CEO-event van Decavi

Het zijn spannende tijden voor de Belgische sector.

**D**e belangrijkste uitdaging voor verzekeraars bestaat er ongetwijfeld in adequate oplossingen te vinden voor de vele sectorale en maatschappelijke dilemma's en tegelijk te voldoen aan de almaar hogere consumentverwachtingen. Aan gespreksstof dan ook geen gebrek, op het 12de Insurance CEO Event van Decavi.

Laurent Feiner, CEO van Decavi, houdt er telkens aan het onderwerp van zijn evenement voor de leidinggevenden uit de sector door diverse partijen te laten becommentariëren. Dat was dit keer niet anders. Met Hilde Vernailen, CEO P&V Groep;



Hans Verstraete, Laurent Feiner en Hilde Vernailen

**“Het beroep zal veranderen door nieuwe wetten, producten en werkwijzen”**

Kathleen Van den Eynde, CIO Technical Life & Health van Allianz Benelux; en Hans Verstraete, Algemeen directeur KBC Verzekeringen, namen respectievelijk een multikanaalverzekeraar, een makelaarsmaatschappij en een bank-verzekeraar het woord.

### TOEKOMST

Het eerste thema dat Feiner ter discussie voorlegde, betrof de rol van de verzekeraar in de toekomst.

Voor Vernailen houdt die rol in dat verzekeraars risico's op de lange termijn moeten dekken: "Dat laat de economie toe zich in een sereen en vrij zeker kader te ontwikkelen en maakt het mogelijk de

maatschappelijke evolutie die we in de voorbije 70 jaar gekend hebben, voort te zetten." De uitdaging bestaat er volgens haar in proactief aan de werkelijke noden van het cliënteel te beantwoorden.

Verstraete beaamde dat de maatschappijen hun basismetier van risicodragers moeten blijven beoefenen en zich tegelijk grondig dienen voor te bereiden op alle veranderingen die op hen afkomen.

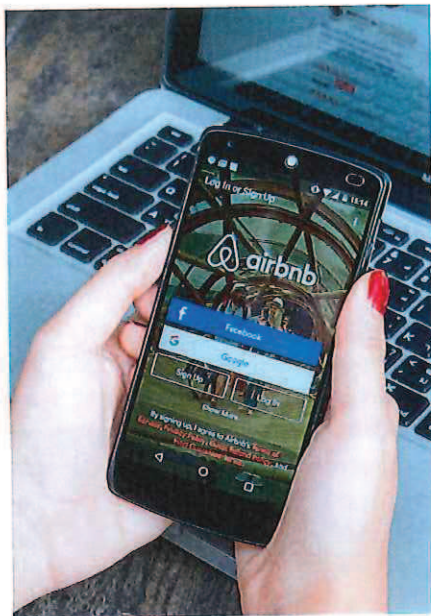
"De klanten ontzorgen blijft onze basisopdracht als verzekeraar", voegde Van den Eynde daaraan toe. "Daarnaast hebben we een maatschappelijke rol die we bewust moeten invullen, bijvoorbeeld door samen met de overheid te investeren in infrastructuur."

Vernailen wees er in dat verband op dat de verzekeringssector zich op de recentste klimaatop ertoe verbonden heeft om tegen 2020 minstens 20% van zijn investeringen aan duurzame beleggingen te besteden. "Maar we vertrekken niet van nul: we zitten vandaag al aan 16%."

### NIEUWE AANKOOPVORMEN

In de banksector hebben de technologische ontwikkelingen en het veranderende consumentengedrag al geleid tot nieuwe actoren en vormen om producten te betrekken, stelde een van de toehoorders. "Zie je dat ook in de verzekeringssector gebeuren?"

Verstraete wees erop dat almaar meer collectieve aankopen plaatsvinden, ook van verzekeringen, en dat nu al eenvoudige verzekeringsproducten via alternatieve kanalen aangeboden worden. "Misschien zullen ook bepaalde internetgiganten een deel van de koek voor zich proberen te winnen. We moeten ons tegen deze evoluties wapenen, zelfs al merken we er in



België vandaag nog maar weinig van. Rijhulpsystemen leveren autoconstructeurs een schat aan informatie op. Zullen ze zelf optreden als verzekeraar en die informatie daarvoor gebruiken? Of gaan ze die verkopen? Hoe gaan we daarmee om?"

Vernaillen herinnerde aan het Feprabelcongres, waarop een vertegenwoordiger van een internetreus zei dat zijn bedrijf de klantverwachtingen zal invullen waaraan de verzekeraars niet voldoen. Op datzelfde congres gaf een autoconstructeur aan er tegen 2020 op te mikken dat geen zwaar gekwetst of dodelijk slachtoffer te betreuren zou zijn in een ongeval met of door een van zijn wagens, en dat het bijgevolg de moeite zou lonen om het virtuele risico dat dan nog zou bestaan, zelf te verzekeren.

Van den Eynde onderstreepte dat zich ook opportuniteiten voordoen, en dat het zaak is ze te benutten. "Als wij de verzekeringsbehoeften van nieuwe dienstverleners zoals Uber en Airbnb niet invullen, zullen anderen het in onze plaats doen."

#### ADVIES VOOROP

Haast vanzelfsprekend volgde daarop de vraag hoe het panel de distributie van verzekeringen ziet evolueren.

"Het beroep zal veranderen door nieuwe wetten, nieuwe producten, nieuwe werkwijzen ook", aldus Vernaillen. "Maar ad-

viesverlening zal noodzakelijk blijven, door de complexiteit die verzekeringen nu eenmaal kenmerkt. Enerzijds zal de moderne technologie het aankoopgedrag van de consument veranderen, ook op verzekeringsvlak. Anderzijds creëert ze ruimte en tijd voor de tussenpersoon om zijn toegevoegde waarde extra te bewijzen." Dat zal ook moeten, en niet alleen uit hoofde van de tussenpersoon, onderstreepte Ver-

straete: "De consument zal almaar meer zelf beslissen hoe en bij wie hij zijn verzekeringen afsluit. Bovendien moeten zowel de verzekeraars als de tussenpersonen zich erop voorbereiden dat de druk op de tarieven stelselmatig vergroot." Daar komt nog bij dat de verzekeringssector niet bijster mee is met de moderne technologie en veel oudere werknemers telt, opperde een andere toehoorder. De drie panelleden gaven aan dat hun maatschappij aan die problematiek werkt door te investeren in die technologie en in medewerkers met de gepaste competenties om niet alleen daarmee maar ook met het wijzigende consumentengedrag om te gaan.

#### DINSTEN

Als tweede thema sneed Feiner de evolutie van verzekeringsproducten en de eventueel daaraan verbonden partnerships met derden aan.

Van langsom meer verwachten klanten van hun verzekeraar dat hij niet alleen hun risico's draagt maar bij een schadegeval eveneens het euvel herstelt, bevestigde Verstraete. "Of hij dat in eigen beheer

**DAS**

**Wij helpen u altijd**

Service BOX PROF



Laurent Feyer,  
CEO van Decavi

doet dan wel via derden, maakt hen niet uit. We zullen eveneens rekening moeten houden met maatschappelijke veranderingen zoals autodelen.”

Vernaillen gaf daarbij het voorbeeld van jongeren die gaan samenwonen om kosten te besparen. Over partnerships zei ze onder meer geen zin te hebben om een bandencentrale te openen teneinde op de all-inverwachtingen van de klant in te spelen, maar dat een associatie met een derde partij daarvoor wel een probate oplossing kan zijn.

Van den Eynde voegde daar nog drie aandachtspunten aan toe. “Verzekeraars hebben nog geen pricinglevering met nieuwe risico’s zoals Uber. Verder loont het beslist de moeite om bij pensioentoezeggingen in een asset mix te voorzien die met de levenscyclus evolueert, zoals in Nederland al langer gangbaar is. Ook willen steeds meer consumenten een ad-hocverzekering die hen dienstverlening garandeert op hét moment dat het hen uitkomt.”

Verstraete uitte daarop zijn bekommernis over de waarborgen die consumenten bij een product of dienst kunnen, en soms zelfs haast moeten, afsluiten: “Ze lezen de algemene voorwaarden van zo’n overeenkomsten nauwelijks of niet, maar vragen zich wel af of ze – met de goedkope premie voor ogen – goed verzekerd zijn. Ontzorgen houdt voor mij in dat ze zich die bedenking niet moeten maken.”



Hilde Vernaillen,  
CEO P&V Groep

“Ik heb de indruk dat we almaar meer afsteveneren op gesimplificeerde producten”, opperde iemand uit het publiek.

“Door het gemak waarmee de consument bijvoorbeeld zijn nieuwe wagen kan laten verzekeren, heeft hij nu al onterecht het gevoel dat verzekeringen geen ingewikkelde materie zijn”, zei Vernaillen. “In de toekomst wordt een polis afsluiten vast

nog eenvoudiger. Dat zal ons verplichten onze klanten nog duidelijker dan vandaag te informeren over de verzekerde risico’s.”

Van den Eynde trad haar daarin bij. Net zoals Verstraete, die ook stelde dat absoluut moet vermeden worden dat consumenten polissen enkel op hun prijs met elkaar vergelijken. “Naast de waarborgen kan immers ook de dienstverlening die ze krijgen aanzienlijk verschillen. Vooral in Niet-leven.”

## LEVEN

Een andere toehoorder was van mening dat zich een grote opportuniteit voordoet in de transformatie van het kortetermijn naar het langetermijnsparen, maar dat de verzekeringssector zich onvoldoende bewust is van de troeven waarover hij in Leven beschikt op technisch, juridisch en fiscaal vlak.

Verstraete was het daarmee eens: “Het klopt dat we onze job ten dele opnieuw moeten uitvinden. We moeten, zoals al gesteld, naar andere manieren zoeken om met klanten te communiceren en hen ge-

**VOORUITGANG IS SPANNEND,  
MAAR NIET ZONDER RISICO'S.**

Drones, robotstofzuigers, zelfrijdende auto's... De wereld verandert sneller dan ooit. Daarom biedt Vivium de beste verzekeringsoplossingen die uw klanten nog beter beschermen tegen de risico's van vandaag. En morgen.

Uw account manager vertelt u er graag meer over.

**Je Makelaar Je Beste Verzekering**

P&V Verzekeringen CVBA - Alstschepelle Zand - Koningstraat 151 - 1210 Brussel  
Verzekeringemiddeleweg 111 and floor 16 - F5116 Anderlecht 1050 - RPR Brussel - BTW BE 0402.338.531

past te adviseren. We kunnen niet verwachten dat onze tussenpersonen dat alleen doen."

"We moeten de 'fun' in Leven terugvinden", aldus Van den Eynde. "Ik denk dan aan tak 23 en tak 44, in combinatie met een life cycle management-aanpak op maat van de klant. Evengoed moeten we ons nadrukkelijker positioneren als een zeer belangrijke actor in de tweede pijler. De pensioenfondsen pakken daar graag mee uit, terwijl hun marktaandeel veel kleiner is."

"Onze tweedepijleroplossingen kennen een sterke groei omdat we ze zeer actief promoten, samen met onze partnermakers", gaf Vernailen aan. "Maar we mogen ons in onze voorstellen naar de klant niet alleen laten leiden door de moeilijke marktomstandigheden. Want zijn behoeften bepalen welk Leven-product het meest geschikt is voor hem."

**PREVENTIE**

Een heikel punt bij verzekeringen is dat klanten wel eens teleurgesteld zijn over de schaderegeling. Daarover zei Verstraete dat het merendeel van de klanten elke 10 à 12 jaar met een schadegeval geconfronteerd wordt – het gaat uiteraard om een gemiddelde. "Wat doen we in de tussentijd? Dat is belangrijk. We moeten de klant helpen om zijn verzekeringsdossier actueel te houden en hem beter toelichten wat de waarborgen concreet inhouden."

In Nederland worden sinds begin dit jaar stelselmatig Verzekeringskaarten geïntroduceerd, gaf een toehoorder aan. Dit zijn digitale kaarten die verzekeraars op hun website kunnen zetten en waarin klanten via iconen snel informatie over hun verzekeringen kunnen vinden.

Vernailen wees erop dat Brocom een gelijkaardig project lopen heeft. "Maar we mogen de klanten niet overstelpen met een lawine aan informatie. We moeten hen eveneens bewustmaken van het nut van preventie. Niet alleen om verdere schade te beperken als er wat minder prettig gebeurt, maar meer nog om schade te voorkomen."

"Het beeld dat verzekeraars er alleen zijn om risico's te dekken, klopt niet", zei Verstraete. "We hebben een uitgebreide kennis over voorzorgsmaatregelen en stellen die ook ten dienste van onze klanten via initiatieven rond en over preventie."

**TECHNOLOGIE**

Digitalisering, big data en het internet of things vormden het vierde thema.

"We beschikken over een enorme schat aan gegevens van onze klanten. Hun gedragspatronen in kaart brengen, kan bijdragen tot betere preventie en begeleiding", stelde Van den Eynde. Ze haalde het voorbeeld aan van een app die vorig jaar in Azië gelanceerd werd en in geen tijd een weergaloos succes kende: gebruikers geven op hun smartphone in wat ze gegeten hebben, en krijgen meteen aangepast voedingsadvies.

Verstraete waarschuwde voor overdreven segmentatie: "Het kan niet dat we daarvoor sommigen zouden uitsluiten. De overheid zal dat niet trouwens niet aanvaarden."

"Segmentatie gebeurt vaak op vraag van de klant", reageerde Van den Eynde. "Hij wil wel een prijs bepalen voor de mutualisering van het risico, maar dan wel een faire prijs."

"Als die lijn doorgetrokken wordt, stevenen we af op een duale samenleving van wel of niet verzekerd zijn. We moeten de consument beter bewustmaken van die problematiek", zei Vernailen. "De digitale technologie stelt ons overigens niet alleen in staat meer verfijnd te segmenteren. We kunnen er ook de efficiëntie van onze beheersystemen mee verhogen, er beter door communiceren naar en met de klant, en hem een betere service verlenen. Samen met onze tussenpersonen, die - net zoals wij verzekeraars - de vele mogelijkheden van de moderne technologie nog onvoldoende benutten."

"Op administratief vlak is nog veel verbetering mogelijk. Assuralia ijvert daar ook voor bij de overheid, tot op Europees niveau", stelde Verstraete. "We zijn bijvoorbeeld tot op vandaag verplicht de polis op te sturen. Dan liever het net genoemde Nederlandse initiatief."

Sommige beroepen laten je duizelen

Bij Allianz sta je dankzij de Arbeidsongevallenverzekering met beide voeten op de grond.

- Allianz WorkSafe, een exclusieve toepassing voor preventie
- Een supersnelle KMO-offerte
- Digitaal beheer van contracten en schadegevallen

Verzekeringen

**Allianz**

Allianz Nederland N.V. - Postbus 111 - 5000 AC Tilburg - T: +31 (0)16 23 11 11 - F: +31 (0)16 23 11 11 - E: info@allianz.nl - www.allianz.nl  
 Allianz Nederland B.V. - Postbus 111 - 5000 AC Tilburg - T: +31 (0)16 23 11 11 - F: +31 (0)16 23 11 11 - E: info@allianz.nl - www.allianz.nl  
 Allianz Nederland B.V. - Postbus 111 - 5000 AC Tilburg - T: +31 (0)16 23 11 11 - F: +31 (0)16 23 11 11 - E: info@allianz.nl - www.allianz.nl

## SOLVENCY II

Als vierde thema kwam het post-Solvency II-tijdperk aan bod.

Verstraete vond het te vroeg om daarover uitspraken te doen: "We zitten nog in de vooravond van Solvency II. Gaandeweg zien analisten in wat die regelgeving inhoudt, en ook de toezichthouder heeft ze steeds meer in de vingers. Maar we moeten nog veel leren over de volatiliteit onder Solvency II en over de impact van de regelgeving, onder meer op producten die veel kapitaal vereisen."

Vernaillen zei dat er vast nieuwe instrumenten op de markt komen waarmee de kost van het kapitaal geoptimaliseerd kan worden. "Ook de karakteristieken van de verzekeraar zijn van belang. Kijk naar wie wij drieën vertegenwoordigen: een filiaal van een internationale verzekeringsgroep, een Belgische bank-verzekeraar met internationale activiteiten, en een Belgische coöperatieve groep die uitsluitend, en alleen in ons land, verzekeringen aanbiedt.



*Kathleen Van den Eynde, CIO  
Technical Life & Health, Allianz  
Benelux*



*Hans Verstraete, Algemeen directeur  
KBC Verzekeringen*

geen trucs uithalen om het kapitaal zo laag mogelijk te houden. We moeten voldoende financiële middelen aanhouden om onze activiteiten in de toekomst te garanderen."

## “Er komen waarschijnlijk nieuwe instrumenten waarmee de kost van het kapitaal zal geoptimaliseerd worden”

Het verschil in structuur leidt er per definitie toe dat de wijze waarop de optimalisatie binnen ieders maatschappij idealiter gebeurt, zal variëren."

"Solvency II maakt sommige assets echt onaantrekkelijk, door een zeer hoog kapitaalbeslag", aldus Van den Eynde. "Het gaat altijd over optimaliseren, over zo weinig mogelijk kapitaalbuffer aanleggen. Maar zoals al gesteld, speelt de volatiliteit eveneens een voorname rol. In het standaardmodel blijft de ratio stabiel, wat ook een vorm van optimalisering is."

"Een intern model geeft niet per se een lagere kapitaalbehoefte als resultaat", oordeelde Vernaillen. "We gaan trouwens

"Het standaardmodel helpt uiteraard, maar een intern model is nodig om je solvabiliteit grondig na te gaan", voegde Verstraete daaraan toe. "Elke verzekeraar en bij uitbreiding de hele sector heeft er alle belang bij dat het solvabiliteitsrisico goed beheerd wordt."

## LAGE RENTE

Als laatste thema bracht Feiner de problematiek van de huidige lagerentevoeten ten berde.

Vernaillen maakte zich sterk dat de meeste Levensverzekeraars het nodige gedaan hebben om hun reserves gepast af te dekken: "Als goede beheerders maken we si-

mulaties, waarbij ieder voor zich moet uitmaken welke maatregelen vereist zijn." Ze onderstreepte daarbij dat de problematiek van de lage rente zich evengoed stelt voor bepaalde Niet-levenproducten, zoals Arbeidsongevallen. "Ook is het afwachten hoe de klanten zullen reageren. Vandaag genieten ze rendementsgarantie, maar zullen ze aanvaarden dat we straks misschien alleen een kapitaalgarantie geven?"

Van den Eynde stelde dat de hele situatie allicht nog meer de nadruk legt op klantensegmentatie, verzekeringstechniek en onderschrijvingspolitiek: "Verscheidene klanten zijn niet gelukkig met een lager rendement dan ze gewend waren. Misschien zijn ze wel bereid wat meer risico's te nemen." Ze herhaalde in dat verband haar eerdere opmerking over de trend dat verzekeraars een alternatief investeringsbeleid beginnen te voeren.

Volgens Verstraete moeten de Levensverzekeraars naar nieuwe oplossingen zoeken waarmee ze hun toegevoegde waarde kunnen bewijzen. "We moeten leren leven met de situatie zoals ze is, dus onder meer ook met de negatieve rentevoeten. Ze ontkennen is struisvogelpolitiek. De markten evolueren nu eenmaal, in positieve dan wel in negatieve zin. We kunnen niet anders dan ons daaraan aanpassen."

**Jan De Raeymaecker**