

Verlag

Het CEO-debat van Decavi

Op het vijftiende CEO-debat van Decavi en haar partners (KPMG, Degroof Petercam en Guidewire), werden aan Wilfried Neven van Allianz, Jan Van Autreve van NN en Jef Van In van AXA vijf vragen voorgelegd. Laurent Feiner wilde weten wat de impact is van de aanhoudende lage rente? Hoe de distributiekanaalen evolueren? Wat de technologische evolutie meebrengt? Welke producten opkomst zijn? En wat de bredere maatschappelijke doelen van deze drie verzekeraars zijn? We overlopen de antwoorden.

Wat is de impact van de aanhoudende lage rente?

Wilfried Neven wees erop dat we die lage rentevoeten intussen wel gewend zijn. Allianz houdt daar als verzekeraar dus noodgedwongen rekening mee. "We mogen niet doen alsof het geen problemen kan veroorzaken en moeten producten in de tak Leven sneller aanpassen dan vroeger." Dit brengt met zich mee dat adviseren nog belangrijker wordt. De lage rente heeft ook een im-

act op de tak Niet-leven omdat de investeringen van dichtbij opgevolgd moeten worden en omdat de technische resultaten een grotere rol spelen.

Jan Van Autreve zou de rente graag geleidelijk zien stijgen, maar hij vreest dat ze nog lang laag zal blijven. "Intussen hebben we het Asset Liability Management (ALM) verfijnd. Maar we zitten ook met Solvency II dat ons verplicht om meer te handelen in functie van de korte termijn. Terwijl we als verzekeraar met de spaargelden eigenlijk liever de lokale economie ondersteunen op lange termijn. Tak 21 is niet langer een core product voor NN. Voor de herbeleggingen kijken we naar activa zoals vastgoed en hypothecaire leningen om het rendement van onze investeringen te verhogen. We blijven wel waakzaam voor nieuwe bubbels." Het grootste risico blijft volgens Jan Van Autreve een langdurig klimaat van negatieve rentevoeten.

Jef Van In maakt zich ook zorgen over die lage rentevoeten. AXA is intussen gestopt met het aanbieden van Tak 21 pro-

ducten. Maar ook bij de langetermijnverplichtingen voor de tak arbeidsongevallen zorgen die lage rentes voor een onaantrekkelijk vooruitzicht. Jef is er wel van overtuigd dat de hypothecaire markt interessant blijft. Zeker in België met de hoge transactiekost die de markt minder speculatief maakt.

Hoe zullen de distributiekanaalen evolueren?

"De klanten beslissen welk kanaal ze kiezen," antwoordde Wilfried Neven. Bij de particulieren moet het distributiekanaal zich aanpassen. De inefficiëntie moet verminderen zodat we de kost kunnen laten dalen. Hij vindt dat de makelaars zich vaak te defensief opstellen naar de verzekeraars toe. Door meer contactgegevens te delen, zou de efficiëntie kunnen verbeteren.

Patrick Cauwert, CEO van Feprabel, reageerde vanuit de zaal en wees erop dat sommige verzekeraars die contactgegevens durven gebruiken om rechtstreeks in contact te treden met de eindklant



Wilfried Neven, CEO van Allianz

"We mogen niet doen alsof de lage rente geen problemen kan veroorzaken en moeten producten in de tak Leven sneller aanpassen dan vroeger"



Jan Van Autreve, CEO van NN

"Op lange termijn zullen mensen significant langer leven. Hoe zal ons leven er uitzien als we tot boven de 100 jaar actief blijven en gemiddeld 130 jaar worden?"



Jef Van In, CEO van AXA

"Een moderne verzekeraar beschermt zoveel mogelijk. Een aangepast diversiteits- en mobiliteitsbeleid hoort daar ook bij"

zonder dat de makelaar daarmee akkoord gaat. “Makelaars hebben echt wel gegronde redenen om argwanend te zijn.”

Wilfried Neven bleef erbij dat het taboe best verbroken wordt, maar liet wel weten dat de makelaars die zich aanpassen, zich geen zorgen moeten maken. Makelaars weten hoe ze de klanten kunnen benaderen. “De traditionele distributie is daar sterker in dan de nieuwe directe kanalen. Banken zijn gevaarlijker als concurrenten, maar die moeten zich ook aanpassen. Voor de zelfstandigen en ondernemingen blijven de makelaars trouwens nog altijd het sterkste distributiekanaal.”

Jan Van Autreve geeft toe dat eenvoudige producten gemakkelijk via het bankkanaal verdeeld kunnen worden. Hij verwacht een verdere digitalisatie, al verloopt die in België geleidelijker dan in sommige buurlanden. Volgens hem moeten mens en technologie elkaar vooral aanvullen. Hij is vooral benieuwd hoe de makelaar verder zal digitaliseren en hoe de digitale tussenpersoon er in de toekomst zal uitzien.

Jef Van In voegde daaraan toe dat de makelaar en de verzekeraar daarin samen moeten evolueren. Hij gaf ook een pluim aan de Belgische overheid voor de lancering van ‘itsme’.

Wat verwachten jullie van de technologische evolutie?

Volgens Wilfried Neven is digitalisatie alleen maar positief, ze zal de kost doen dalen en maakt meer segmentatie mogelijk. Er zijn misschien wel jobs die sneuvelen, maar dat zijn meestal jobs die niemand interessant vindt. Door de technologie creëren we trouwens andere jobs.

“We kunnen die technologische evolutie niet tegenhouden”, vulde Jan Van Autreve aan. Dus moeten we de voordelen aangrijpen. Nu hebben we standaardprijzen en laten we de klanten bijpremies betalen. “Dankzij de technologie kunnen we standaardtarieven aanbieden en als

de klant positieve eigenschappen kan voorleggen, kunnen we die premie laten zakken. Dat zal ons imago zeker ten goede komen.”

“Wij hadden 150 medewerkers in de mailroom van AXA zitten. Nu hebben we maar 40 mensen nodig, want de robots die voorsorteren doen dat veel sneller. Wij zien robotics en AI als een hulpmiddel om onze medewerkers te bevrijden van repetitieve taken zodat ze zich nog beter ten dienste kunnen stellen van klant en makelaar,” bevestigt Jan Van In.

“Het is een voordeel dat standaardverzekeringen voor particulieren makkelijk online kunnen onderschreven worden. Al zijn de verzekeraars voor sommige toepassingen wel afhankelijk van overheidsinstanties. In Wallonië zijn de gegevens van het kadaster nog niet gedigitaliseerd en daarom kunnen de aanvragen voor een woningverzekering voor die regio door AXA minder snel afgehandeld worden.

Welke nieuwe producten zijn er op komst?

Wilfried Neven: “Er zullen heel wat nieuwe producten ontwikkeld moeten worden. Maar nieuwe producten ontwikkelen heeft de sector altijd al gedaan. Het verschil is dat die ‘nieuwe risico’s’ veel sneller op ons af komen dan vroeger. Voor cyberrisico’s verwachten klanten niet alleen een verzekering, ze hebben eveneens preventie en bijstand nodig. Verder is er de deeleconomie die een andere aanpak vergt, maar de doelgroep is nog relatief klein. We beschikken nu wel over meer data om risico’s in te schatten, maar we moeten die data nog beter leren gebruiken.”

Jan Van Autreve denkt op korte en middellange termijn vooral aan de producten die zich richten op de noden die de vergrijzing met zich meebrengt. Op lange termijn zullen mensen significant langer leven en actief blijven. Dit zal het traditionele levenspatroon wijzigen. Hoe zal ons leven er uitzien als we tot boven de 100 jaar actief blijven en gemiddeld 130 jaar worden?”



Op het vijftiende CEO-event van Decavi werden door Laurent Feiner aan drie CEO’s van makelaarsmaatschappijen vijf vragen voorgelegd.

Jef Van In wees naast de bovenstaande risico’s ook op de gevolgen van de klimaatverandering.

Welke maatschappelijk doelen ondersteunen jullie?

Wilfried Neven: “Wij nemen initiatieven om de klimaatverandering tegen te gaan, zowel als belegger als als verzekeraar. Maar we participeren ook aan projecten voor sociale inclusie bijvoorbeeld.”

Jan Van Autreve verwees naar de leerstoel die NN heeft opgericht met de universiteit van Gent om ons streven naar geluk beter te begrijpen en ons geluksgevoel te kunnen verbeteren. “Eigenlijk willen we allemaal hetzelfde, een gelukkig en gezond leven. Daarom werd ook het geluksplatform gecreëerd en bij de Running Club van de NN wordt iedereen gemotiveerd om meer te bewegen omdat dat ons geluksgevoel bevordert.”

Jef Van In liet nog weten dat een moderne verzekeraar niet alleen tussenkomt bij schade, maar ook zoveel mogelijk beschermt. Een aangepast diversiteits- en mobiliteitsbeleid hoort daar ook bij. Hij verwees verder naar het wetenschappelijk onderzoek naar dementie en het project voor kinderen uit kansarme milieus die op bezoek gaan bij professionals om kennis te maken met verschillende beroepen.