

De elektronische polis: verzetten heeft geen zin

Op 1 juli 2010 is een wet ingevoerd die elektronisch verzekeren van a tot z mogelijk maakt. Met deze wet kunnen verzekeraars een elektronische polis afgeven in plaats van een schriftelijke polis, zoals tot nu toe alleen was toegestaan. Wat betekent deze ontwikkeling voor het intermediair?

Verzekeraars kunnen de polis in het vervolg via elektronische weg naar de verzekeringnemer sturen. Dat betekent dat elektronisch verzekeren nu van a tot z mogelijk is. Daaraan heeft de wetgever echter wel een aantal restricties verbonden. Zo moeten verzekeringnemers uitdrukkelijk toestemming geven om een elektronische polis te ontvangen, de verzekeringnemer moet de polis kunnen opslaan op een duurzame drager (zoals een harde schijf) en de polis moet voorzien zijn van een gekwalificeerde elektronische handtekening door de verzekeraar.

MAATSCHAPPELIJKE TREND

De invoering van de wet elektronische polis past binnen de trend naar digitalisering. Nederlanders doen steeds meer aankopen via internet, we internetbankieren massaal en halen geld uit de muur in plaats bij een loket van de bank. Steeds meer consumenten gebruiken internet bij het afsluiten van verzekeringen. Soms om direct via

een website van een direct writer of intermediair een verzekering af te sluiten, vaak om zich te oriënteren op het aanbod en verzekeringen te vergelijken.

De consument die via internet een verzekering afsluit zal het niet onlogisch vinden als de verwerking van die polis ook volledig langs elektronische weg plaatsvindt en er uiteindelijk dan ook een elektronische polis naar de klant wordt verstuurd. Omdat niet alle consumenten een polis digitaal afsluiten en er ook consumenten zullen zijn die toch een papieren polis willen ontvangen, heeft de wetgever expliciet opgenomen dat een consument actief moet instemmen met het ontvangen van een elektronische polis.

Naast het volgen van een maatschappelijke trend biedt de elektronische polis ook veel efficiencyvoordelen voor verzekeraars. In potentie kan deze wet verzekeraars veel geld besparen doordat niet alle polissen op papier moeten worden gedrukt en per post hoeven te worden verstuurd.

ROL INTERMEDIAIR

Voor intermediairs zijn er geen directe effecten te verwachten van de recente invoering van de wet die elektronisch verzekeren van a tot z mogelijk maakt. In plaats van een polis op papier kunnen verzekeringnemers er voor kiezen een elektronische polis te ontvangen. Ik denk dat de consumenten die daar voor kiezen sowieso al meer digitaal georiënteerd zijn dan gemiddeld, wat het logischer maakt dat deze consumenten eerder neigen naar het afsluiten van verzekeringen via internet.

Het is voornamelijk niet toegestaan dat verzekeraars via de polis zelf aan extra marketing gaan doen richting de consument. Wel kunnen verzekeraars naast de elektronische polis op andere manieren digitaal communiceren over verzekeringen met consumenten, tenminste als de consument daarin toestemt. Dat is niet anders dan nu al zou kunnen. Verzekeraars kunnen ook nu al bij de papieren polis brochures insluiten over andere verzekeringsproducten die de consument rechtstreeks kan afsluiten. De angst vanuit het intermediair, zoals ik die merk, dat de elektronische polis een nieuw marketinginstrument is voor verzekeraars zie ik dan ook niet.

Over het algemeen zal het intermediair met verzekeraars afspraken maken, al dan niet via de samenwerkingsovereenkomst, over de communicatie met elkaar. Wordt de polis via het intermediair aan de verzekeringnemer gestuurd of niet?

Wordt het intermediair op de hoogte gesteld van communicatie tussen verzekeraar en verzekeringnemer? Ook bij de elektronische polis zullen die afspraken moeten worden gemaakt. Zo blijft het mogelijk dat op de polis bijvoorbeeld het beeldmerk van het intermediair wordt gedrukt. En ook de elektronische polis kan via het intermediair aan de consument worden verstuurd. De verzekeraar blijft altijd de eindverantwoordelijkheid houden om te zorgen dat de polis de verzekeringnemer ook daadwerkelijk bereikt.

COMLOTHEORIE

Binnen de intermediaire bedrijfstak wordt met steeds meer argwaan naar verzekeraars gekeken. Met CAR als voorlopig dieptepunt in de verhoudingen tussen verzekeraars en intermediairs. Maar ook de invoering van geïnformeerde verlenging (en eenjaars contracten) bij particuliere schadeverzekeringen en nu de elektronische polis worden door sommigen uitgelegd als onderdeel van een diepere strategie van verzekeraars om het intermediaire kanaal uit te schakelen. Ik vind het van belang om in deze discussies de ratio de boventoon te laten voeren en niet de emotie. Consumenten kunnen nu makkelijker een verzekering opzeggen en verzekeraars informeren consumenten ook actief over die opzegmogelijkheid. Vanuit consumentenoogpunt een goede ontwikkeling. Maar ik betwijfel of consumenten daardoor ook sneller



FRED DE JONG:
“Geen complottheorie.”

afscheid zullen nemen van hun intermediair. Als dat al zou gebeuren komt dat eerder doordat het intermediair de consument te weinig aandacht heeft gegeven. Dan is de geïnformeerde verlenging alleen een duwtje voor de ontevreden klant om over te stappen. Ook bij de elektronische polis zie ik niet dat verzekeraars daarmee het intermediair willen uitschakelen. De consument bepaalt zelf of hij een elektronische polis wil en of hij gebruik wil maken van de dienstverlening van een intermediair. Dat verzekeraars naar mogelijkheden zoeken om kosten te besparen en het consumentenvertrouwen terug te winnen, kun je ze moeilijk kwalijk nemen.

EIGEN KRACHT

Het intermediair is nog altijd het belangrijkste distributiekanaal voor verzekeringen. Met name bij levensverzekeringen en zakelijke verzekeringen. Bij particuliere schadeverzekeringen zie je de voorkeuren van consumenten meer verschuiven naar directe kanalen (in het bijzonder internet). Die trend was al ingezet voordat de digitale

polis mogelijk werd en consumenten geïnformeerd werden over de opzegmogelijkheden. Verzekeraars werken niet zomaar samen met het intermediair. Het intermediaire kanaal is voor verzekeraars in veel gevallen een bedrijfseconomisch efficiënter kanaal dan het directe kanaal. Als gevolg van met name de technologische ontwikkelingen zijn de bedrijfseconomische voordelen van het intermediaire kanaal de afgelopen jaren afgenomen. En ook de consument heeft andere kanaalvoorkeuren ontwikkeld voor het afsluiten van verzekeringen. Voor het intermediair is het zaak om die ontwikkelingen te accepteren en daar een adequaat antwoord op te vinden.

NATIONAAL POLISREGISTER

Ik geloof niet in een complottheorie van verzekeraars. Als het intermediair van economisch toegevoegde waarde is voor verzekeraars, zullen zij graag zaken doen met het intermediair. En datzelfde geldt voor de consument. De digitalisering van de maatschappij maakt het voor intermediairs noodzakelijk om zich daaraan aan

te passen. Dat begint bij het zelf zo optimaal mogelijk digitaliseren van de eigen dienstverlening. Steeds meer kantoren werken volledig digitaal qua administratie. Dat is enerzijds kostenefficiënt en anderzijds maakt dat het ook makkelijker om op een gestructureerde wijze aan dossiervorming te doen, wat voor de toezichthouder ook een belangrijk punt is. Daarnaast biedt interne digitalisering ook de mogelijkheid tot externe digitalisering. Consumenten zullen steeds meer gaan eisen dat zaken digitaal geregeld kunnen worden. Al was het maar het maken van een afspraak via de website van het intermediair. Maar ook het inzien van de eigen klantgegevens. Consumenten zijn bereid om zelf ook mutaties door te voeren via de website in het eigen klantdossier. Dat is vanuit het administratiepakket te koppelen. Het is voor het intermediair dan ook zaak om zichzelf verder te digitaliseren, zodat de consument ook bij het intermediair terecht kan om digitaal zaken te doen.

De elektronische polis opent verder de deur naar een nationaal polisregister. Hoewel verzekeraars waarschijnlijk op dit moment andere prioriteiten hebben, is dit een ontwikkeling die voor het intermediair van belang is. Als verzekeraars gezamenlijk kunnen (en mogen) afspreken dat polissen via een centraal, digitaal register voor de consument te raadplegen zijn, betekent dit niet dat verzekeraars de

consument niet langer de polis actief moeten toesturen. Het is alleen een middel om de consument makkelijker toegang te geven tot zijn eigen polis. De meeste consumenten hebben polissen bij verschillende verzekeraars lopen, een polisregister biedt dan ook meer overzicht voor de consument. Maar dat betekent niet dat de consument met dat betere overzicht geen advies meer nodig heeft van bijvoorbeeld een intermediair. Het polisregister maakt verzekeringen niet eenvoudiger en juist een adviseur kan de totale financiële positie overzien van de consument in relatie tot zijn verzekeringsbehoefte. Daarvoor is inzicht in de klantpositie veel belangrijker dan inzicht in de polis.

Daar waar verzekeraars (en banken) zich druk maken om de klant weer centraal te stellen om het vertrouwen terug te winnen, moet het intermediair kiezen voor de strategie om alles van de klant te weten. Dat vereist in eerste instantie dat het klantdossier gevuld is en actueel gehouden wordt. Dat betekent dus een actief beleid richting de klant om er voor te zorgen dat je als intermediair direct op de hoogte bent van wijzigingen in de klantsituatie. Maar dat vraagt ook om een heldere uitleg aan de klant van het intermediair over de gevolgen van de recente ontwikkelingen rond de elektronische polis, geïnformeerde verlenging en éénjarige contracten. ■

ZELF REGIE IN HANDEN NEMEN

- De elektronische polis is een logisch vervolg op de maatschappelijke trend naar verdere digitalisering.
- In vergelijking met de papieren polis is er feitelijk nauwelijks verschil voor het intermediair.
- Wel zal het intermediair meer moeten investeren en innoveren om in te spelen op de verdere digitalisering.
- Daartoe dient de angst voor verandering opzij te worden gezet en zal het intermediair zelf de regie in handen moeten nemen richting de consument.
- Vasthouden aan een traditionele werkwijze en je verzetten tegen een maatschappelijk trend is geen levensvatbare strategie.