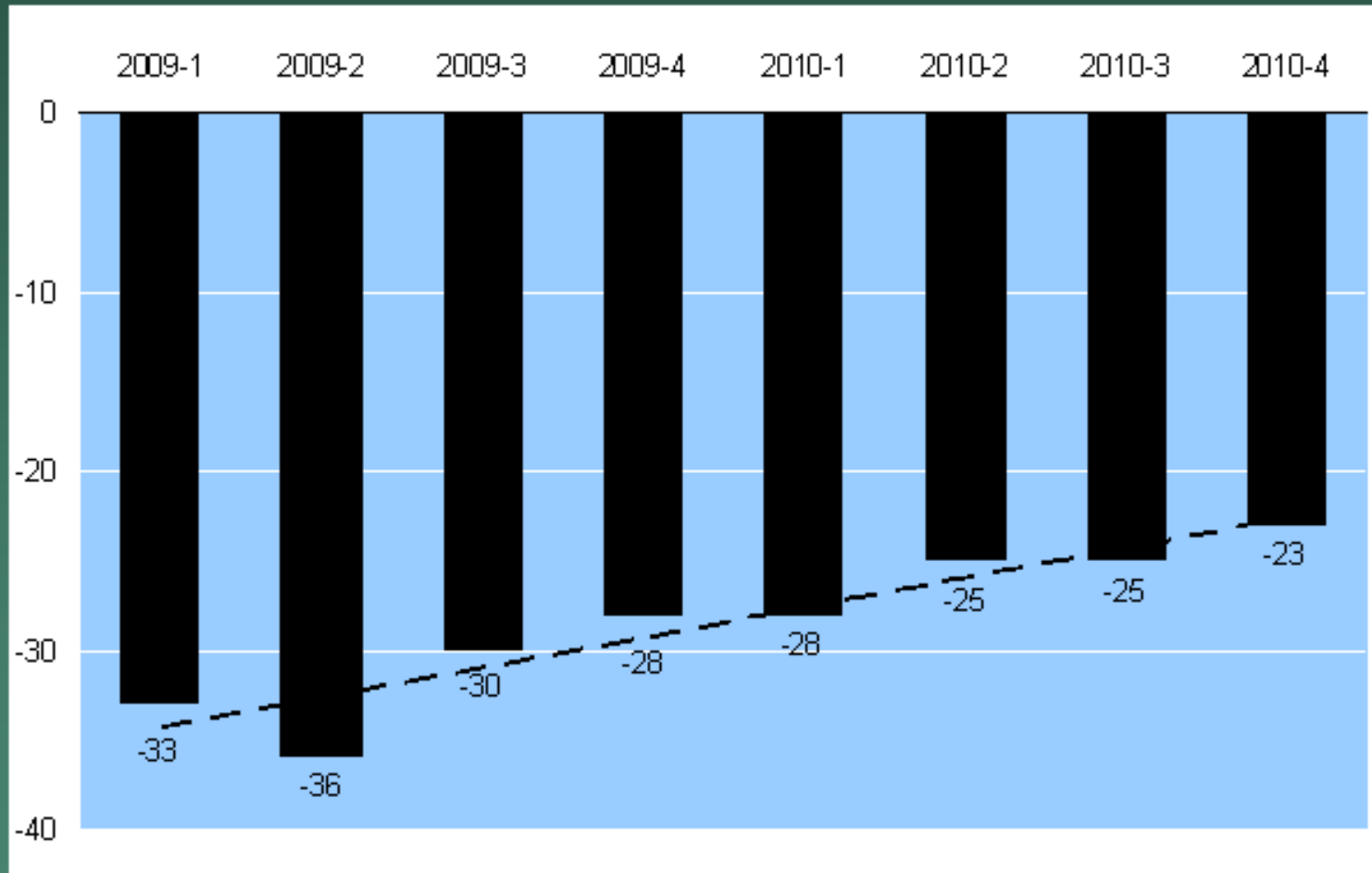




# Verzekeraars Vernieuwen

Vereniging Financiële Dienstverleners Gelderland, 18 november 2010  
Leo De Boer, directeur Verbond van Verzekeraars

# Consumentenvertrouwen in verzekeraars



# Doel Verzekeraars Vernieuwen reputatieherstel

1. Voorkomen beperking ondernemersvrijheid door wetgeving en toezicht
2. Nieuwe kansen voor de branche door hogere gunfactor
3. Aantrekkingskracht op de arbeidsmarkt

# Herstel van vertrouwen

1. Sinds 2007 diverse activiteiten in het kader van klantfocus en herstel van vertrouwen
2. Verzekeraars Vernieuwen moet de samenhang tussen activiteiten zichtbaar moet maken (gestart halverwege 2009).

# Verzekeraars Vernieuwen =

een fundamenteel vernieuwingsproces dat moet leiden tot:

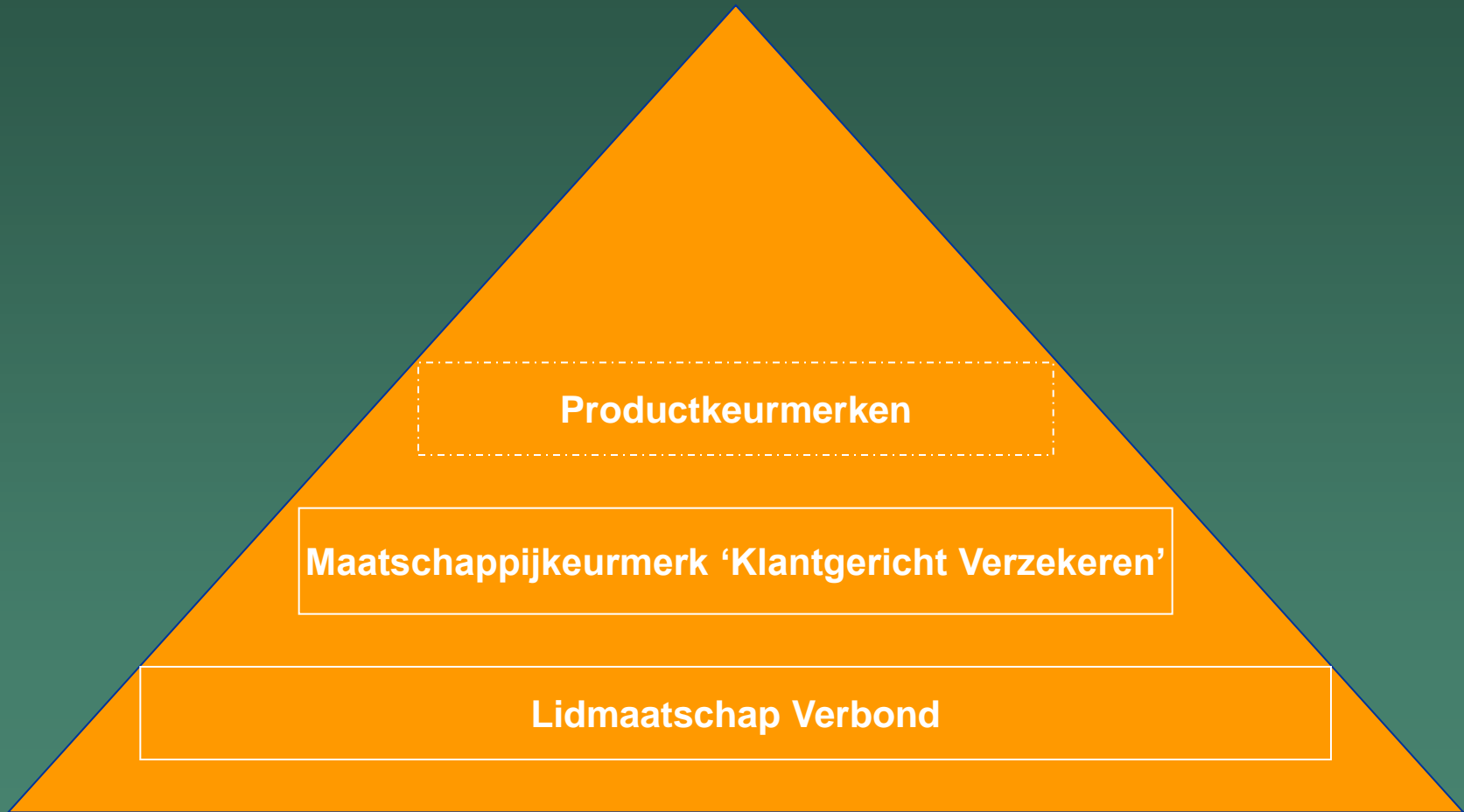
1. verzekeraars die vertrouwen verdienen,
2. met producten die zekerheid bieden,
3. in een sector die mogelijkheden creëert voor groei en vooruitgang van mens, onderneming en samenleving.

# De aanpak

1. Proofpoints: prikkels introduceren die borgen dat de focus op klantwaarde door de markt beloond wordt.
2. Prioriteitsdossiers: oplossingen bedenken voor dossiers die het vertrouwen kunnen schaden
3. Promise: positionering branche door alle gedragingen te toetsen aan kernwaarden

Keurmerk

# Kwaliteitspiramide





# KKV: uitgangspunten

1. **Geen productnormering** (wel transparante communicatie over producten en 'product approval procedure')
2. **Distributieneutraal** (dus geen normen voor passend advies/intermediaire beloning; volmachten is volgende stap)
3. **Generiek**
4. **Onafhankelijke positionering** (buiten Verbond)
5. **Dynamisch** (aan te sluiten bij externe relevante ontwikkelingen, maar ook autonome inhoudelijke dynamiek)
6. **Leden en niet leden** (let op NMa)
7. **Moet voldoende 'pijn' doen**

# Van Verbond naar Stv

Idee en contouren keurmerk ontwikkeld door Verbond, na bespreking met stakeholders en inspiratie uit diverse onderzoeken.

Contouren aangeboden aan onafhankelijke Stichting toetsing verzekeraars (Stv):

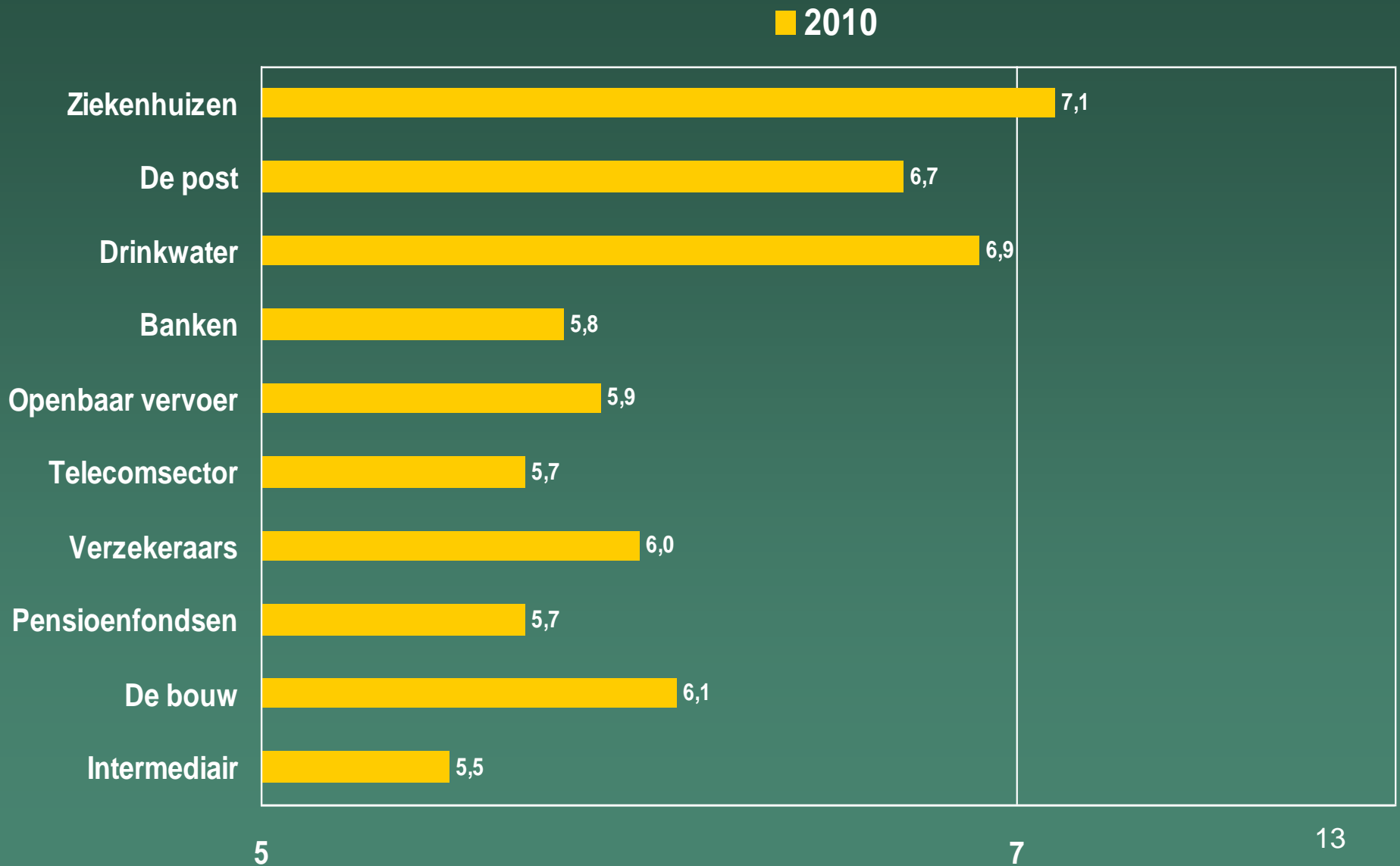
- ontwikkelt en geeft keurmerk uit;
- onafhankelijke voorzitter;
- vertegenwoordigers verzekeraars;
- vertegenwoordigers consumentenorganisaties;
- adviescommissie deskundigen;
- commissie van bezwaar

# Toekomstbestendig onafhankelijk intermediairsysteem

# Aanloop

1. In de afronding van Bgfo 2 ging het, door DSB/AFAB, bijna mis: dreiging van acuut provisieverbod
2. Najaar 2009: stap Verbond richting CAR over de hele linie. ALV akkoord. Inzet op brede evaluatie van het gehele wetgevend kader. Voorjaar 2010: position paper: CAR (met nuance) + bredere strekking
3. (Zeer) emotionele reacties, commerciële druk, moeizame discussie, verlies nuance.
4. Nuancering 'geen dogma maar oplossingsrichting'.
5. Lof van stakeholders, onderwerp eens en voor altijd geagendeerd.
6. Basis nog steeds: reputatieverbetering in kader Verzekeraars Vernieuwen.

# Imago : intermediair zakt verder af





nieuwsuur

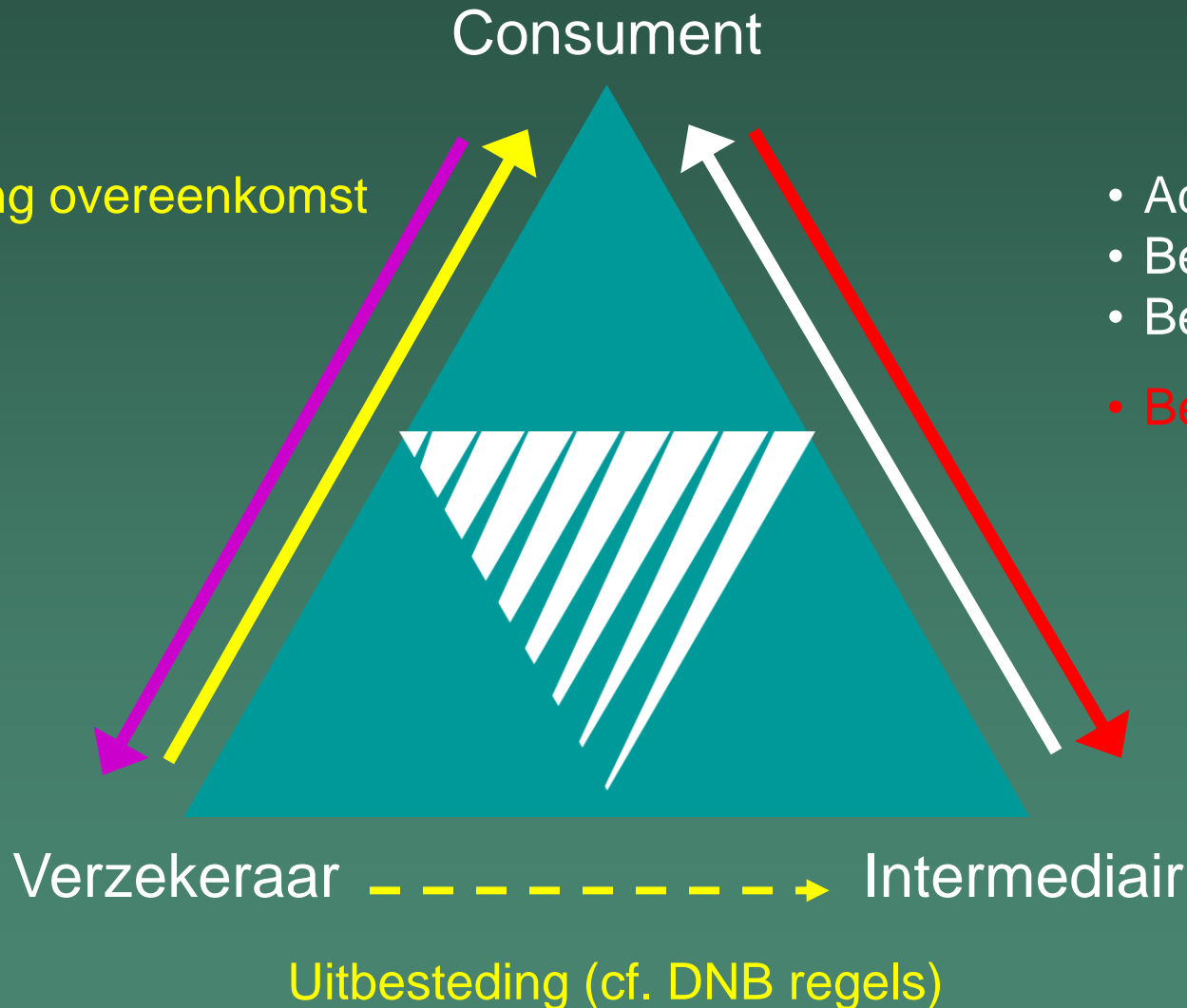




# Visie: Customer Agreed Remuneration

- Uitvoering overeenkomst
- Product
- Premie

- Advies
- Bemiddeling
- Beheer
- Beloning





# Standpunten

## Verbond februari 2010

- “de klant aan het stuur”
- “zuivere rolverdeling”
- “CAR is stip op de muur voor alles, maar nader beraad op schade”
- “september 2010 Schadeverzekeringen: provisiemodel behouden, actieve transparantie, verbod op bonusprovisies, advies schriftelijke opdracht bevestiging”

## Adfiz september 2010

- “adviseur naast klant”
- “provisieverbod voor financieel advies”
- “bonusverbod voor verzekeringsadvies”

## De Jager oktober 2010

- “van productgedreven verkoop naar klantgerichte advisering”
- “provisieverbod voor complex (ruim)”  
“de adviseur en consument bepalen in overleg de beloning/prijs voor de dienstverlening”
- “zuiver marktmodel”

# Hier en daar gehoorde kritiek

1. Advies minder toegankelijk voor minder draagkrachtige consument? NEE
2. Dubbele agenda verzekeraars? NEE

# Toekomstbestendig onafhankelijk intermediairsysteem

1. Level playing field
2. Zorgvuldige transitie is wat anders dan een vertragingstactiek
3. Lets do it!

Hartelijk dank voor uw aandacht.