

Het zag er somber uit tijdens het congres 'De toekomst van de levenmarkt', georganiseerd door Bureau D & O. Volgens Atos Origin is het particuliere levensverzekeringsbedrijf op sterven na dood. In de meest positieve scenario's is er nog wat te redden, maar – zo stelt de consultantsorganisatie – realistischer scenario's zijn unaniem somber over overlevingskansen.

# Particulier levenbedrijf op sterven na dood

Op zijn minst heeft Atos Origin daarmee de schijn mee, want inderdaad, de resultaten van levensverzekeraars wijzen op omzetcijfers die in duikvlucht naar beneden gaan en waarbij een zachte noodlanding lijkt uitgesloten. Of in de woorden van een medewerker bij een grote levensverzekeraar, die anoniem wenst te blijven: "Er wordt al maanden geen pepernoot meer gesloten."

## Wat is er aan de hand?

Levensverzekeraars kunnen qua kosten (van distributie) nog maar slecht concurreren met banken. Mocht dat op objectieve gronden niet zijn aan te tonen, dan is het wel een waarheid in de communis opinio en daarmee komen we op

het imagoprobleem waarmee – vooral – individuele levensverzekeraars kampen. Consumenten brengen hun geld momenteel liever naar een bank dan naar een levensverzekeraar.

Om het vertrouwen van de consument terug te winnen, kan de verzekeraar keihard de concurrentie aangaan met banken en minstens net zo effectief adviseren, distribueren en verkopen als zij. Dat betekent goedkoper produceren (waar bijvoorbeeld Brand New Day mee bezig is), goedkoper distribueren door netto producten aan te bieden of gewoon back to basics gaan en alleen nog maar het langlevens- en overlijdensrisico verzekeren en sec de vermogensopbouw aan andere instanties overlaten.

## Nieuw afgesloten individuele levenpolis

Levensverzekeraars hadden in 2008 zo'n 18,5 miljoen individuele polissen in portefeuille, met een verzekerde waarde van € 530 miljard.

Dat blijkt uit een nieuwe statistiek van het Centrum voor Verzekeringstatistiek (CVS) over de individuele levenmarkt.

Hieronder een totaaloverzicht per jaar van nieuw afgesloten individuele levensverzekeringen (bron: CVS):

2004:	936,7 mln
2005:	1086,5 mln
2006:	991,8 mln
2007:	900,2 mln
2008:	901,0 mln
2009:	801,5 mln

De gegevens hebben alleen betrekking op de binnenlandse productie uit inspanning van nieuwe individuele levensverzekeringen, zowel 'verzekeringen in geld' als 'verzekeringen in beleggingseenheden'.

Het CVS is ook een productiestatistiek voor het collectieve segment aan het opzetten.

## Onderscheiden is overleven

Dan komen we bij de adviseur. Adviseert hij te duur? Ja, producttechnisch gesproken wel. De kunst en grote uitdaging van het adviseren is dus de meerwaarde van het advies zelf, waaruit een product (tegen de laagst mogelijke kosten) logischerwijze – maar niet noodzakelijkerwijs – volgt. Zorg dus dat de consument bereid is om voor advies te betalen in plaats van alleen maar voor het product. Onderscheiden is overleven. Want inherent aan het bovenstaande is dat er waarschijnlijk, gemeten naar de nieuwe markt voor financiële producten, teveel adviseurs op een te kleine adviesmarkt opereren. In een normale economische situatie volgt aanbod de vraag. Dat dreigt in de intermediaire wereld keihard realiteit te worden.

## Deskundig advies

Als het gaat om vermogensvorming voor de oude dag en de afdekking van onzekerheden op de weg daar naartoe, voorziet Arno Dolders, algemeen directeur Legal & General en spreker op het D&O congres, ook voor de toekomst een blijvende behoefte aan deskundig advies. Daarbij de nadruk leggend op het woord 'deskundig'.

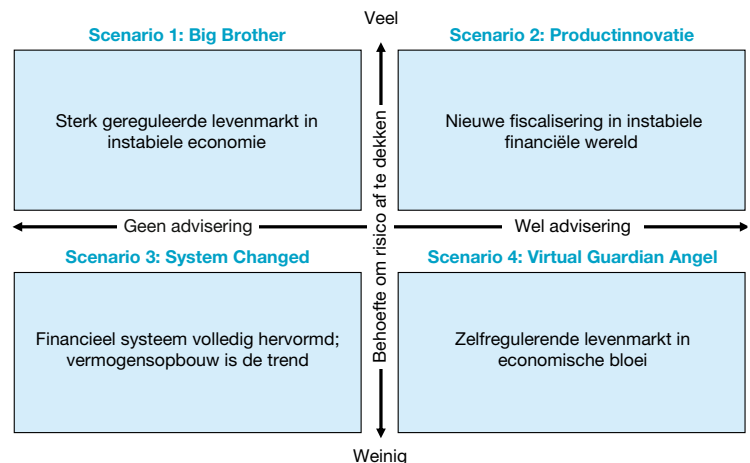
Dolders schetst zijn toehoorders een toekomstplaatje voor zowel het intermediair als de levensverzekeraars. Het intermediair ziet hij een verdere professionaliseringsslag maken. Daarbij kiest men voor specialisaties, enerzijds richting de zakelijke schademarkt en anderzijds richting vermogensadvies leven inclusief bancaire producten. In elke geval zal het intermediair richting klant opschuiven en zich meer gaan toeleggen op klantgroepen. Maar voor het zover is, zal nog een aantal problemen binnen de intermediaire distributiekolom getackeld moeten worden. Volgens Dolders is er nog teveel kaf onder het koren en is de bereidheid vanuit de beroepsgroep om dit op te pakken gering. Ook beticht hij de beroepsgroep ervan te vaak gemakkelijke keuzes te maken.

## Multichannel

De levensverzekeraar wordt volgens Dolders een financiële instelling met onderscheidende concepten op basis van klantperspectief en uitstekende dienstverlening. Echter, door de verschuiving naar internet voor particulier schade kan volgens hem geen (grote) gemengde verzekeraar achterblijven in het multichannel aanbieden van producten. "Dit gaat pas echt pijn doen bij provisie transparantie in deze tak van sport. Wellicht is in dat opzicht een rigoureuze scheiding van schade- en levenbedrijven een optie."

Atos Consulting heeft vier scenario's (zie schema) gemaakt die laten zien hoe de levenmarkt zich tot 2020 kan ontwikkelen.

## Toekomstscenario's levenmarkt



Scenario twee en vier bieden het meest voor het intermediaire advieskanaal. In scenario twee staat de omschrijving Productinnovatie voor een grote behoefte om risico's af te dekken en veel

*'Zorg dat de consument bereid is om voor advies te betalen in plaats van alleen maar voor het product'*

behoefte aan advies. Vanuit de overheid is iedereen zelf verantwoordelijk voor de opvang van tijdelijke werkloosheid en arbeidsongeschiktheid. Ook is hier sprake van een versoepeling van de levensloopregeling. Het productaanbod (ook vanuit het buitenland) neemt toe en er is sprake van een verdere fiscalisering in vermogensopbouw. Volgens Atos heeft de adviseur binnen dit scenario twee keuzes: in de markt blijven als financial planner met hoogwaardig advies of de markt verlaten.

Ook in scenario vier is er een grote behoefte om risico's af te dekken en veel behoefte aan advies. De overheid heeft geen actieve rol en houdt slechts toezicht op een 'fair playing field'. De consument is op zoek naar gemak en is bereid daarvoor te betalen. In scenario vier treden ook branchevreemde partijen als vakbonden en supermarkten toe op de adviesmarkt. In dit scenario is er sprake van een zelfregulerende levenmarkt. Volgens Atos heeft de adviseur binnen dit scenario twee keuzes: ontwikkelen tot 'Virtual Butler' – dus in de markt blijven als financial planner met hoogwaardig advies – of de markt verlaten. ■

Door: Michiel Huisman en Alex Klein