

# DE (ON)ZIN VAN ONVERZEKERBARE RISICO'S



Afgelopen zomer startte een discussie over onverzekerbare risico's. Het Financieele Dagblad (FD) schreef op 3 juli 2018 dat verzekeraars de risico's van taxichauffeurs, veehouders, dakdekkers en verloskundigen niet langer willen verzekeren. Solvency II werd als belangrijkste reden genoemd, omdat slechte resultaten zouden leiden tot het aan moeten houden van hogere kapitaalbuffers. Vervolgens reageerden de Adfiz, het Verbond, individuele verzekeraars en politici. Argumenten als big data, 'solidariteit hoort bij verzekeren' en 'consolidatieslag bij verzekeraars leidt tot monopolieposities' kwamen voorbij als boosdoener. In dit artikel gaan wij op zoek naar de zin en onzin van deze argumenten en geven wij een beeld van het landschap van lastige risico's.

aten we allereerst vaststellen dat het hier niet gaat om de onverzekerbare risico's zoals we die gewoonlijk kennen, zoals het ondernemersrisico.

Er wordt hier gedoeld op bepaalde beroepsgroepen die steeds moeilijker of tegen een fors hogere premie bepaalde risico's kunnen afdekken. Bij verloskundigen speelt de aansprakelijkheid voor letsel of dood een forse rol bij het negatieve resultaat. Bij taxichauffeurs is het de hoge schadefrequentie op casco en hoge last op WA, en bij recyclingbedrijven het steeds problematischer af te dekken brandrisico. Vanuit de klant gezien is het belangrijk om deze risico's af te dekken, maar tegen welke premie? En ja, verzekeren is solidariteit, dus iedereen moet meebetalen aan de schade van een ander om verzekeren betaalbaar te houden. Maar wat als de solidariteit onderling afbrokkelt? Wat als de timmermannen niet meer willen meebetalen aan het risico van de dakdekkers? Wat als de taxichauffeurs in Drenthe niet meer willen opdraaien voor de schadelast van

hun collega's in Amsterdam? Wat doe je dan als verzekeraar?

## SOLIDARITEITSBEGINSEL

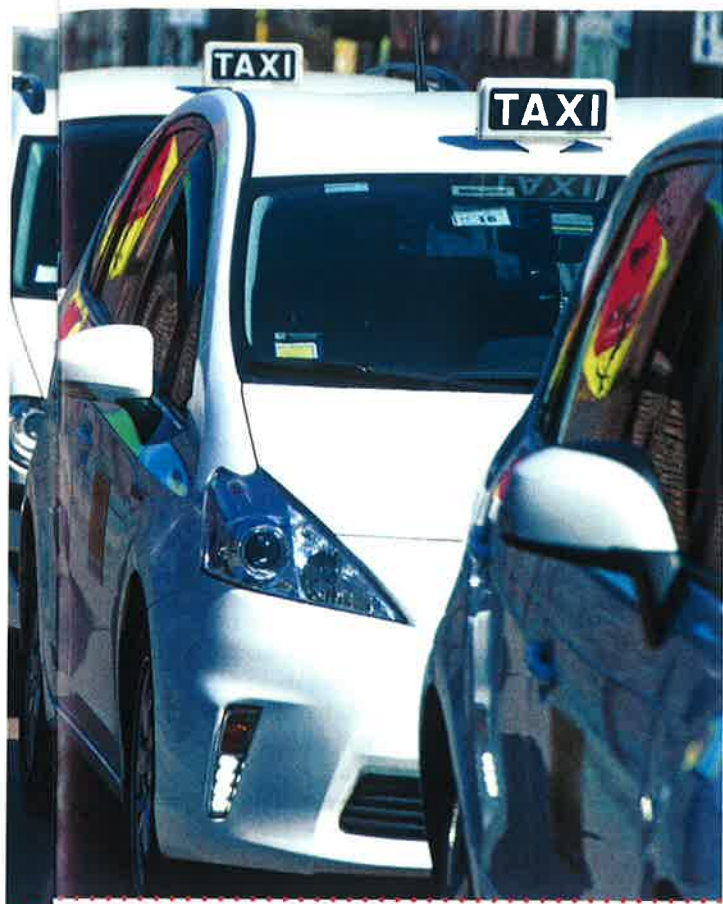
Eerst verhoog je als verzekeraar generiek de premie. Dan voer je generiek hogere eigen risico's in, je beperkt de dekking. Het blijkt vervolgens onvoldoende te werken om je schadelast te kunnen blijven betalen. Klanten die minder risicovolle activiteiten uitvoeren, stappen over naar een andere aanbieder. Hierdoor wordt de portefeuille bij de achterblijvende verzekeraar nog minder rendabel. Zijn negatieve resultaat heeft gevolgen voor de positie van zijn totale onderneming. Om gezond voort te kunnen bestaan en concurrentie in de markt mogelijk te houden, besluit de verzekeraar het solidariteitsbeginsel voor een deel los te laten. Hij zegt daarmee in feite: dit risico verzeker ik niet langer of ik vraag premies die nauwelijks nog te dragen zijn voor deze doelgroep.

## OVERLEVEN DOOR CONSOLIDATIE

Waarom gebeurt dit nu meer dan in voorgaande jaren? Omdat verzekeraars jarenlang hun winsten

## Wat als de timmermannen niet meer willen betalen voor het risico van de dakdekkers?

uit beleggingen konden halen. Een negatief onderliggend schadere-sultaat werd voor het merendeel goedge maakt door de beleggingen op de beurs. Toen de crisis kwam en meerdere verzekeraars gered moesten worden, werd pas duidelijk wat de gevolgen waren van dit rots-vaste vertrouwen in de beleggings-opbrengsten. Negatief renderende portefeuilles werden niet langer gecompenseerd, verzekeraars moesten saneren, snoeien in personeel en ook snoeien in de portefeuille. Overleven door bepaalde risico's helemaal uit te sluiten. Overleven door te consolideren, lagere kosten, grotere portefeuilles en minder bereidheid tot het verzekeren van 'bijzondere risico's'. Maar is dit in het belang van de klant? Het antwoord is dubbel: ja en nee. Voor 80 procent van de klanten is het prima. Zij kunnen goed uit de voeten met een standaard-verzekering met standaardpremies. De consolidatie verandert voor deze klanten het speelveld niet. Of zij voor hun standaardverzekeringen kunnen kiezen uit twintig of vijf aanbieders, maakt de gemiddelde Nederlander niet veel uit. Het schaadt de belan-



selwerking die onze markt met zich meebrengt, leidt tot een lastige situatie voor hoog-risicogroepen. Vaak maken adviseurs voor deze groepen de stap naar de co-assurantiemarkt, maar ook daar bewegen de belangenverschillen tussen verzekeraar en adviseur in dezelfde richting. Ook daar zal een hoge schadelast versus zoeken naar een aantrekkelijke premie en dekking, uiteindelijk leiden tot onverzekerbaarheid. Dus ook daar wringt de schoen.

#### GEDRAGSVERANDERING KLANT

En dan de zakelijke klant met een hoog-risicoprofiel. Waar moet die heen? Al snel vallen de woorden preventie en bewustwording. Maar is dat wel reëel als we kijken naar de doelen van de betreffende klant? De taxichauffeur in Amsterdam wil zo veel mogelijk ritten maken, anders is het voor hem geen winstgevende baan meer. Hij heeft kosten die gedekt moeten worden, hij wil snel rijden, veel rijden, misschien soms zelfs wat onvoorzichtig rijden en snel de volgende klant bedienen. Moet hij zich als individu zorgen maken over zijn premie? Pas wanneer hij ziet dat die premie zo hoog wordt dat hij hier last van krijgt in zijn bedrijfsresultaat. Tot die tijd kunt u hem bestoken met preventiemiddelen, maar het zal onwaarschijnlijk zijn dat hij zijn gedrag aanpast.

Gedragsverandering is zo'n beetje de moeilijkste verandering. Deze is vaak vooral te behalen als er beloond wordt, niet gestraft, maar dat is niet wat wij doen als verzekeringsbranche. Hetzelfde geldt voor de recyclingbranche. Veel grote branden kunnen veelal voorkomen worden. We inspecteren, we controleren, maar een maand later staan materialen toch weer te dicht bij elkaar, wordt er net niet goed genoeg opge-

ruimd en is er opnieuw brand. Ik heb het hier niet over de rotte appels, maar over de normale ondernemers, die echt wel opletten en hun best doen. Maar aan het einde van de dag zijn ze bezig met hun onderneming en niet met bewustwording en preventie. Dus tja, ook daar wringt de schoen.

#### VERWIJS NAAR DE SPECIALIST

Oplossingen die worden geopperd zijn het 'verpakken' van slechtere risico's in een groep van betere risico's, het verschuiven van deze verzekeringsgroep naar de assurantiebeurs, het aanroepen van buitenlandse verzekeringscapaciteit, het inzetten van preventieprogramma's en het intensiveren van inspecties. Allemaal goedbedoelde initiatieven, maar in mijn beleving gaat het hier om specialistische werkvelden, die je aan specialisten moet overlaten. Ik geloof erin dat ieder risico te verzekeren is, maar wel met bijbehorende expertise en aandacht voor de klant. Een grote multibrancheverzekeraar kan dit onvoldoende bieden. Die bedient de bulk en dat is goed. Een nichespeler zou dit wel moeten kunnen en misschien ontstaat daaruit ook wel weer een concurrerende markt óf wordt een gespecialiseerd team binnen een generieke verzekeraar ingericht. Dit geldt niet alleen voor verzekeraars, maar ook voor de adviseur. Heeft u één agrariër of één verloskundige in de boeken, verwijst die dan door naar uw gespecialiseerde buurman. Ik geloof dat aandacht, kennis en inzicht in deze lastige risicogroepen van zowel verzekeraars als adviseurs kan leiden tot het verzekerbaar houden van allerhande beroepen en bedrijven. Maar dan moet het wel samen en niet tegen elkaar, zoals de discussie nu wordt gevoerd. Niets zo makkelijk als een discussie voeren vanuit de eigen standpunten en zienswijzen, zonder resultaat voor de klant. Niets zo lastig als u verplaatsen in de ander en luisteren naar elkaars uitdagingen en dan samen een oplossing vinden. Een oplossing voor die ene waar het voor ons allemaal om te doen moet zijn: de klant. ●

gen van de klant niet zolang er voldoende concurrentie blijft. Wat wij als verzekeringsmensen ook denken, de interesse in onze producten is en blijft laag, en als je als individu of als onderneming een normaal risicoprofiel hebt, zal dat ook altijd zo blijven. In die zin is de discussie over de consolidatie niet heel relevant. Wel voor bedrijven of individuen die een hoog risicoprofiel hebben. Zij vallen buiten de boot. Ze kunnen niet meer terecht bij generieke verzekeraars of alleen nog tegen hele hoge premies of eigen risico's. En daar wringt de schoen.

**Ieder risico is te verzekeren, maar wel met expertise en aandacht voor de klant**

#### ADVISEUR

Naast de ontwikkelingen bij verzekeraars speelt ook de adviseur een grote rol. Hij wil voor zijn klant de best mogelijke passende dekking tegen een zo laag mogelijke prijs. Bij premierondes van verzekeraars of inperkingen van dekkingen gaat de adviseur voor zijn klant aan de slag en zoekt een andere aanbieder. Verhoogt die aanbieder echter weer zijn premies of beperkt hij de dekking, dan gaat de adviseur weer op zoek. Net zo lang tot het risico niet meer is onder te brengen. De wis-



Drs. M.A. (Mieke) Dadema MSc  
De auteur is manager Volmacht en Inkoop bij Klap Verzekeringsmakelaar en tevens lid van de redactieraad van *de Beursbengel*.