

Ik heb de Algemene Ledenvergadering van het Verbond van Verzekeraars toegesproken over herstel van het vertrouwen in de financiële sector.

Dames en heren,

Rond het WK voetbal - dat op dit moment op volle kracht bezig is in Zuid-Afrika - is voor in totaal voor 7,5 miljard euro aan verzekeringen afgesloten.

Dat blijkt uit een schatting die Lloyd's of London twee weken geleden gepubliceerde.

Er zijn verzekeringen afgesloten voor de stadions en trainingsgronden, maar ook voor de spelers, soms wel voor 60 miljoen euro.

Niet alleen om het risico op blessures te dekken, maar ook eventuele schade aan hun imago...

Dat is tegenwoordig blijkbaar een te verzekeren risico, net als ontvoerd worden door Marsmannetjes ... in de Verenigde Staten een groeiend gat in de markt.

Daar worden, in de AngloSaksische wereld overigens wel meer vreemde risico's verzekerd.

Zo heeft whiskyproducent Cutty Sark zich verzekerd tegen het risico dat ze de miljoenen moeten betalen aan degene die het monster van Loch Ness vangt...

Risico's verzekeren, dat is uw handel.

Het verzekeren van het onzekere.

Het bieden van zekerheid en gemoedsrust aan Nederlandse burgers en bedrijven.

Het "organiseren van solidariteit".

En daar is in ons land een ongekend grote markt voor.

Want Nederlanders geven per hoofd van de bevolking meer uit aan verzekeringen dan welke andere bevolkingsgroep in Europa dan ook. Een thuiswedstrijd voor verzekeraars, zou je denken.

Toch zijn de verzekeraars niet altijd even geliefd bij de Hollandse zekerheidszoekers.

Hoe kan dat?

Ik denk dat dit komt omdat u, omdat verzekeraars, langzaam maar zeker in het verleden zijn afgedreven van hun basistaak:

het tegen het genot van een premie - zoals dat zo mooi heet - verzekeren van risico's.

Gewone-mensen-risico's zoals overlijden en arbeidsongeschiktheid, een afgebrand huis of een kapotte auto, een gestolen fiets of een gebroken ruit.

En natuurlijk ook verzekeringen die zorgen dat mensen extra pensioen opbouwen; een potje geld voor de oude dag.

Saaï misschien, maar wel duidelijk. Belangrijk waar verzekeraars altijd goed voor hebben gestaan.

En zeker.

Innovatie en ondernemersschap maakten het minder saaï.

Verzekeraars beloofden niet meer alleen om een potje geld op te helpen bouwen, zij probeerden er een steeds grotere pot van te maken.

Maar door die jacht op hoger rendement verdween het eigenlijke doel van de klant

uit beeld: de risico's en de kosten werden te groot voor de gewenste zekerheid die werd verkregen.

De mondiale financiële crisis die twee jaar geleden ontstond, heeft het vertrouwen van burgers in de financiële sector als geheel doen wankelen.

Verzekeraars maken daar een belangrijk onderdeel van uit.

Maar het vertrouwen van consumenten in verzekeringsproducten kreeg een flinke knauw, niet alleen door de internationale financiële crisis maar ook door een paar nationale 'affaires'.

Bijvoorbeeld de affaire rond beleggingsverzekeringen en beschikbare premieregelingen en de aanzienlijke provisies op woonlastenbeschermers.

Het is al vaker gezegd: vertrouwen komt te voet en gaat te paard.

Dus als u het vertrouwen - net zoals ik, daar zijn we bondgenoten in om consumentenvertrouwen terug te winnen - dan moet u vooral laten zien dat het menens is.

Dat u bereid bent om ook intern, moeilijke, maar noodzakelijk keuzes te maken.

Net als uw collega's bij die andere financiële instellingen, de banken.

Zij hebben een duidelijk lijn voor verandering en verbetering uitgezet in de Code Banken.

Daar heb ik veel waardering voor. Een grote voorkeur heb ik om te komen tot zelfregulering.

Zeker voor de beloningsprincipes in deze Code die niet alleen in lijn zijn met de internationale standaarden, maar soms zelfs verder gaan. Natuurlijk zit the 'proof' van deze 'pudding' in 'the eating', maar net als de Commissie De Wit zou ik u willen aansporen om ook voor uw sector zo'n Code te maken en in te voeren.

Want het terugwinnen van het consumentenvertrouwen is niet alleen belangrijk voor uw eigen balans en uw eigen portemonnee, maar zeker ook voor de Nederlandse economie: de financiële sector is een belangrijke bron voor Nederland van inkomen en werkgelegenheid, en u bent het vast met mij eens dat dat nog lang zo moet blijven!

Ik sta ook voor een sterke financiële sector. Het is belangrijk dat we banken en verzekeraars hebben.

Het ligt natuurlijk voor de hand dat de belangrijkste graadmeter voor uw succes uw klanten zijn dus is het goed om u eerst af te vragen wat zij willen, wat zij verwachten als het gaat om producten en dienstverlening.

En uw klanten willen weten waar ze aan toe zijn.

Dat betekent dat het doel van uw producten moet aansluiten bij de behoefte van de klant.

Dus: uw klant moet uw product nodig hebben, en, ook heel belangrijk, het product moet vervolgens doen wat het belooft.

Dus: recht toe recht aan producten en een overzichtelijk productaanbod. Dat biedt wat u moet bieden: zekerheid voor uw klanten.

En zelf, ook als sector, wordt u er ook wijzer van.

Immers, zonder ingewikkelde producten en een opgeblazen productaanbod kunt u besparen op de kosten voor uw back-office.

Dus: minder kosten, meer efficiency. En naast het beter voldoen aan behoeften, kunt u meer winst maken.

Waar u ook rekening mee moet houden is dat - en dat weet u als geen ander - zekerheid een relatief begrip is.

Want uw werkomgeving wordt gedefinieerd door klanten én de markt en die zijn allebei zo veranderlijk als het weer.

U wordt dus dagelijks uitgedaagd om flexibel om te gaan met die veranderingen: met klanten die van mening veranderen of met nieuwe persoonlijke omstandigheden te maken krijgen; met een markt die mede bepaald wordt door internationale gebeurtenissen.

Flexibel omgaan met klantbelangen en marktomstandigheden is ook belangrijk als het gaat om vertrouwen.

Dat u allemaal, en ik ook, belangrijk vindt voor de opbouw van de financiële sector.

Net zoals de manier waarop u met uw klanten omgaat; de manier waarop u uw producten aan de man - en vrouw - brengt, de manier waarop u uw klanten adviseert, de manier waarop u uw producten distribueert.

Wat dat laatste betreft: u heeft als sector, verzekeraars, de knuppel in het hoenderhok gegooid en met CAR (Customer Agreed Remuneration) aangekondigd dat u de financiële band tussen de tussenpersoon en verzekeraar door wilt knippen.

Dat niet iedereen het met deze wending eens is, is duidelijk.

Maar dat de verzekeraars het initiatief nemen om na te denken over beloningsstructuren, dat is te prijzen.

Dames en heren,

Wat ik wil, wat uw klanten willen, is een betrouwbare financiële sector, en dus betrouwbare verzekeraars en klantvriendelijke verzekeringen. Want het mag nooit zover komen dat het nemen van een verzekering een onverzekerbaar risico wordt!

Daarom ben ik blij dat u hard aan de slag bent gegaan om het vertrouwen te herstellen.

Ik zei het al: het is daarbij belangrijk om te laten zien dat het ons allemaal menens is, dat u in staat bent om de problemen bij de wortel aan te pakken.

Ik heb er alle vertrouwen in dat u daarbij geen risico onverzekerd zult laten!