

'Financiële opvoeding is onze beste verzekering voor de toekomst'

Verzekeringen zijn geen banaal product dat je zomaar in je winkelkar legt. Ze spelen een rol in belangrijke maatschappelijke domeinen, van de klimaatopwarming tot het versterken van de financiële kennis in ons land.



'Makelaars maken verzekeringen toegankelijk'

Annie Courbet, Brocom

'Als banken de smeerolie zijn van de maatschappij, dan zijn verzekeraars de schokdempers', zo omschrijft Sophie Misselyn, managing director van Vivium, de economische en maatschappelijke rol van de verzekeraars. 'Ik zou nog een stap verder gaan', vult AG Insurance-managing director Edwin Klaps aan. 'We zijn niet enkel de schokdemper, maar ook de trampoline. Want nadat we de eerste schok hebben opgevangen, zorgen we er ook voor dat mensen en ondernemingen weer kunnen opveren.'

Die rol van schokdemper en trampoline spelen verzekeraars bijvoorbeeld wanneer een gezinswoning afbrandt. 'Dat is een persoonlijk drama. Maar als je goed verzekerd bent, staat er op dat moment een makelaar naast je die samen met de verzekeraar zorgt voor tijdelijk logement en al het nodige doet opdat er een nieuwe woning kan worden gebouwd', zegt Edwin Klaps. Hetzelfde met ondernemingen die door een fout in het productieproces aankijken tegen een forse schadeclaim, maar waar de aansprakelijkheidsverzekering ervoor zorgt dat ze hun activiteiten toch kunnen verderzetten.

PREVENTIE

Verzekeringsmaatschappijen worden doorgaans geassocieerd met de vergoeding van schade na een ongeval of een ramp. Maar dat is onterecht. 'Verzekeringen vervullen intussen een bredere rol en elke verzekering maatschappij zet hard in op preventie. We willen in de eerste plaats vermijden dat klanten worden geconfronteerd met een schadegeval, bijvoorbeeld door advies te geven over de preventie van arbeidsongevallen of hen aan te moedigen om een wagen te kopen met rijkhulpsystemen', zegt Edwin Klaps.

Verzekeringen zijn volledig verweven met de maatschappij. 'We versterken de sociale zekerheid door ervoor te zorgen dat gepensioneerden via een aanvullend pensioen nog comfortabel kunnen leven', zegt Sophie Misselyn. En het gaat nog verder. Birgit Hannes, commercieel directeur van Allianz België: 'In de gezondheidszorg zorgen we ervoor dat nieuwe erkende medische technieken betaalbaar worden via aanvullende verzekeringen. Zo garanderen we dat mensen toegang krijgen tot de beste medische zorg.'

STRIJD TEGEN KLIMAATOPWARMING

De grootste maatschappelijke uitdaging in de komende decennia is de klimaatopwarming. Tijdens



'Verzekeringen dragen bij aan een duurzame mobiliteit'

Birgit Hannes, Allianz België



Birgit Hannes, Erik Weekers, Annie Courbet, Edwin Klaps en Sophie Misselyn



'Het is de rol van makelaars om met hun klanten te spreken over duurzaamheid'

Erik Weekers, FVF

de zomer van 2021 hebben we met de overstromingen in Wallonië op grote schaal de impact hiervan ervaren. 'Op dat moment hebben veel slachtoffers het belang gevoeld van hun verzekeringsmakelaar, die hen vaak ter plaatse bijstond', zegt Annie Courbet, managing director van Brocom, het marketingplatform van de verzekeringsmakelaars.

De schade van de ramp had ook op de verzekeraars een grote impact. 'Op internationaal niveau is de sector zich al lang bewust van de gevolgen van klimaatopwarming. Het vermogen dat we beheren, gebruiken we daarom als een hefboom in de evolutie naar een klimaatneutrale samenleving. Fossiele brandstoffen worden geweerd uit de beleggingsportefeuilles en via actief aandeelhouderschap stimuleren we bedrijven om de transitie te versnellen', zegt Sophie Misselyn.

Ook de verzekeringsproducten zelf zetten particulieren en ondernemingen steeds meer aan tot duurzame keuzes. 'Autoverzekeringen bevatten vaak tariefstimulansen om de aanschaf van elektrische wagens aan te moedigen. Ook het gebruik van deelauto's wordt op die manier gestimuleerd. Zo dragen we bij tot de evolutie naar een nieuwe mobiliteit, wat cruciaal is in de strijd tegen klimaatopwarming', zegt Birgit Hannes.

'Het hefboomeffect van al die nieuwe producten en stimulansen mogen we niet onderschatten', zegt Erik Weekers, CEO van de Federatie voor Verzekerings- en Financiële tussenpersonen (FVF). 'Dat leidt ook tot andere gesprekken tussen de verzekeringsmakelaar en zijn klanten. Het is de rol van de makelaar om met de klant te spreken over duurzaamheid bij alle belangrijke beslissingen die genomen worden. Die rol zal alleen maar toenemen.'

BETAALBAARHEID

Het is duidelijk dat de verzekeringssector verschillende maatschappelijke rollen vervult. Tegelijk krijgen particulieren en ondernemers te maken met veel grotere risico's zoals natuurrampen, geopolitieke spanningen en cybercriminaliteit. Dreigt die toename aan risico's de betaalbaarheid van verzekeringen niet onder druk te zetten? 'Dat is precies waar verzekeren om draait: het verdelen van risico's door de premies te spreiden over een zo breed mogelijke laag van de bevolking. Het gros van de risico's kunnen wij als sector perfect verzekeren aan een betaalbaar tarief. Alleen bij grote rampen, zoals een natuurramp, komt het er ook op aan om samen met de overheid een betaalbare oplossing uit te werken', zegt Birgit Hannes.

'Om de betaalbaarheid van sommige risico's te garanderen, is het cruciaal dat mensen goed ge-



'Verzekeringen versterken de sociale zekerheid, kijk maar naar de pensioenen'

Sophie Misselyn, Vivium



'Via preventie willen we in de eerste plaats schadegevallen vermijden of beperken'

Edwin Klaps, AG Insurance

informeerd worden', zegt Erik Weekers. Hij verwijst naar de overstromingen in Wallonië. 'Veel mensen wisten niet dat ze onvoldoende verzekerd waren. Het is de plicht van de makelaars – en dat doen ze ook – om klanten goed te informeren, zodat zij zich beter verzekeren. Ook dat komt de betaalbaarheid ten goede.'

FINANCIËLE GELETTERDHEID

Daarmee komt een pijnpunt aan bod: voor veel mensen blijven verzekeringen een moeilijk te doorgronden materie. 'Door alles duidelijk uit te leggen, maken makelaars verzekeringen toegankelijker. Wanneer een klant precies weet waarvoor hij verzekerd is, schept dat ook gemoedsrust', zegt Annie Courbet. Tegelijk komt het erop aan om jonge mensen beter te bereiken. Erik Weekers: 'In dat opzicht zijn we blij dat we in Vlaanderen verzekeringen op de agenda kunnen zetten hebben. Zo kunnen er in het vijfde en zesde middelbaar opleidingen over verzekeringen gegeven worden door mensen uit de sector. Dat is nodig om jongeren goed te informeren op een moment dat ze vaak op het punt staan om bijvoorbeeld een autoverzekering af te sluiten. En zo kunnen we hen ook warm maken voor een job in de sector. Financiële opvoeding is onze beste verzekering voor de toekomst.'