

## Persbericht

---

Contact: Sophie De Meyer  
Tel: + 32 2 600 60 21  
Mobile: + 32 484 95 22 68  
Email: [sodemeyer@deloitte.com](mailto:sodemeyer@deloitte.com)

---

### **Tegen 2020 zullen online motorrijtuigenverzekeringen in België de drempel van 0,5 miljard euro overschrijden, goed voor 16% van de Belgische markt voor motorrijtuigenverzekeringen**

Deloitte European Motor Insurance Study – 2<sup>de</sup> editie

**Brussel, 23 November 2016**

Voor het tweede opeenvolgende jaar heeft Deloitte zijn onderzoek van de Europese markt van motorrijtuigenverzekeringen gepubliceerd. In het kader van het onderzoek werden 15.000 consumenten uit 11 landen bevroegd (Oostenrijk, België, Frankrijk, Duitsland, Ierland, Italië, Polen, Nederland, Spanje, Zwitserland en het VK). In een steeds meer gestandaardiseerde en volatiele markt roept de opmars van de online verzekeringen de nodige kansen in het leven voor motorrijtuigenverzekeraars. Zij kunnen immers hun aanbod van diensten op het gebied van verzekeringsclaims uitbreiden tot een brede waaier van diensten die verband houden met mobiliteit, en mede daardoor de loyaliteit van verzekeringnemers veilig stellen op andere manieren dan louter via competitieve tarieven. De bevindingen van het onderzoek tonen aan dat Europese consumenten klaar zijn voor een nieuw type van verzekeringen, waarin de verzekeraars nog andere rollen vervullen dan die van risicodragers. Het onderzoek gaat na hoe verzekeraars een nieuw soort relatie kunnen aangaan met hun polishouders en hoe ze hen nieuwe mogelijkheden kunnen aanbieden aan de hand van online verzekeringsproducten.

#### **Situatie van de markt van motorrijtuigenverzekeringen in Europa**

« Geconnecteerde apparaten worden steeds meer deel van ons dagelijks leven. De meeste sectoren hebben van deze tendens gebruikgemaakt om een hechtere relatie in het leven te roepen met hun klanten. Ook verzekeraars zijn niet immuun voor de veranderingen die zich voordoen, vooral omdat ze actief zijn in een steeds competitievere markt. Italië en het Verenigd Koninkrijk hebben de toon gezet met telematica. Of deze nieuwe aanbiedingen al dan niet succes zullen kennen, zal afhangen van de bereidheid van de klant om ze te accepteren. Dat zal in het ene land sneller geschieden dan in het andere, » aldus **Michel de la Bellière**, **Financial Services Industry Partner en medeverantwoordelijk voor EMEA Insurance bij Deloitte.**

Deloitte schat dat de **potentiële markt voor online motorrijtuigenverzekeringen in Europa 15 miljard kan bedragen tegen 2020**. Dit scenario houdt rekening met de verklaarde bereidheid van de consumenten om data te delen en met de verwachte opzeggingscijfers in elk land. De digitalisering van de economie en de regulatieve veranderingen hebben geleid tot een grotere volatiliteit bij de consument. Dit geldt ook voor de verzekeringsmarkten. Aan de respondenten werd gevraagd om hun bereidheid om van

verzekeringsmaatschappij te veranderen te rangschikken van 0 (zeer onwaarschijnlijk) tot 10 (zeer waarschijnlijk). Uit deze statistieken blijkt dat het Europese gemiddelde is gestegen van 3,7 in 2015 naar 4,5 in 2016. De grote ommezwaai heeft nog niet plaatsgevonden, maar de intentie neemt gestaag toe.

In Europa kennen de Belgische, Italiaanse, Britse, Franse, Duitse en Spaanse markten het grootste potentieel voor de ontwikkeling van online motorrijtuigenverzekeringen. Europese consumenten lijken veel meer geneigd om hun rijgegevens te delen dan informatie die wordt verkregen via sociale media. Hoe nuttig gegevens van sociale media ook kunnen zijn voor het uitbouwen van een nieuwe relatie met bestaande klanten, verzekeringsmaatschappijen kunnen moeilijkheden ondervinden bij het verzamelen en bundelen van dergelijke gegevens.

## België, vruchtbare bodem voor de ontwikkeling van telematica

In de voorbije jaren is de belangstelling van Belgische verzekeraars om telematica-aanbiedingen uit te werken erop vooruitgegaan. Diverse grote spelers lanceerden reeds telematica-concepten.

Deze belangstelling wordt gedeeld door de Belgische verzekeringnemers. Deloitte schat inderdaad dat de markt voor online motorrijtuigenverzekeringen in België de drempel van 0,5 miljard euro kan halen tegen 2020, goed voor 16% van de totale Belgische markt voor motorrijtuigenverzekeringen. Hoewel de bereidheid om van verzekeringsmaatschappij te veranderen lager ligt dan het Europese gemiddelde, zijn Belgische verzekeringnemers het minst terughoudend om data te delen. Dit vormt een vruchtbare voedingsbodem voor verzekeringen op basis van telematica, zoals blijkt uit de volgende cijfers:

- 17% van de Belgen is zeer waarschijnlijk bereid om van verzekeringsmaatschappij te veranderen (Europees gemiddelde 29%)
- 40% van de Belgische respondenten is zeer waarschijnlijk bereid om data te delen met hun verzekeraars (Europees gemiddelde 28%)

« België zal een centrale plaats bekleden in de ontwikkeling van verzekeringen op basis van telematica in Europa. De relatief kleine omvang van de markt en de innovatieve ingesteldheid van de verzekeringnemers maken het land tot een aantrekkelijke markt in de ogen van verzekeraars voor het testen van vernieuwende oplossingen, » verklaart **Arno De Groot, Risk Advisory Partner en Insurance Industry Leader bij Deloitte Belgium.**

## Service staat centraal in online motorrijtuigenverzekeringen

De prijs is momenteel het belangrijkste verkoopargument voor telematica-verzekeringen. Verzekeraars moeten hun aanbod op basis van kortingen inruilen voor een aanbod met waardevolle producten en diensten door de behoeften van de klant centraal te plaatsen.

Meer dan de helft van de respondenten in heel Europa stelt dat ze bereid zijn hun data te delen om te kunnen genieten van minstens één van de volgende autoservices:

- Gratis pechverhelping
- Automatische hulpverlening
- Lokalisatie van gestolen voertuigen
- Gratis brandstof en andere services zodra de bestuurder een bepaald aantal punten heeft verzameld voor veilig rijden.

« Online motorrijtuigenverzekeringen zijn in alle Europese landen goed op weg om een belangrijk element te worden in het verzekeringsaanbod. Consumenten zijn klaar voor een nieuw verzekeringsaanbod waarbij de verzekeraar meer is dan alleen maar een risicodrager. Verzekeraars die deze weg uitgaan, kunnen straks aan de winnende kant staan als de markt voor autoverzekeringen wordt herverdeeld. Ons onderzoek toont een belangrijke correlatie tussen mensen die bereid zijn om van verzekeraar te veranderen en mensen die hun rijgegevens willen delen met hun verzekeraars. Verzekeraars behoren tot de top drie van actoren die door mensen worden vertrouwd als het gaat om het communiceren van hun persoonlijke gegevens. Niettemin rijzen er bij het delen van dergelijke gegevens ethische problemen waarover de verzekeringsmaatschappij zich moet buigen, » vertelt **David Rush, Financial Industries Partner en medeverantwoordelijk voor EMEA Insurance bij Deloitte.**

[Klik hier om het volledige onderzoek te bekijken.](#)

###

## **Methodologie**

Het onderzoek werd uitgevoerd in april 2016 door ResearchNow. Het maakte gebruik van een online vragenlijst om 15.000 mensen in Oostenrijk, België, Duitsland, Frankrijk, Italië, het Verenigd Koninkrijk, Nederland, Spanje, Ierland, Zwitserland en Polen te bevragen. De enquête werd beantwoord door 1.436 respondenten in België. De steekproef van respondenten werd gewogen om een relevant nationaal profiel te weerspiegelen.

###

## **Deloitte in België**

Deloitte is met meer dan 3.200 medewerkers en 10 kantoren in België de grootste organisatie op het gebied van audit, accounting, juridisch en belastingadvies, consulting en financial advisory services.

Onze dienstverlening richt zich zowel naar de grootste nationale en internationale ondernemingen als naar kmo's, de publieke sector en nonprofit organisaties. Deloitte België is een onafhankelijke en zelfstandige organisatie en onderdeel van Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Voor het boekjaar 2016 werd een omzet gerealiseerd van 432 miljoen euro.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited is een organisatie van zelfstandige member firms, die zich richt op de hoogste kwaliteit bij het leveren van professionele dienstverlening en advies. De dienstverlening is gebaseerd op een wereldwijde strategie voor meer dan 150 landen. Daartoe is de expertise beschikbaar van meer dan

244.400 professionals in alle werelddelen. Voor het boekjaar 2016 bedroeg de omzet meer dan 36,8 miljard US dollar.

Deloitte verwijst naar een of meerdere member firms binnen DTT Limited, dat een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is in de UK, en het netwerk van haar member firms, die elk een juridisch aparte en zelfstandige eenheid zijn. Bezoek [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) voor een meer gedetailleerde beschrijving van de wettelijke structuur van Deloitte Touche Tohmatsu Limited en haar member firms.