

FORSE GROEIAMBITIES IN BELGIË EN NEDERLAND

Verzekeringsmakelaar Vanbreda legt de lat flink hoger

Vanbreda Risk & Benefits werd vorig jaar de grootste verzekeringsmakelaar van het land, groter dan de internationale groepen Aon en Marsh. CEO Pedro Matthyssens legt meteen de lat hoger en stelt nieuwe ambitieuze groei-doelstellingen voor België en Nederland. **PATRICK CLAERHOUT**

Het is vooral symbolisch belangrijk, maar niettemin: een lokale speler als Vanbreda Risk & Benefits die Amerikaanse groepen als Aon en Marsh, die kunnen bogen op een belangrijk internationaal cliënteel, naar de kroon steekt. Je moet het maar doen. Vanbreda heeft zich vanuit zijn thuisbasis Antwerpen opgeworpen tot de verzekeringspartner van meer dan 25.000 Belgische kmo's en bedrijven. Pedro Matthyssens sprak in 2013 als nieuwe CEO de ambitie uit om tegen 2020 100 miljoen euro omzet te realiseren in België. Dankzij een sterke interne groei van gemiddeld 6 procent op jaarbasis – terwijl de markt maar

met 1 à 2 procent groeit – en een rist overnames haalde Vanbreda Risk & Benefits die doelstelling met een jaar voorsprong. De makelaar is ook gegroeid in Nederland, waardoor hij het boekjaar 2021 afsloot met een omzet van 139 miljoen euro.

Overnames in Nederland

Voor Matthyssens is het moment gekomen om de bakens



‘Wij investeren al jaren meer dan 10 procent van onze omzet in technologie en digitale toepassingen. Dat wordt steeds meer een competitief voordeel’

te verzetten. In Nederland, waar de Belgische groep met 13,6 miljoen euro omzet nog een relatief kleine speler is, moet er een grote sprong voorwaarts komen. “Tegen 2030 willen we in Nederland een omzet van 100 miljoen euro halen”, zegt Matthyssens. “Dat zal vooral via overnames moeten gebeuren.” Vanbreda kocht in 2017 het kantoor Kettlitz Wulfse, waardoor de makelaar steviger voet aan de grond kreeg in Nederland. Vorig jaar volgden enkele kleine acquisities. Vanbreda nam het makelaarskantoor Meeuwesen Adviesgroep uit Zeewolde over, net als het bedrijf Insucare uit Eindhoven. “Insucare is actief in *employee benefits* (extralegale voordelen voor werknemers, *nvdr*) en kan voor Vanbreda een platform zijn om schadeverzekeringen aan bedrijven te verkopen”, zegt Matthyssens.

De CEO van Vanbreda Risk & Benefits hoopt nog dit jaar een grote slag te slaan in Nederland, maar dat is niet vanzelfsprekend op de Nederlandse overnamemarkt: “In Nederland is private equity (risicokapitaalinvesteerd, *nvdr*) al veel langer in de markt dan in België. De verzekeringsmakelaardij interesseert hen omdat er nauwelijks kapitaalbeslag mee gemoeid is (in tegenstelling tot investee-

→ PEDRO MATTHYSSENS
“We leggen de lat op 200 miljoen euro omzet in België tegen 2030.”



'VOOR SOMMIGE BEDRIJVEN VINDEN WE GEEN VERZEKERING MEER'

Bedrijven worden steeds meer geconfronteerd met de onverzekerbaarheid van bepaalde risico's, stelt Pedro Matthyssens: "Voor sommige bedrijven en sectoren is het quasi onmogelijk geworden om een volledige risicodekking te vinden. Bedrijven uit de afvalverwerking of de diepvriesvoeding komen moeilijk nog aan een brandverzekering, tenzij ze een deel van het risico zelf dragen. Ook cyberverzekeringen voor ziekenhuizen of softwareleveranciers zijn een probleem, net als aansprakelijkheidsverzekeringen voor medische of juridische beroepen. De premies voor zulke producten zijn de voorbije jaren met tientallen procenten verhoogd, en die marktverharding kan in een context van een hoge inflatie nog een hele tijd aanslepen."

Meestal vindt Vanbreda Risk & Benefits nog een oplossing voor zijn bedrijfsklanten. Daarvoor moet de makelaar steeds meer over de landsgrenzen kijken. "De lokale verzekeringsmarkt schiet dikwijls te kort", zegt Matthyssens. "We doen steeds vaker een beroep op internationale verzekeraars, bijvoorbeeld uit Duitsland, Zwitserland of de Verenigde Staten. En in uiterste gevallen nemen we via onze eigen verzekeringsmaatschappij Justitia een deel van het risico op ons. Dat doen we enkel als noodoplossing om onze klanten te helpen en bijvoorbeeld het laatste stuk van de risicodekking dicht te fietsen."

ringen in banken of verzekeraars, *nvdv*) en omdat de gerealiseerde cashflows aanzienlijk zijn."

Daardoor kwamen heel wat Nederlandse makelaars de voorbije jaren in handen van private-equitygroepen. Die spelers duwen de overnameprijzen omhoog en dat maakt het moeilijker voor Vanbreda, zegt Matthyssens: "Wij kunnen niet de bedragen betalen die zij op tafel leggen. Vanbreda moet het hebben van de intrinsieke economische waarde die een acquisitie creëert,

VANBRED A IN CIJFERS

- Vanbreda Risk & Benefits werd in **1937** opgericht en is uitgegroeid tot de grootste verzekeringsmakelaar en risico-adviseur in België
- Bruto-omzet in 2021: **139,2 miljoen euro**
- Operationele cashflow (ebitda) van **41 miljoen euro**
- Adviseert ruim **25.000 bedrijfsklanten** in verzekeringen, risicobeheer en employee benefits
- Telt meer dan **760 medewerkers**, verdeeld over **15 kantoren** in de Benelux

doordat de zaakvoerders aan boord blijven en samen met ons het bedrijf uitbouwen. Private equity koopt zo veel mogelijk makelaars op om een groter geheel te creëren en dat tegen een hogere prijs weer door te verkopen.”

Ook in België hebben risicokapitaalinvesteerders intussen de markt van de verzekeringsmakelaars ontdekt. De bekendste voorbeelden zijn de Franse groep LFPI (geleerd aan de zakenbank Lazard Frères) die in 2020 een meerderheid verwierf in het makelaarsnet Wilink, en de investeringsmaatschappij Five Arrows (deel van de zakenbank Rothschild & Co) die schuilgaat achter de expansie van de groep Hillewaere. Die makelaar uit Turnhout deed al zeven overnames, waardoor de omzet steeg van 9 naar 24 miljoen euro.

**Organische
groeimotor**

Toch wil Vanbreda Risk & Be-



nefits in België tegen 2030 bijna verdubbelen in omvang. “We leggen de lat op 200 miljoen euro omzet tegen 2030”, vertelt Matthynssens. “Maar in België zal de groeimotor toch vooral organisch zijn. We willen de interne groei van 6 procent op jaarbasis volhouden, en dan komen we al aardig in de buurt van ons doel. Acquisities zullen er ook zijn, maar eerder gericht op niches.”

In 2020 deed Vanbreda Risk & Benefits nog de grootste overname in zijn geschiedenis in ons land. Ver moest de makelaar daarvoor niet zoeken. Aan de overkant van de straat, langs de Plantin en Moretus-

“

‘Vijf jaar geleden werden we geconfronteerd met de kaping van een schip, waarvan we niet eens wisten dat het zich voor de kust van Afrika bevond. We hebben gezworen dat ons dat nooit meer zou overkomen’

lei, deed zich met Mediùs een kans voor. Het makelaarsbedrijf had zich losgemaakt van zijn Nederlandse eigenaars en de Belgische aandeelhouders bleken bereid te verkopen. Het kantoor vertegenwoor-



digde een omzet van 7 miljoen euro. Alle medewerkers hebben intussen de straat overgestoken naar de kantoren van Vanbreda.

Ook in maritieme verzekeringen versterkte Vanbreda zijn positie. De onderneming kocht de resterende 50 procent die het nog niet had in de Antwerpse cascoverzekeringsspecialist Proteus. Het bedrijf werd samengevoegd met de cargoverzekeringsspecialist van Vanbreda, om de nieuwe divisie Vanbreda Marine te vormen.

Ten slotte kocht Vanbreda vorig jaar ook het bedrijf Partner in Benefits, dat vooral bekend is voor zijn digitaal platform rond employee benefits. “Werknemers kunnen online of met de app simulaties maken voor een rist extralegale voordelen”, legt Matthynssens uit. “We zien brood in de combinatie van hun software met onze klantenportefeuille. Als we de commerciële oplossingen van Partner in Benefits kunnen uitrollen bij onze bedrijfsklanten en hun werknemers, zit er een groot potentieel in. Op termijn kan dit uitgroeien tot een digitaal platform dat vergelijkbaar is met dat van de bank-verzekeraars.”

Pedro Matthynssens gelooft sterk in partnerships met andere bedrijven, die Vanbreda toegang bieden tot hun werknemers of klanten. Een voorbeeld daarvan is de samenwerking met Van Mossel Automotive Group. Daardoor kunnen de dealers van Van Mossel klanten die een wagen kopen meteen ook een geschikte autoverzekering aanbieden.

Technologische tools

“Wij investeren al jaren meer dan 10 procent van onze omzet in technologie en digitale toepassingen. Dat wordt steeds meer een competitief voordeel”, zegt Matthynssens. “Onze klanten hebben oor naar onze technologische oplossingen, die we bovendien lokaal implementeren. Dat maakt een verschil, zowel met de grote internationale groepen als met de kleinere makelaars die louter relationeel werken.”

Zo ontwikkelde Vanbreda Risk & Benefits een lokalisatietool voor schepen. “Een Waze voor de scheepvaart”, noemt Matthynssens het. “Daardoor kennen we op elk moment de positie van een schip dat via ons verzekerd wordt. We berekenen het veiligste traject en wat eventuele afwijkingen van de vaarroute aan extra verzekering kosten.”

De ontwikkeling van dit instrument is een gevolg van een klein trauma bij Vanbreda, legt Matthynssens uit: “Vijf jaar geleden werden we geconfronteerd met de kaping van een schip, waarvan we niet eens wisten dat het zich voor de kust van Afrika bevond. Er werd losgeld geëist en dat hebben we uiteindelijk betaald gekregen door de verzekeringssmaatschappij. We hebben toen gezworen dat ons dat nooit meer zou overkomen. Nu hebben we een digitale wereldkaart waarmee de positie van de schepen realtime opgevolgd kan worden. Steeds meer andere bedrijven zijn geïnteresseerd in die innovatieve oplossing.” 

JOINT VENTURE MET MEDIAHUIS WORDT STOPGEZET

Vanbreda Risk & Benefits en de uitgever Mediahuis (*De Standaard, Het Nieuwsblad,...*) trekken de stekker uit hun joint venture, de prijsvergelijkingssite Voilà. Die wilde net als concurrent Independer van DPG Media particulieren de mogelijkheid bieden online verzekeringsproducten te vergelijken. Maar volgens CEO Pedro Matthynssens was het project niet levensvatbaar. Hij ziet twee redenen: “Ten eerste is de Belgische consument er niet klaar voor. Een Belg hecht waarde aan persoonlijk contact, als hij een verkoop wil afsluiten. De site kreeg veel bezoekers, er werden veel simulaties uitgevoerd. Maar de conversie naar de aankoop van een verzekering was laag: 1 à 1,5 procent. Dat is te weinig om fors te investeren in marketing en *branding*. Independer heeft in Nederland twintig jaar aan de weg getimmerd. Wellicht staan we in België voor een vergelijkbaar traject om van prijsvergelijkingssites voor verzekeringen een rendabele businesscase te maken.” Een tweede verklaring is de afwijzende houding van de grote verzekeringssmaatschappijen. Matthynssens: “De gevestigde spelers wilden niet meedoen, omdat ze de distributie van hun producten via de makelaars willen beschermen. Enkel directe verzekeraars waren bereid producten aan te bieden. Dat toont aan dat de kleine makelaars op de korte termijn niet hoeven te vrezen voor hun toekomst. Ze blijven in België een belangrijk distributiekanaal.”