

X-GENERATIE

PEDRO
MATTHYNSSENS

In deze rubriek 'X-Y' brengen we vandaag Pedro Matthynssens (generatie X) en Caroline Denkens (generatie Y) rond de tafel. We leggen hun enkele pertinente vragen voor over het nu en de toekomst van de verzekeringssector.

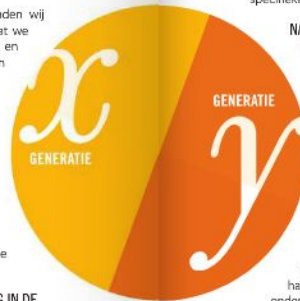
WAT ZIJN MOMENTEEL DE KNELPUNTEN EN UITDAGINGEN VOOR DE VERZEKERINGSSECTOR IN HET ALGEMEEN EN VOOR UW ONDERNEMING IN HET BIJZONDER?

Caroline: "Los van het feit dat er concurrentie is tussen de verschillende makelaars, is er de overheid die almaar strengere regels oplegt. In de sector spreken we van het Twin Peaks-verhaal. Zo zijn we verplicht om informatiefiches mee te sturen, om de klant jaarlijks een overzicht te bezorgen van zijn contracten, wij moeten beleggingsprofielen opmaken, en veel meer. We doen dat uiteraard, maar het valt niet altijd mee. De druk en verantwoordelijkheid worden almaar groter."

Pedro: "Die druk ondervinden wij wat minder. Wellicht omdat we een grote organisatie zijn en dus ook meer middelen hebben om dat allemaal in te vullen. Maar ik begrijp wel dat het voor kleinere makelaarskantoren een hele opdracht is. Voor ons zit de grote uitdaging in de verandering van de industrie zelf. Die digitalisering is volop aan 't gebeuren. Een organisatie transformeren voor dit verhaal is een enorme uitdaging."

MAAKT DE DIGITALISERING IN DE VERZEKERINGSSECTOR DE MAKELAAR UITEINDELIJK NIET OVERBODIG?

Caroline: "Daar wordt veel over gespeculeerd, maar ik ben zeker van niet. Een autoverzekering of een familiale en brandverzekering leent zich makkelijker om online af te sluiten, maar voor verzekeringen van kmo's is



Y-GENERATIE

CAROLINE
DENKENS

dat onmogelijk. Hier wordt de ondernemer geconfronteerd met zoveel meer risico's. De kmo'er heeft een deskundige nodig die al deze risico's kan inschatten. Terwijl de ondernemer bezig is met zijn business, moeten wij van hem het risicomangement overnemen. Wij zorgen er hoe dan ook voor dat onze klant 24/7 zijn polisoverzicht en volledige dossier online kan raadplegen via onze website."

Pedro: "Er is een terecht onderscheid tussen verzekeringen voor particulieren en kmo's. Bedrijven hebben complexe risico's en veel meer behoefte aan advies. Ze zijn bereid om een makelaar te betalen voor het juiste advies. Wij werken onder andere voor grote bedrijven met meer dan 1 000 werknemers met nog complexere en grotere risico's die veel moeilijker te plaatsen zijn in de verzekeringsmarkt. Hier hebben wij, die de verzekeringsmarkt ook internationaal kennen, een belangrijke toegevoegde waarde. Wij vertegenwoordigen 140 verzekeraars in België, dikwijls voor heel specifieke risico's."

NAAST DE KLASSIEKE VERZEKERINGEN ZOALS BEROEPSAANSPRAKELIJKHEID, BRAND, AUTOVERZEKERING, ENZ. DUKEN ER NIEUWE RISICO'S OP EN METEEN OOK NIEUWE VERZEKERINGEN. CYBERRISICO BIJVOORBEELD.

Caroline: "Dat is inderdaad momenteel een hot topic. Veel kmo's weten dat hun bedrijfscomputers gehackt kunnen worden, maar actie ondernemen daartegen zit er vaak nog niet in. Kmo's beseffen nog onvoldoende dat ook zij risico lopen. Zelfs een gewone apotheekcomputer kan worden gehackt en de privé-gegevens van honderden mensen komen in de openbaarheid terecht. Wij hebben in ons kantoor al meerdere dergelijke verzekeringen afgesloten en gelukkig nog geen enkel schadegeval gehad."

X-GENERATIE

Pedro: "Wij helaas wel. Enkele tientallen klanten zijn al met een cyberaanval geconfronteerd geweest. We hebben dan ook al een redelijk grote portefeuille cyberverzekeringen in de Belgische markt. Voornamelijk bij financiële instellingen, ziekenhuizen en IT-bedrijven. Er wordt wel eens gezegd dat als een bedrijf zegt dat het nog niet gehackt is, dit vaak betekent dat ze er nog niet van op de hoogte zijn. Het risico is immers reëel. Deze cyberverzekeringen vormen dan ook een almaar groeiende markt die eerst ingang zal vinden bij de grotere bedrijven, maar geleidelijk ook zal afdalen naar kleinere ondernemingen en vrije beroepen."

ZIEN JULLIE NOG NIEUWE OPPORTUNITEITEN?

Pedro: "Het volgende wat ik zie zijn drone-verzekeringen, waarvan wij er ook al een aantal hebben in België. Heel veel bedrijven zijn vandaag aan 't experimenteren met het gebruik van drones. Voor inspectie-opdrachten, bewaking van terreinen, ... Professionele gebruikers zijn trouwens verplicht om een aansprakelijkheidsverzekering te nemen tegen de risico's die een drone oplevert. Van dit soort verzekeringen zijn er wereldwijd nog maar een paar aanbieders. Die verzekering gaat zich in de toekomst niet beperken tot bedrijven, want ook meer en meer particulieren schaffen zich een drone aan. Ook de zelfrijdende auto's bieden nieuwe mogelijkheden. We kunnen ons immers afvragen wie verantwoordelijk is als een ongeval plaatsvindt op het ogenblik dat niet de chauffeur, maar de elektronica de wagen bestuurt. De fabrikant? Misschien. Heeft die zich daarvoor verzekerd? Vandaag niet, maar in de toekomst wellicht wel."

EEN ONTWIKKELING IS OOK DE OVERSTAP VAN KLASSIEKE VERZEKERINGEN NAAR MAATWERK. HOE GAAN JULLIE DAARMEE OM?

Caroline: "Dit is een interessante evolutie, uiteraard werken wij op maat voor elke klant. Daarbij zoeken wij naar een correcte oplossing volgens de wensen, maar zeker ook noden en behoeftes van de klant."

Pedro: "Voeger werd het risico van een autoverzekering onder andere bepaald op basis van geslacht, leeftijd en woonplaats van de bestuurder. Die gegevens werden vergeleken met wiskundige gegevens en statistieken en dat leverde uiteindelijk een premie op. Vandaag kan die verzekeraar aan u vragen om een app te downloaden op uw smartphone en deze bij u in de wagen te activeren telkens u met de wagen rijdt. Het toestel registreert waar en hoe u rijdt. Met deze persoonlijke data krijgt u een verzekering op maat. We werken intussen met Belgische verzekeraars die nu al polissen gebaseerd op rijgedrag beginnen te verkopen. Nog spectaculairder kan het met bijvoorbeeld een levensverzekering. De maatschappij zou u kunnen verplichten om gedurende enige tijd een polsbandje te dragen en nog wat metertjes op uw huid. Met al die geregistreerde data kan een gezondheidsrisico veel nauwkeuriger worden ingeschat. Maatwerk dus. Dit veronderstelt echter een enorme transformatie van de verzekeringsindustrie en die verandering gaat vrij traag."



"Cyberverszekeringen vormen een almaar groeiende markt die eerst ingang zal vinden bij de grotere bedrijven, maar geleidelijk ook zal afdalen naar kleinere ondernemingen en vrije beroepen."



Y-GENERATIE

"Wij zorgen er voor dat onze klant 24/7 zijn polisoverzicht en volledige dossier online kan raadplegen via onze website."



OVER GROEP DENKENS

Groep Denkens is een onafhankelijke erkende verzekerings-, beleggings- en kredietmakelaar die 100% paperless werkt. De onderneming stelt 9 mensen te werk. Het klantenbestand bestaat uit 4.000 klanten, voor 50% uit particulieren en 50% uit zelfstandige ondernemingen en kmo's.

WIE IS CAROLINE DENKENS?

Caroline Denkens is 6 jaar actief in de verzekeringssector via het kantoor van haar vader. Na haar studies Office Management heeft ze gewerkt bij Allcam en de Persgroep. Bij Groep Denkens is ze nu, door haar bijkomende opleidingen kmo-management en Distributie voor Verzekeringswezen, verantwoordelijk voor schadebeheer, productie, de communicatie via website en sociale media en ze heeft de leiding van het back office-team.

"Een bedrijf dat zegt dat het nog niet gehackt is, is er vaak nog niet van op de hoogte"



OVER VANBREDARISK & BENEFITS

Vanbreda Risk & Benefits is de grootste onafhankelijke Belgische verzekeringsmakelaar en risicoconsultant. Meer dan 500 medewerkers adviseren ruim 30.000 cliënten op vlak van verzekeringen, risicobeheer en employee benefits.

WIE IS PEDRO MATTHYSSSENS?

Pedro Matthyssens is sinds 4 jaar CEO bij Vanbreda Risks & Benefits. Voordien werkte hij in de consultingindustrie. Hij was partner bij de Boston Consulting Group en gaf er advies aan verzekeraars, banken en technologiebedrijven. In de jaren negentig was hij medeoprichter van Capco en werkte hij nog bij IBM en het vroegere Ernst & Young. 