

Verkoopt uw telecomprovider straks verzekeringen?

Het Antwerpse Vanbreda Risk & Benefits pakt uit met een service waarmee retailers en dienstenbedrijven klanten digitaal polissen kunnen aanbieden. 'De onlineverkoop van verzekeringen breekt hier volgend jaar door.'

PIETER SUY

Kunt u straks een cyberverzekering kopen als u een nieuw internetabonnement afsluit bij uw provider? En gaat uw autodealer straks voor u kunnen becijferen welke autoverzekering het best bij u past?

Vanbreda Risk & Benefits, de grootste onafhankelijke verzekeringsmakelaar van het land, gelooft van wel. De Antwerpse groep werkt aan een service waarmee grote

dienstenbedrijven en retailers straks dit soort verzekeringsproducten kunnen verkopen. Achter de schermen selecteert Vanbreda Risk & Benefits als een soort digitaal makelaarskantoor de polis.

'We verwachten hier volgend jaar mee te beginnen', zegt topman Pedro Matthyssens. 'We praten met autodealers, telecombedrijven en hr-dienstverleners over een samenwerking. Maar nog tal van andere spelers komen in aanmerking.'

De ambities zijn niet min. Vanbreda Risk & Benefits haalt iets meer dan 100 miljoen euro omzet. Over zo'n vijf jaar moet de nieuwe dienst zo'n 25 miljoen euro omzet opleveren. Tot nu was de groep vooral actief als makelaar voor bedrijven, ondernemers en openbare instellingen.

De onlineverkoop van verzekeringsproducten staat in België op doorbreken.

PEDRO MATTHYNSSENS
CEO VANBREDARISK & BENEFITS

gen. Met het nieuwe concept geeft ze zich voor het eerst op de markt voor particuliere klanten.

'We doen dit omdat we geloven dat die markt zich op een kantelpunt bevindt', zegt Matthyssens. 'De onlineverkoop van verzekeringsproducten staat op doorbreken in België, waardoor die markt

fundamenteel zal veranderen.'

Toch suggereren de cijfers dat er nog een lange weg is te gaan. In Nederland wordt 60 procent van de particuliere verzekeringen online gekocht, in het VK 40 procent, in België maar 2 procent.

'Belgen zijn nogal conservatief in hun koopgedrag, maar ook veel gevestigde waarden in de sector streven het status quo na', zegt Matthyssens. 'Maar er komt een inhaalbeweging. Voor complexere producten willen klanten nog altijd een makelaar inschakelen, leert onderzoek. Maar ze beseffen dat ze voor eenvoudigere producten, zoals een auto- en een brandverzekering, zelf kunnen kiezen wat hen het best past. Die polissen willen ze dan ook online afsluiten.'



De Tijd 30/11/2019, bladzijden 24 & 25

All rights reserved. Gebruik and reproductie enkel mits toelating van de uitgever via De Tijd

