nr. 2 - 2023

VRIJUIT DIGITAAL

“BEROEP DOEN OP MAKELAARS ALS KLANKBORD BIJ DE ONTWIKKELING VAN ONZE PRODUCTEN”

INTERVIEW MET FERNANDO DIAZ, CEO VAN EUROP ASSISTANCE

Lees hier

“OPLEIDING, SAMENWERKING EN SCHAALVERGROTING ZULLEN BELANGRIJKE FACTOREN WORDEN”

INTERVIEW MET HEIN LANNOY, GEDELEGEERD BESTUURDER ASSURALIA

Lees hier

“MINDSET VAN MAKELAARS VAAK MEER OPLOSSINGSGERICHT”

INTERVIEW MET LAURENT DE BARSY, OMBUDSMAN VAN DE VERZEKERINGEN

Lees hier

**De wereld wordt steeds complexer.
Steeds meer regels. Steeds meer dingen die moeten,
en die je moet weten.
Steeds meer momenten dus waar het fout kan lopen.
Of waar je met anderen in conflict kan komen.
Met je buren. Met je werkgever. Met je ex. Met een leverancier.
Of gewoon met iemand die op straat tegen je aanrijdt.**

Op zo'n moment zit je met vragen.
Heb ik eigenlijk gelijk? Ben ik in mijn recht?
Heeft de ander een poot om op te staan?
Wat kan mij dit kosten?
En vooral: wie neemt het voor me op?
Met wie kan ik praten?
Meteen naar een advocaat is misschien wat overdreven
en in elk geval heel duur.
En Google helpt me ook al niet vooruit.
Want ik snap zelfs niet wat ik lees.

Zo'n moment, dat is een Euromex-moment.
Want Euromex, dat is een team van juristen,
die thuis zijn in alle mogelijke takken van het recht.
Ze luisteren naar je vraag, kijken waar je staat,
onderhandelen met de tegenpartij
en zoeken naar alle mogelijke manieren
om je te helpen, te adviseren,
of een compensatie voor je los te krijgen.

**Hoe geraak je aan zo'n Euromex-jurist?
Wel, misschien heb je er al één.
Check je verzekeringspapieren
en kijk of je een Euromex-rechtsbijstand hebt.
Ja? Proficiat, je hebt een jurist.
Nee? Snel naar je makelaar.**

Want een Euromex-jurist,
die moet je eigenlijk altijd aan je zij hebben.
Je weet misschien nooit wat er gebeurt,
maar één ding weet je zeker:
Op een Euromex-jurist kan je altijd vertrouwen.

Meer dan ooit
het moment
voor Euromex

euromex
rechtsbijstand | protection juridique

Juristen die **luisteren**. En **doen**.

V.U.: E. Vanpoucke - Euromex NV – Generaal Lemanstraat 82-92 – 2600 Berchem - **www.euromex.be**
Verzekeringsonderneming toegelaten onder code 0463, onder toezicht van NBB en FSMA.

In deze Vrijuit...

03
Voorwoord

04
Kort Gezegd

06
Nieuws van onze leden

07
Decavi Niet-Levensverzekerings-trofeeën 2023

09
Meet the compliance squad

10
Interview
Hein Lannoy, gedelegeerd bestuurder van Assuralia

11
FVF volgt op

12
Interview
Michel Bormans, Centre Coordinator Telebib 2

13
Nieuwe inbreng van maatschappijen

14
All Area
Yannick de Koning @ Rentaco Insurance

15
Cherchez le PDG:
Fernando Diaz, CEO van Europ Assistance

16
Het motorblok van FVF:
Guy Donckers, Communication Manager

17
Interview
Laurent de Barsy, Ombudsman van de Verzekeringen

18
Persbericht FVF

19
Brocom: in de zomer blijft 'je makelaar' actief en bereikbaar

21
ANPI: Brandblussers (deel 3)

22
Sectornieuws

24
Lovende recensies over eerste huisgemaakte FVF-webcast

25
FVF staat voor u klaar!

Christophe Thoen

hoofdredacteur

Voorwoord

RESPECT VOOR DE WAARDE VAN ADVIES

Het krijgen van advies is onlosmakelijk verbonden aan de keuzes die iedereen voor zich maakt. Advies kan nieuwe inzichten geven of mogelijke oplossingen aanreiken. Kortweg: advies kan verhelderend zijn binnen een complexe wirwar van wegen, zeg maar figuurlijk een gids die de beste potentiële wegen uitlicht.

Dat geldt natuurlijk ook voor verzekeringsadvies.

Verzekeringsadvies biedt een belangrijke meerwaarde voor particulieren, zelfstandigen en bedrijven. Advies in verzekeringen gaat niet enkel over het vergelijken van diverse verzekeringsproducten (in prijs), minstens even belangrijk is de kwaliteit maar daarnaast ook de bewustwording van de klanten m.b.t. hun specifieke risico's en uitdagingen.

En juist hier schenkt de verzekeringsmakelaar blijvend aandacht aan het totaalplaatje, namelijk:

- Bescherming van materiële zaken.
- Bescherming rond gezondheid.
- Pensioenopbouw.
- Groei van het vermogen a.d.h.v. spaar- en beleggingsverzekeringen.

De waarde van advies is daarom een belangrijke economische en maatschappelijke realiteit, die niet op de helling mag worden gezet! De toegang tot advies, en de overige dienstverlening van de verzekeringsmakelaar, zit (meestal) vervat in de eindprijs van het verzekeringsproduct.

FVF vraagt aan de politiek en de wetgever om hiermee rekening te houden bij toekomstige initiatieven. Niet enkel op nationaal maar ook op Europees niveau. De rol van Europa is uiteraard belangrijk, maar de initiatieven mogen geen revolutie teweegbrengen in de Belgische verzekeringsmarkt. Dit zou immers verregaande gevolgen kunnen hebben voor de toegang tot advies. Zo is het belangrijk dat België, dat vanaf 1 januari tot 30 juni 2024 het voorzitterschap van de Raad van de Europese Unie zal waarnemen, over de toegang van advies waakt, in het bijzonder bij het voorstel van 'Retail Investment Strategy'. Immers, spaar- en beleggingsverzekeringen in derde en vierde pijler blijven adviesgevoelige producten. Dat erkende de Belgische wetgever bij de omzetting van de Richtlijn voor Verzekeringsdistributie met het niet toelaten van 'execution-only' voor deze productdomeinen.

De waarde van advies staat buiten kijf!

Met de zomervakantie voor de deur komt iets anders om de hoek kijken, namelijk 'deconnectie'. Een uitgelezen moment voor velen onder ons om de rekker even te laten ontspannen. Ook dat is een waardevol advies!

Lees hierna:

Kort gezegd

Klik hier

Kort gezegd

GOOGLE GEEFT GEHOOR AAN BEZORGDHEID FVF

Tijdens een zoektocht naar een verzekeringsmakelaar in de buurt, belandde men tot voor kort via Google soms ongewild op de website van een DVV-verzekeringsagent.

Navraag bij eerst DVV en vervolgens Google leerde ons dat het zoek- algoritme van Google hier geen onderscheid in maakte.

De Juridische Commissie van FVF besliste daarom om tot de actie over te gaan en zich rechtstreeks tot Google te wenden. Google Ireland heeft, als reactie op de vraag van FVF, ondertussen de ontbrekende categorie “verzekeringsagentschap” toegevoegd en voerde inmiddels al een aantal correcties uit op basis van de door FVF aangeleverde niet exhaustieve lijst van enkele foutief weergegeven DVV-agenten die nu voortaan correct als ‘verzekeringsagent op het portaal van Google business (profiel) verschijnen.

ASSURALIA STEUNT OPNIEUW ZOMERCAMPAGNE “BOB BESCHERMT LEVENS”

Verderop in deze Vrijuit gaat Hein Lannoy, gedelegeerd bestuurder van Assuralia, in op de maatschappelijk rol die de verzekeringssector heeft te vervullen. Financieel tussenkomen bij verkeersongevallen is er daar één van maar nog belangrijker is de weggebruiker aanzetten tot veilig rijgedrag.

Het is dan ook wiedes dat Assuralia voor de tweede opeenvolgende keer de BOB-zomercampagne mee trekt. Als je weet dat er jaarlijks nog steeds ruim 4.200 ongevallen gebeuren waarbij alacohol in het spel is en er afgelopen jaar bijna 47.000 bestuurders, gemiddeld 128 per dag, geverbaliseerd werden voor alcohol achter het stuur, blijft sensibiliseren niet meer dan logisch.

Lees hierna:

Nieuws van onze leden

Klik hier

Doe meer met Brio.
Zelfs je specialiseren in Leven.

Met e-GOR by Brio optimaliseer je automatisch je dossiers levensverzekeringen (IPT, VAPZ, POZ, pensioensparen,...), arbeidsongeschiktheidsverzekeringen en overlijdensdekkingen. Je klanten krijgen een volledige overzicht van hun pensioensparen, inclusief een spaar-en beleggersprofiel. Ideaal om hen nog beter te kunnen begeleiden.

Ontdek e-GOR op:
www.portima.com/nl/e-GOR

brio
DEVELOPED BY PORTIMA

Nieuws van onze leden

Meer waarde voor makelaars

Welkom!

Bedankt voor uw vertrouwen!

AVEB INSURANCE
Genoelsweg 4
3700 Tongeren
+32 12 45 58 77

ASSURMANAGEMENT
Marktstraat 44
1745 Opwijk
+32 52 35 95 75

B EN V ADVIESGROEP
Marktplein 24
9520 Sint-Lievens-Houtem
+32 53 62 72 60

BCD INSURANCE
Oostendse Baan 8
8470 Gistel
+32 59 79 00 05

BEKOBEL
Geelsebaan 31
2460 Kasterlee
+32 14 85 04 36

DE BOEVER RIK
Ouwegemsesteenweg 125 A/1
9750 Zingem
+32 9 384 60 35

DEZEURE & DEMOULIN
Albert Wautersstraat 13 B
3012 Wilsele
+32 16 22 58 13

D'HAUWERS VERZEKERINGEN
Marktplein 17
9520 Sint-Lievens-Houtem
+32 53 63 01 08

GEXIA
Esplanade 1 /51
1020 Brussel (Laken)
+32 2 377 13 46

JOEL MAES INSURANCE
Joseph Smeetslaan 105
3630 Maasmechelen
+32 89 76 03 83

ANTOOR MELIS
Kerkplein 13
9120 Melsele
+32 3 775 61 25

KOEN VERMEEREN
Staatsbaan 126
9870 Zulte
+32 9 388 56 78

LEEN VDW VERZEKERINGEN
Marreweg 60
2520 Ranst
+32 3 298 30 60

MAASLANDS ZAKENKANTOOR
Rijksweg 165/2
3630 Maasmechelen
+32 84 764 485

MASSURANCE
Putsesteenweg 47A
2860 Sint-Katelijne-Waver
+32 478 23 47 02

MONIQUE KRIKOR
Bredabaan 847
2170 Merksem (Antwerpen)
+32 3 645 19 39

PARFINÉ
Azalealei 64
2170 Merksem (Antwerpen)
+32 486 63 74 06

PRIME SOLUTIONS
Bruilofstraat 75
9050 Gentbrugge
+32 475 49 75 04

SIGORTA LIMBURG
Grotestraat 7
3600 Genk
+32 484 63 97 00

SIMPLEX EMPLOYEE BENEFITS INSURANCE
Ijzerenberglaan 20
3020 Herent
+32 16 56 38 83

SKYFINANCE
Kattendijkdok-Westkaai 81/1304
2000 Antwerpen
+32 478 69 04 52

SOLVAS LIFE
Markt 4-5
9880 Aalter
+32 9 372 56 63

STANDAERT - VAN DEN EECKHOUT
Kleitkalseide 29 / 0-01
9990 Maldegem
+32 50 71 22 77

ZAKENKANTOOR DAEMS
Diepstraat 20/1
3511 Kuringen
+32 11 87 19 83

ZAKENKANTOOR KUSSÉ
Dascottelei 35
2100 Deurne (Antwerpen)
+32 3 366 17 17

ZAKENKANTOOR MASYN
Driekoningenstraat 30
9100 Sint-Niklaas
+32 3 776 25 37

ZAKENKANTOOR ROELANDT-VAN PEER
Maantjesweg 172
2170 - Merksem
+32 3 646 70 80

ZAKENKANTOOR TIMMERMANS
Koning Albertlaan 49/2
3910 Neerpelt
+32 498 11 38 34

ZAKENKANTOOR VAN GELDER
Prins De Merodelaan 10
3271 Zichem
+32 13 77 31 00

ZAKENKANTOOR WIJNS & VAN HERCK
Martensstraat 39
3271 Averbode
+32 472 03 19 00

HILLEWAERE VERZEKERINGEN VERHUIST

FVF-lid Hillewaere Verzekeringen – die het voorbije jaar 9 overnames waarmaakte – verhuist in Genk naar de Jaarbeurslaan op een strategische locatie waar meerdere bedrijven huizen.

Sinds 2021 is Hillewaere Verzekeringen actief vanuit Genk door de overname van Duwel & Partners die voorheen onder die naam terug te vinden was aan de Pastoor Raymaekerstraat. Het gebouw is ontworpen met het oog op duurzaamheid met energiezuinige systemen en veel natuurlijke lichtinval die bijdraagt aan een gezonde werkomgeving voor de medewerkers. Het filiaal komt hiermee onder de vleugels van het Hasseltse kantoor en bouwt zo meteen de regionale Limburgse hub mee uit.

BAMPS VERZEKERINGEN VIERT FEEST EN FUSEERT

Precies op de 50ste verjaardag kondigde verzekeringskantoor Bamps, FVF-lid uit Genk, een belangrijke fusie aan. Er werd een akkoord gesloten voor een samensmelting met kantoor Laevers, tevens FVF-lid uit Diest, waardoor een gezamenlijke omzet ontstaat van zo'n 6 miljoen euro, goed voor een plaats in de top 20 van de Belgische makelaars.

Bamps Verzekeringen is vandaag al het grootste onafhankelijke verzekeringskantoor van Limburg. Het familiebedrijf dat destijds werd opgericht door Willy Bamps en met zijn kinderen Annemie en Joan twee opvolgers in eigen rangen telt, kende doorheen de jaren een organische groei. Ook de andere bestuurders, CEO Geert Keymis en Johan Mandervelt, wisten hun stempel te drukken op de gestage uitbreiding van de onderneming.

Dit 50-jarig bestaan was een uitstekende gelegenheid om trouwe klanten, leveranciers en andere zakenpartners te bedanken voor de vele jaren van trouwe samenwerking. Op het grootschalige evenement begin juni in de Limburghal waren dan ook vele Limburgse ondernemers en prominenten aanwezig om het glas te heffen op het verleden en de toekomst van Groep Bamps-Laevers.

Lees hierna:

Decavi Niet-Levensverzekeringstrofeeën 2023

Klik hier

DECAVI

VERZEKERINGSTROFEEËN NIET-LEVEN 2023

Woensdagavond 26 april verzamelde in Brussel een schare schoon volk uit de verzekeringssector om de Decavi-trofeeën Niet-Leven uit te reiken of te ontvangen.

Erik Weekers en Patrick Cauwert, beiden CEO van respectievelijk FVF en Feprabel,
mochten namens de onafhankelijke verzekeringsmakelaar de meest prestigieuze
prijs van alle verzekeringstrofeeën aan Edwin Klaps, Managing Director Non-Life &
Broker Channel bij AG overhandigen.

Wie ook niet met lege handen naar huis ging, was Brocom, de promotor van de onafhankelijke verzekeringsmakelaar. Ook zij mogen voor de Decavi-trofee voor beste publicitaire campagne een mooi plekje uitzoeken.

MIJN MOBILITEIT

- Auto (BA en Omnium) verzekering : AXA Belgium - Comfort Auto
- Verzekering Rechtsbijstand Auto : Arces / Groep P&V - Rechtsbijstand Auto Artikel 1
- Motorverzekering : P&V Groep (P&V Verzekeringen & Vivium) - Motorverzekering
- Fietsverzekering : Belfius Insurance - Fietsverzekering

MIJN WONING

- Brandverzekering (Multirisico Woning - eenvoudige risico's) : AG - Top Woning
- Brandverzekering (voor huurders) : Ethias - Huurdersverzekering
- Brandverzekering (mede-eigenaars) : I.B.I.S. Insurance - COCOON of I.B.I.S.

MIJN VERANTWOORDELIJKHEID

- Verzekering BA Privéleven : Ethias - Ethias Familiale

MIJN RECHTEN

- Fiscale rechtsbijstandverzekering: AG - Providis Globale Rechtsbijstand

MIJN ONDERNEMING

- Verzekering Arbeidsongevallen : Ethias - arbeidsongevallenverzekering
- Package KMO : AG - Modulis Easy
- Cyberrisk : Hiscox - CyberClear by Hiscox

MIJN GEZONDHEID

- Verzekering Gezondheidszorgen : DKV Belgium - DKV Hospi Flexi

MIJN REIZEN

• Reisverzekering en bijstand : Allianz Assistance - ROYAL Service reis- en bijstands- en multirisks verzekering

INNOVATIE

- Allianz Benelux - Risico- en verzekeringsscan

DIGITALE

- AXA Belgium - Digital with the broker

PREVENTIE

• AG

MAATSCHAPPELIJKE INZET

- AG

BESTE PUBLICITEITSCAMPAGNE

- ARAG ("Online problemen ? Zorg dat je verzekerd bent !")
- Brocom ("Tijden veranderen")

TROFEE VAN DE MAKELAARS

- AG

Lees hierna:

Meet the compliance squad

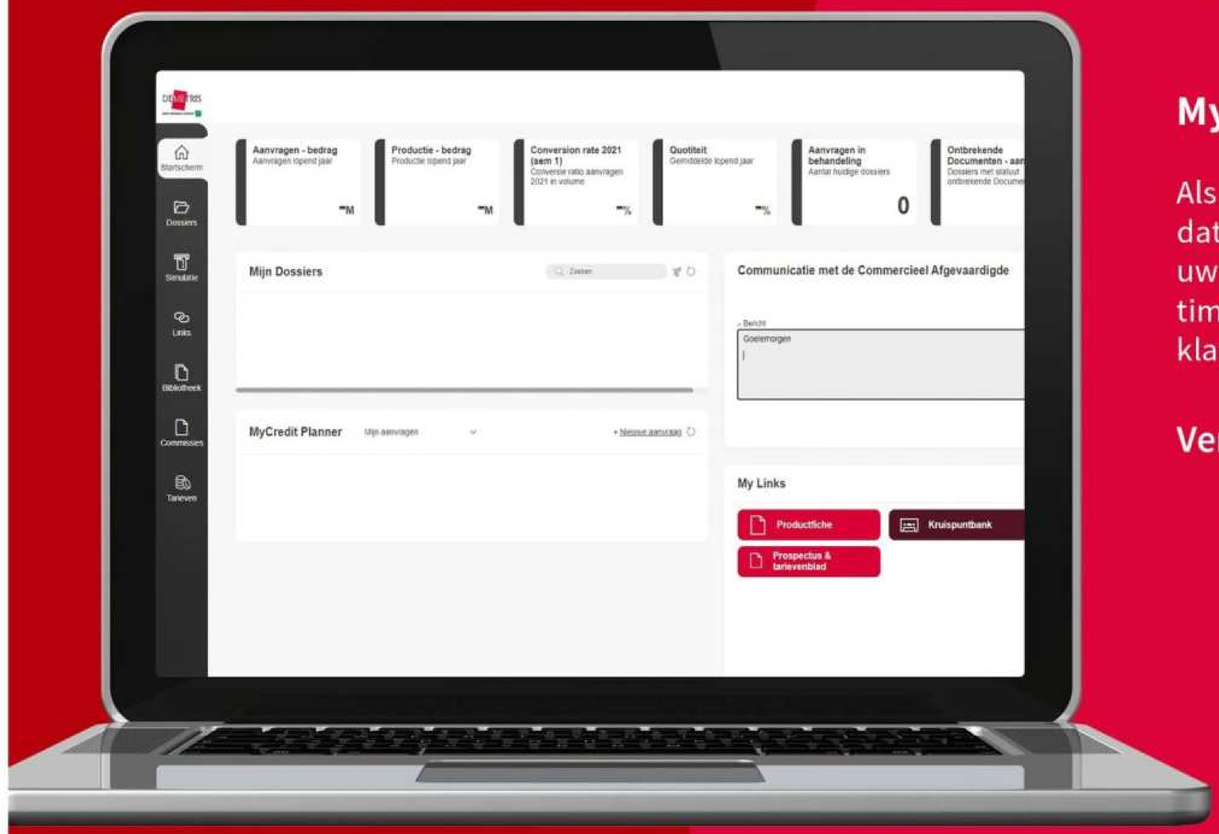
Klik hier

DEMETRIS

BNP PARIBAS GROUP

My D-Hub

Your digital Demetris Hub



My D-Hub: hét digitale makelaarsplatform van Demetris

Als makelaar hebt u stapels papierwerk te regelen. Met **My D-Hub** doet u dat gemakkelijk, snel én efficiënt. U bewaart een helder overzicht van al uw lopende kredietaanvragen. Dat raadpleegt u op elk moment, in real time. Zo houdt u meer tijd over om uw zaak te runnen – en genieten uw klanten van een optimale service.

Vereenvoudig uw dagelijkse workflow:

- **Upload bliksemsnel de juiste documenten**
- **Communiceer rechtstreeks met uw credit officer**
- **Raadpleeg uw lopende kredietaanvragen in een oogwenk**
- **Blijf up-to-date met actuele tarieven en gedetailleerde productinformatie**

Ook partner worden van Demetris?

Mail naar ***brokers@demetris.be*** of registreer u op **www.demetris.be**.

DEMETRIS | BNP PARIBAS GROUP

partner van de makelaar in hypothecair krediet

Demetris nv, verzekeringstussenpersoon, P. Bayensstraat 51, 1702 Groot-Bijgaarden, RPR Brussel – btw BE0452.211.723, is ingeschreven onder dit nummer bij de FSMA, Congresstraat 12-14, 1000 Brussel, en handelt als verbonden agent, vergoed door commissies, voor AG Insurance nv. Demetris nv is exclusief bankagent van BNP Paribas Fortis nv. Demetris nv distribueert als bemiddelaar in hypothecair krediet (verbonden agent) de hypothecaire kredieten van BNP Paribas Fortis nv, onder voorbehoud van aanvaarding door de kredietgever.
Kredietgever: BNP Paribas Fortis nv, Warandeberg 3, B-1000 Brussel, RPR Brussel - btw BE0403.199.702.

COMPLIANCE-SESSIES 2023

MEET THE COMPLIANCE SQUAD

Foto's en reacties van opgetogen deelnemers liegen er niet om. In mei en juni kon de reeks compliance-sessies van FVF in samenwerking met Brokers Training bij zowel de experts van FVF als de cursisten op ontzettend veel bijval rekenen. Dominique Thoen, Christophe Thoen en Erik Weekers mochten op elke locatie telkens bijna dubbel zoveel deelnemers verwelkomen als vorig jaar, wat de blijvende noodzaak aan deze opleiding bewijst.

"FVF bewijst haar meerwaarde door dergelijke opleidingen. Altijd goed om een vinger aan de pols te houden."

"Was heel interessant en een must voor alle collega's."

"Dank aan het FVF- team voor de uiteenzetting. Boeiend kunnen we de materie moeilijk noemen maar wel noodzakelijk om onze kantoorwerking af te stemmen op de steeds evoluerende regelgeving."

Lees hierna:

Interview met Hein Lannoy, gedelegeerd bestuurder van Assuralia

Klik hier

INTERVIEW MET HEIN LANNOY, GEDELEGEERD BESTUURDER VAN ASSURALIA

OPLEIDING, SAMENWERKING EN SCHAALVERGROTING ZULLEN BELANGRIJKE FACTOREN WORDEN

Elke aanleiding is goed om een gesprek met een gedelegeerd bestuurder van Assuralia aan te gaan. Ditmaal spreken we Hein Lannoy naar aanleiding van het jongste jaarverslag van Assuralia waarin verschillende maatschappelijke uitdagingen de boventoon voeren.

In jullie nieuwste jaarverslag vallen enkele fonkelnieuwe tendenzen op. Die vragen uiteraard om wat duiding en toelichting.

'Proof of insurance'

Het digitaal verzekeringsbewijs 'proof of insurance' dat het fysieke verzekeringsbewijs, welbekend als de 'groene kaart' zal vervangen, is een logische stap in de almaar toenemende digitalisering. Een signaal dus voor de onafhankelijke verzekeringsmakelaar om die digitalisering nog meer te omarmen. Zal deze tendens enig effect sorteren op de rol van de verzekeringsmakelaar?

Hein: De evolutie rond het formaat van het verzekeringsbewijs is inderdaad een mooi voorbeeld van de toenemende impact van de digitalisering in het voordeel van de consument maar die ook de organisatie en werking van de makelaars zal beïnvloeden. Een ander concreet voorbeeld zijn de Europese voorstellen inzake Retail Investment Strategy waarbij men de benodigde informatie voor de consument automatisch digitaal zal kunnen aanleveren. Voor menig verzekeringsmakelaar zal dit een welgekomen verlichting zijn van de administratieve last. De verzekerde die liever informatie op papier ontvangt zal dit voortaan uitdrukkelijk moeten aanvragen. Dat deze mogelijkheid blijft bestaan is ook belangrijk om inclusief te blijven als sector.

In jullie nieuwste jaarverslag vallen enkele fonkelnieuwe tendenzen op. Die vragen uiteraard om wat duiding en toelichting.

'Proof of insurance'

Het digitaal verzekeringsbewijs 'proof of insurance' dat het fysieke verzekeringsbewijs, welbekend als de 'groene kaart' zal vervangen, is een logische stap in de almaar toenemende digitalisering. Een signaal dus voor de onafhankelijke verzekeringsmakelaar om die digitalisering nog meer te omarmen. Zal deze tendens enig effect sorteren op de rol van de verzekeringsmakelaar?

Hein: De evolutie rond het formaat van het verzekeringsbewijs is inderdaad een mooi voorbeeld van de toenemende impact van de digitalisering in het voordeel van de consument maar die ook de organisatie en werking van de makelaars zal beïnvloeden. Een ander concreet voorbeeld zijn de Europese voorstellen inzake Retail Investment Strategy waarbij men de benodigde informatie voor de consument automatisch digitaal zal kunnen aanleveren. Voor menig verzekeringsmakelaar zal dit een welgekomen verlichting zijn van de administratieve last. De verzekerde die liever informatie op papier ontvangt zal dit voortaan uitdrukkelijk moeten aanvragen. Dat deze mogelijkheid blijft bestaan is ook belangrijk om inclusief te blijven als sector.

Kadert dit in een Europees verhaal of is dit enkel een Belgisch verhaal?

Hein: De verdere digitalisering is inderdaad niet enkel een Belgisch maar een Europees of zelfs een internationale trend. Ik stel bijvoorbeeld vast dat in menig Aziatische landen het digitalisatieproces reeds verder staat dan in Europa.

Innovatieplatform

Welke inbreng van de overheid, insurtechs en ander stakeholders verwacht u bij de realisatie en activatie van dit Innovatieplatform?

Hein: Digitalisering en innovatie maken deel uit van een zeer breed ecosysteem. Daarom is het essentieel om een sterke, gedeelde globale dynamiek te creëren met alle relevante actoren.

De overheid kan bijdragen aan de ontwikkeling van beleidsmaatregelen die innovatie in de verzekeringssector bevorderen door het creëren van een gunstige regelgeving, het stimuleren van samenwerking en het fiscaal aanmoedigen van investeren in onderzoek en ontwikkeling. Wat die regelgeving betreft, denk ik onder meer ook aan de prudentiële regels die niet strenger mogen zijn dan deze die in het buitenland van toepassing zijn.

Insurtechs kunnen een belangrijke bijdrage leveren door nieuwe technologieën en innovatieve verzekeringsproducten te ontwikkelen en aan te bieden.

Ook de andere stakeholders, zoals sectoriële entiteiten (bijvoorbeeld Datassir en Portima) universiteiten en brancheorganisaties kunnen bijdragen, onder meer door het ondersteunen van sectorale projecten, het stimuleren van kennisdeling en het organiseren van evenementen en netwerkmogelijkheden.

De doelstellingen van het innovatieplatform in jullie jaarverslag ogen veelbelovend. Kan u enkele tastbare voorbeelden schetsen die gelijk een voordeel voor de verzekeringsmakelaar zullen inhouden?

Hein: Doel van het innovatieplatform is het ondersteunen en stimuleren van een duidelijke visie om de sector te begeleiden bij het aangaan van technologische en maatschappelijke uitdagingen.

Deze ambitie omvat de wens om het imago, de performantie en de uitstraling van de sector te verbeteren ten voordele van alle marktspelers. Innovatieve oplossingen zullen immers zowel het leven van de consument makkelijker maken als dat van de verzekeringsondernemingen en de makelaars.

Er zijn geen belemmeringen en de beoogde gebieden zijn diensten die verhand houden met onze activiteiten binnen de sector, zoals de optimalisering van e-uitwisselingen en de ontwikkeling van de Telebib-standaard. Andere doelstellingen zijn een zorgvuldige bestuldering van nieuwe regelgeving, betere aansluiting bij operatoren van sectorale diensten door onder meer modernisering van processen maar ook verbindingen maken bij nieuwe spelers, enz.

Door deze dynamiek te creëren, willen wij een reeks acties ondersteunen die van betekenis zullen zijn en die een positief domino-effect moeten hebben op het imago, de efficiëntie, de aantrekkelijkheid, de prestaties, het vertrouwen, ... van de sector als geheel om tot slot tot oplossingen te komen die onze maatschappelijke rol versterken.

De werkelijkheid is dat er vandaag nog geen wettelijke oplossing is – noch onvoldoende preventiebeleid - en dat bij een grote ramp er niet alleen chaos zal zijn, maar dat een volledige schadeloossteling zeer aleatoir is.

Denkt u zelf nog aan andere tendenzen die een onmiddellijke impact zullen hebben op de rol van de verzekeringsmakelaar en daarom extra woordje uitleg behoeven?

Hein: Naast de digitalisering zal ook de transitie naar een duurzame samenleving en economie een belangrijke impact hebben op de verzekeringsmakelaar. Dit zal eerst en vooral tot uiting komen in het begeleiden van hun klanten bij de keuze met betrekking tot spaar- en beleggingsverzekeringen. Zij dienen meer bepaald te peilen naar de duurzaamheidsvoorkeuren van de klant en een aanbod te bieden dat daarmee in overeenstemming is. Dit vergt om te beginnen een goede kennis van deze complexe en wijzigende reglementering en tevens een gedegen productkennis. Net zoals de verzekeringsondernemingen zal ook de verzekeringsmakelaar zich moeten behoeden voor greenwashing. Assuralia heeft in dat verband in samenwerking met Febelfin een folder ontwikkeld voor eindklanten, een handig document dat ook nuttig kan zijn in makelaarskantoren!

In een volgende fase zal duurzaamheid ook een belangrijke rol spelen in het onderschrijvingsbeleid, voornamelijk bij ondernemingen. De verzekeringsonderneming en de verzekeringsmakelaar zullen immers rekening moeten houden met het duurzaamheidsbeleid van de verzekerde onderneming. Bedrijven zullen een eventueel niet-duurzaam beleid vertaald zien in een aanscherping van hun polisvoorwaarden. We staan nog maar aan het begin van wat ons in dit domein te wachten staat.

De overstromingen van 2021 in België beheersen nog regelmatig het nieuws. Na het verwerkingsproces van al het menselijk leed volgde er immers ook nog de financiële weerslag voor de slachtoffers zelf, de verzekeringsmaatschappijen, de overheid, ... Gezien de niet meer te ontkennen klimaatveranderingen, is hier qua grootorde een herhaling van zo'n drama niet ondenkbaar. Maar kunnen alle voorneomde, financieel betrokken partijen dit nog eens een keer aan? Of anders gesteld: wat als Zeebrugge morgen volledig overstroomt?

Hein: De vraag is zeer terecht en het antwoord is eigenlijk onaanvaardbaar voor de sector en de klant. De werkelijkheid is dat er vandaag nog geen wettelijke oplossing is – noch onvoldoende preventiebeleid - en dat bij een grote ramp er niet alleen chaos zal zijn, maar dat een volledige schadeloossteling zeer aleatoir is. De verzekeringssector is maximaal gehouden tot ongeveer €380 miljoen. Alle schade daarboven is in principe niet verzekerd. Wij ijveren al twee jaar om met de bevoegde ministers aan tafel te gaan om een wettelijke regeling uit te werken op basis van een publiek/privaat partnership waarbij er rekening dient gehouden te worden met de herverzekeringscapaciteit en met de vraag om de premie voor de consument betaalbaar te houden. Wij blijven ijveren dat er in deze legislatuur voorafsnog een oplossing wordt gevonden in het belang van iedereen. Een natuurramp kan immers morgen opnieuw plaatsvinden.

In jullie jongste jaarverslag maken jullie in Leven gewag van fiscale hoofdpijn in de 2e pijler en fiscale krampen in de 3e pijler. Is er een metaforisch medicijn om deze fysieke ongemakken terug enigszins dragelijk te maken? Hebben jullie al een voorschrift voor de overheid klaar?

Hein: Beter dan medicatie te moeten nemen tegen hoofdpijn is in te zetten op preventie. Gezonde lucht en af en toe wat beweging kan daarbij al wonderen verrichten. Wij pleiten dan ook voor het gebruik van gezond verstand in dit dossier. We weten allemaal dat we inzake het pensioendebat voor een haast onmogelijke opgave staan om iedere burger in dit land een financieel zorgeloze oude dag te bezorgen.

In plaats van de bestaande systemen af te bouwen en of het vertrouwen in die systemen te ondermijnen moeten we alles inzetten op continuïteit van de fiscale regelgeving en op de verdere uitbouw van de tweede pijler. Het sociaal overleg kan daarbij een zeer belangrijke rol spelen.

Dit gezegd zijnde heeft Assuralia sinds meer dan een jaar reeds voorstellen uitgewerkt en aan de verantwoordelijke ministers bezorgd die als doel hebben de uitwassen inzake de 80%-regel en de backservice uit de wereld te helpen.
Ondertussen dragen we vanuit Assuralia - in samenwerking met PensioPlus – ons steentje bij via een brede awareness campagne naar jongeren toe met betrekking tot de tweede pijler. Zo hopen we jongeren warm te maken om tijdig na te denken over later en zich goed te informeren op www.mijnpensioenaanvullen.be.

Verzekeringsproducten in Tak 21 komen door de stijgende rentes terug aan de oppervlakte. Hoe groot acht u de impact op Tak 21?

Hein: De laatste jaren zagen we een verschuiving van Tak 21 naar Tak 23. De zeer lage vaste rente en een aantrekkend beursklimaat waren hier niet vreemd aan. Momenteel zien we echter een kwakkelende beurs en een aantrekkende vaste rente en, hieraan gekoppeld, hogere gewaarborgde intrestvoeten in Tak 21. Men mag dan ook verwachten dat hierdoor de vraag naar Tak 21 zal toenemen. Uit de cijfers voor het jaar 2022 zien we alvast een toename van zo'n 50% van het incasso voor niet-fiscale verzekeringsproducten Tak 21 t.o.v. 2021, dus zonder overlijdensverzekeringen en fiscale pensioenproducten. Als banken de spaarrente op deposito's niet aanpassen aan de huidige marktrentes, dan zal de vraag naar Tak 21 wellicht verder toenemen.

Begin mei blokletterden de Vlaamse kranten nog: "Overheid legt artsen voor het eerst quotum op: bij 50-plussers mag niet elke knie nog geopereerd worden". Kortom, de gezondheidszorg blijft een maatschappelijk zorgenkind, niet in het minst voor de verzekeringssector. Welke analyse maakt Assuralia vandaag en wat is het toekomstperspectief van dit zorgenkind?

Hein: België kent een uitstekende gezondheidszorg. Toch blijft vandaag zo'n 21% van de kosten niet gedekt door het wettelijke systeem. De toenemende vergrijzing en de medische vooruitgang maken bovendien dat de gezondheidskosten nog met 35% zullen toenemen tegen 2050. De verzekeringssector kan hierbij een belangrijke rol spelen. Zo kunnen aanvullende ziekteverzekeringen in aanvulling op het wettelijke systeem de Belg een optimale gezondheidszorg blijven garanderen tegen een betaalbare prijs. Een recente enquête 'Verzekering ambulante zorgen in opmars' van Assuralia toont nog het grote potentieel aan van dit type van aanvullende verzekeringen.

Een verdere uitbouw van voornamelijk collectieve verzekeringen kunnen een groot deel van de bevolking toegang hiertoe geven. Daarnaast kunnen ziekteverzekeraars met collectieve ziekteverzekeringen ook meer inspelen op preventie en het begeleiden na langdurige ziekte naar de re-integratie op de arbeidsmarkt. Assuralia dringt er dan ook op aan dat de sector een zitje aan tafel krijgt bij het verder uitbouwen van het toekomstige gezondheidsbeleid.

Ook valt te vrezen dat sommige verzekerden hun verzekering impulsief zullen opzeggen voor ze een nieuwe verzekeraar hebben gevonden.

Het wetsvoorstel over opzeggingsmodaliteiten en termijnen beroert menig betrokkene waaronder de verzekeringsmakelaar. Deelt Assuralia ook de mening dat dit onder meer tot extra communicatie, administratie en een aanzienlijke stijging van onverzekerde risico's zal leiden? De vraag stelt zich aldus voor wie de meerwaarde, zeg maar de proximiteit, toegankelijkheid en flexibiliteit van de verzekeringsmakelaar in deze een voor-of een nadeel zal zijn?

Hein: Bij elke nieuwe regelgeving is communicatie nodig over de ingevoerde nieuwigheden. Qua administratieve last zouden sommige wetsbepalingen net voor een vereenvoudiging moeten zorgen. Ik denk dan vooral aan de opzeggingsmodaliteiten die de deur openzetten voor digitale oplossingen en meer gebruiksvriendelijkheid, terwijl ze toch de rechtszekerheid blijven waarborgen die zo belangrijk is voor alle partijen: de verzekerde, de tussenpersoon en de verzekeringsonderneming. Andere zaken, zoals de opzegging op een willekeurig moment na de eerste verjaardag van de overeenkomst, zullen waarschijnlijk wel meer administratieve rompslomp met zich meebrengen; zo mag men niet uit het nog verliezen wat dit allemaal zal teweegbrengen voor met name de terugbetaling van het niet-verbruikte premiegedeelte. Een situatie die al bestond in het geval van opzegging bij verdwijning van het risico, maar die zich nu natuurlijk frequenter kan voordoen. Wat de verzekeraars betreft, kan men in het slechtste geval ook vrezen voor een liquiditeits- en solvabiliteitsprobleem na een grootschalige opzeggingsgolf op een welbepaald moment. Ook valt te vrezen dat sommige verzekerden hun verzekering impulsief zullen opzeggen voor ze een nieuwe verzekeraar hebben gevonden.

De verzekeringsmakelaar speelt hier als adviseur dan ook een zeer belangrijke rol: de klant helpen om met kennis van zaken de best mogelijke keuze te maken. Dat werd overigens ook benadrukt in het advies dat de Commissie voor Verzekeringen hierover heeft uitgebracht.

Terug over tendenzen gesproken. Jullie jaarrapport bevestigde dat België een typisch makelaarsland is en blijft. Waar kunnen er volgens Assuralia nog stappen gezet of gefinetuned worden? Welke uitdagingen ligger er voor de verzekeringsmakelaar nog in het verschiet?

Hein: De cijfers zijn duidelijk. De verzekeringsmakelaar blijft een vaste waarde op de Belgische markt. Dit betekent evenwel niet dat de verzekeringsmakelaar de komende jaren voor zeer grote uitdagingen staat. De digitale transitie, de transitie naar duurzaamheid en de impact van de alsmaar toenemende regelgeving zijn belangrijke te nemen hindernissen met het oog op de continuïteit van het beroep. Opleiding, samenwerking en schaalvergroting zullen dan ook belangrijke factoren worden. Aan uitdagingen zal het niet ontbreken. De sector heeft evenwel bewezen zeer flexibel te zijn en haar streven naar kwaliteit en dienstverlening hoog in het vaandel te houden. Ik heb er dan ook vertrouwen in dat de verzekeringsmakelaar zijn meerwaarde op de markt zal blijven kunnen bewijzen.

Hoe ziet u FVF als gesprekspartner?

Hein: FVF is voor Assuralia een zeer belangrijke gesprekspartner. Ik stel in dit kader vast dat we in steeds meer dossiers overleg plegen met de bedoeling om tot gedragen standpunten te komen. Dit zal in de komende periode des te belangrijker zijn gelet op de maatschappelijke uitdagingen waar we met z'n allen voor staan.

Lees hierna:

FVF volgt op

Klik hier

FVF VOLGT OP

1. VOORSTEL VAN PETEGHEM ROND BREDERE FISCALE HERVORMING

In de vorige editie van Vrijuit kaartte Jo Rossou, voorzitter van Commissie Leven FVF, reeds de verregaande initiatieven van Minister Van Peteghem aan. FVF heeft een bijkomende nota gericht aan de relevante politieke stakeholders, om haar standpunt nog eens duidelijk te maken. Hierna een greep uit FVF's pleidooi:

FVF PLEIT VOOR HET BEHOUD VAN EEN VOLWAARDIGE TWEEDE PIJLER

Voor de tweede pijler hebben wij onder meer gepleit voor een ruimere "rugzak" (backservice) die de mobiliteit op de arbeidsmarkt niet in de weg staat. Zowel werknemers als bedrijfsleiders die naar een andere onderneming overstappen, mogen niet beperkt worden in de mogelijkheid om aan aanvullende pensioensopbouw te doen. Daarom moet de mogelijkheid bestaan om naast het niet-gestorte deel van de premies voor alle jaren binnen de onderneming, ook nog 10 jaar buiten de onderneming mee te nemen in de berekeningen.

Verder hebben wij gevraagd om de toegenomen complexiteit en de daarmee samenhangende verwarring, alsook de extra workload die al deze wijzigingen met zich meebrengen, tot een minimum te beperken.

Zeer specifiek hebben wij die eis in verband gebracht met de samenloop van de overgeboekte premie-excedenten en de nieuwe voorgestelde 12/32-grens.

Voor DB-plannen (vaste-prestatieplannen) heeft FVF er voor gepleit dat DB-plannen buiten het toepassingsgebied van de nieuwe 12/32-grens blijven.

Voor CB-plannen (cash balance plannen) heeft FVF gevraagd dat de fiscale grens gebaseerd zou zijn op de toegekende bijdragen zodat schommelingen in stortingen geen hinderpaal zouden zijn voor de fiscale vrijstelling van de effectieve premiestortingen.

FVF WIJST OP DE ZIN VAN HET FISCALE LANGE TERMIJNSPAREN

FVF heeft de beleidsmakers er op gewezen dat de afschaffing van het fiscaal lange termijnsparen, niet te rijmen valt met de doelstelling van de taxshift, die er in bestaat om lasten op arbeid te doen dalen. Aangezien het lange termijnsparen berekend wordt op een beroepsinkomen, is dit een formule die bijdraagt aan de idee dat de werkende bevolking meer moet kunnen verdienen / overhouden.

FVF heeft ook gewezen op de functie die het lange termijnsparen vervult om mensen met een kleine tweede pijler toch de mogelijkheid te geven om te voorzien in een comfortabel globaal pensioen.

Of nog: hoe systematisch en gespreid sparen mensen kan helpen om een reserve op te bouwen. En hoe deze mensen het vaak volhouden mede door de direct voelbare fiscale stimulus bij de belastingafrekening.

Tot slot heeft FVF gewezen op het belang van het vertrouwen van de bevolking in de pensioensystemen. Door ze voortdurend uit te hollen of in vraag te stellen, wordt het vertrouwen in het volledige pensioensysteem ondermijnd.

Leden kunnen de integrale nota terugvinden op de ledenzone van FVF, ledenzone nieuwsbericht dd. 14-04-2023.

Klanten-tevredenheid voorop!

Dat is ons motto dat wij graag met u delen.

WONDERCAR

Klantendienst

Gratis vervangwagen voor uw klant

Uniek aanspreekpunt

2. WETSVOORSTEL OVER DE VOORSCHRIFTEN VAN OPZEGGING VERZEKERINGSCONTRACTEN

FVF attendeerde aan de betrokken politieke stakeholders over de volatiele effecten die het bedoelde wetsvoorstel teweeg zou kunnen brengen, zoals onder meer:

- Absolute nood aan rechtszekerheid;
- Het belang van de verzekeringsmakelaar in het kader van bijstand en adviesverlening wanneer klanten verzekeringscontracten wensen op te zeggen. Wat als de verzekeringsmakelaar van een mogelijke opzeg niet op de hoogte wordt gebracht? Het risico stijgt dat een consument zijn verzekeringsovereenkomst opzegt zonder na te denken, en nadien geen goede verzekeringsovereenkomst meer vindt.
- Gevaar op extra administratieve lasten die niet in het belang van de consument zijn.
- Nood aan voldoende bescherming voor de verzekeringsnemer om tijdig een nieuwe adequate verzekeringsovereenkomst af te sluiten en de rol van de verzekeringsmakelaar hierbij. Immers, een opzeg van 3 maanden is vaak geen overbodige luxe. Verzekeringen zijn complexe producten waarvoor dikwijls echt op de markt moet gezocht worden naar een alternatief. Dat vergt tijd.
- Gevaar op een stijging van het risico op niet-verzekering.

Tijdens de redactie van dit artikel werd het wetsvoorstel goedgekeurd binnen de Kamercommissie Economie (in eerste lezing). De politiek heeft op vele domeinen rekening gehouden met de vragen van de sector en van FVF. De eerste tekst van het wetsvoorstel werd integraal vervangen door een nieuwe tekst waarin o.m. ook de rol van de verzekeringsmakelaar werd opgenomen. FVF vindt het ook een goede zaak dat dat de evaluatie van de toepassing van deze wet zal gebeuren binnen de Commissie Voor Verzekeringen, waar FVF deel van uitmaakt.

In dit kamerdebat bleek dat met veel zorgen rekening werd gehouden, maar er blijven er jammer genoeg nog over. FVF denkt aan:

- Het feit dat men verzekeringen vergelijkt met telecomproducten en energiecontracten blijft zorgwekkend. De complexiteit van verzekeringscontracten en -waarborgen is van een andere orde.
- Mogelijke problemen met dekkingsgarantie bij een mogelijke impulsieve opzeg van een niet-wettelijk verplichte verzekering.
- Quid bij combinatiepolissen?
- Wat als de nieuwe dekking niet tijdig in orde geraakt en de opzeg al werd doorgevoerd?
- We betreuren de extra werklast en kosten die dit voor de sector zal meebrengen wat niet te rijmen valt met de wens van de politiek om de premies te laten dalen.

FVF volgt de status van dit dossier verder op en houdt haar leden op de hoogte.
Leden kunnen de integrale nota terugvinden op de ledenzone van FVF, ledenzone nieuwsbericht dd. 14-04-2023.

Leden kunnen de integrale nota terugvinden op de ledenzone van FVF, ledenzone nieuwsbericht dd. 17-04-2023.

Lees hierna:

Interview met Michel Bormans, Centre Coordinator Telebib2

Klik hier

IN GESPREK MET MICHEL BORMANS

MAKELAARS EN ADMINISTRATOR VOOR ALLE BETROKKEN PARTIJEN

Einde vorige eeuw besluiten verzekeraars en verzekeringsmakelaars Telebilb2 boven het doopvont te houden. Alle betrokkenen leggen hierbij een gulfse at waarin hun altruïsme en openhartigheid jegens de dopeling centraal staan. Wat is er van een onderstuwen meerderjarige Telebilb2 geworden? Zijn de ouders gerust in hun vaderlijke zorgen over hun nakomeling? Michel Bormans, sinds 2006 Centre Coordinator bij Telebilb2, leek ons het best geplaatst om hierover van gedachten te wisselen. Ikwam het door zijn nakomelingen meerdere maar de maandagochtend middag mijdde mat word aan wure trip deen memory lane in het kantoor van FVF. David De Cock, FVF-afgevaardigde en voorzitter van de Werkgroep Normering schoof graag mee aan als moderator.

Kan u ter introductie een overzicht geven van uw carrière in de verzekeringen?

Michel: Nadat ik 1983 was gehuwd, kende ik op 1 januari 1984 mijn vuurdoop in de verzekeringssector bij Touring Wegenhulp. In dit tijdsbestek werkte men er toen met een voorschotsystem waarbij ingenal van panne ondervreg met een soort reischeque de plaatselijke Touring Wegenhulp kon betaald worden. Zon tjuvsch ferioneren voor die tijd waren Marokkaanse gastmen die in de vakantieperiode met een wendaan wagen op weg voor de overtocht naar Tanger in Spanje in panne vielen. Dankzij die reischeques konden ze hun reisweg alnog voortzetten. Ik bland in sohn nadien die gelden voor de reischeques in te vorderen.

Lang heb ik dit eeneel niet gedaan want na rim solidaire jaren in Westelijke Provincies, destijds een middelgrote verzekeringsmaatschappij, mocht ik er medio mei 1984 starten. Na een opleiding van 6 maanden, was ik commercieel inspecteur op de afdeling Marketing waar ik samen met Jan Meeuwis voor het eerst kennismaak met de IBM XT en met Lotus 1-2-3. Met deze voorloper van Microsoft Excel kenden we na nogvan van de eerste startfabrieken verschijnen afficosingstabellen berekenen alsook premies voor levens- en overlijdensverzekeringen.

Als commercieel inspecteur heen dus de baan opgegaan in Zuid-Limburg maar daarnaast ook fameus gebeten door de IT-microbe. Al snel had ik jodenwik een eigen IBM XT met floppy disks gekocht en met, de naam onzichtel me, een freeware concurrent van Lotus 1-2-3, Turbo Basic en daarna Turbo Pascal begonnen experimenteren met de eerste hardbla kaart voor mijn computer sinds zwol. Die koste me toen 20.000 Belgische frank en had 20 MB geheugen. Waarvoorsnige toestanden als je er vandaag zo terugkijkt!

Tijdens een vlertal jaar als commercieel inspecteur ervaring kunnen opdoen in zowel producte als leven. Dat was nog de periode van de twesjaarlijkse verzekeringsbeurzen Assurama te Gent. Verzekeringsmaatschappijen zich toen in informatiezaren en beurzen hebben hi redelijk snel de switch gemaakt van puur commerciële activiteiten naar het ondersteunen en adviseren van makelaars bij hun eerste stappen in de informatisering. Zo had je toen het jaloerse fenomeen Commissar Omnium van Ordo-S waarmee het zich positioonerde als marktleider. Het equipment voor deze evolutie is vandaag Brio van Cortana.

In eerste instantie gaven we al enkel ondersteuning bij de aankoop en installatie van hardware, bekabeling,... Ook bij het leren werken met besturingssystemen, denk aan MS DOS, Unix, Zenix en Windows 3.0 en 3.1, samen we het technische aspect voor onze rekening. Het gebruik van het beheerspakket alsook typebreiven en -paragraaf, wat toen overigens nog in de kinderschoenen stond, leerden we eveneens aan.

Na verloop van tijd zagen verzekeringsmaatschappijen ook heel in deze ontwikkelingen in het makelaarskanaal en begonnen uit te zoeken of het zo mogelijk was om bijvoorbeeld tariffcalculaties via deze weg te gaan aanbieden.

In samenwerking met de beroepsverenigingen lanceerden voornamelijk de middelgrote verzekeraars **Telecam** en **Telebilb2**. Die was een eerste aanzet om te komen tot een vorm van netwerkerbinding tussen verzekeraars en makelaars, tot het zoeken naar een heel deel van gestandaardiseerde uitwisselingen. Quasi onmiddellijk hierna kwamen de grote verzekeraars met een ander initiatief, genaamd **Assurnet** 1, wat bij de verzekeringsmakelaars niet in goeien aarde viel. Waarom 3 aparte ontwikkelingen terwijl het met de bedoeling is om naar 1 universele toepassing te gaan. Daarom volgde snel een fusie wat finaal Assurnet 1 is geworden.

Twesjaarlijks Assurnet 1 het middel wordt om de verbinding te realiseren tussen de verschillende actoren, blijft ook de naam Telebib (aanvaf 1994 Telebilb2) bestaan maar wordt dit een telecommunicatie- en informatiebibliotheek van gegevens, zeg maar een catalogus van gegevens die we benoemen, die we normeren en waarvan we beslissen om die op te nemen in diverse berichten.

Ondertussen verandert mijn toenmalige werkgever in 1991 van naam en wordt Commercial Union Belgium. Bezelf leg me dan voornamelijk me op de ontwikkeling van tools voor tarifering, aanpassing en uitgifte van polisses, te installeren bij de makelaarskantoren, inclusief EDI (Electronic Data Interchange) wat een proces is tussen computersystemen waarmee bedrijven, in dit geval dus verzekeraars en makelaars, door middel van gestandaardiseerde berichten en specifieke communicatiesystemen bedrijfsinformatie kunnen uitwisselen.

In dit tijdsbestek wordt mede en vooral onder invloed van FVF het project Dakil dat tot grond getamp, de voorloper van Brocom. Intiwel een samenwerkingsverband met verzekeraars, bedoeld om de publiciteit van de onafhankelijke verzekeringsmakelaars te gaan stroomlijnen. Anderdijds werd er toen ook aan gedacht om binnen dit kader de telecommunicatie te organiseren en tariffcalculaties te gaan standardiseren en normeren.

Daarnaast had je ook nog Assutop, een privé-initiatief van makelaar Paul Vanham van Assurance de Waterloo. Diens broer, werksgaan in de Bouwsector, was bezig met de ontwikkeling van applicatie voor sterkebeheersing. Zo kon van bijvoorbeeld stalen balken de draagvracht berekend worden. Paul pag in de beheersoftware van zijn broeder en ontwikkelde er Assutop uit. Zodoende heeft hij met zijn broer een tool geconcipieerd die Assutop werd gedoopt en waarmee je alle makelaarse de tarificaties auto van verschillende verzekeraars naast elkaar kon zetten.

Zulke tarificaties werden toen door de verzekeraars in een Excel-werkblad gestoken waarin ze hun maar overal de quts gestandaardiseerd waren omdat daar de user interface van Assutop mits de juiste omschrijving het correcte voertuig wenst.gif. En een laatste fine neigde dit ook al naar aanpalende door duidsang met segmentatie te gaan werken. Naast puur tarifaire criteria begon men toen bijvoorbeeld te maken tussen man en vrouw.

En een laatere fase had je dan ook nog de Sprinfo-mappen, vooral gepropageerd door de federaties met zoiel Degest als grote broeder bij FVF. Het betrof een gelijkaardige ontwikkeling voor lichtjes anders uitgewerkte spreadsheets maar waar in se hetzelfde gebeurde.

Door de ervaring die ik binnen Commercial Union Belgium had met Assutop en de instant van Sprinfo die gebijkwaard was, ben ik er in geslaagd om wat van ons was over te zetten naar het Sprinfo-verhaal door gewoonweg een stuk van de interface aan te passen. De informatie was dus fundamenteel dezelfde maar werd enkel lichtjes anders gepresenteerd. Dus eigenlijk is het een kwestie van het ene systeem met het andere via interfaces te laten communiceren. Datgene wat ik vandaag de dag nog altijd doe.

Terug naar mijn toenmalige werkgever Commercial Union Belgium die de Belgische antenne was van Commercial Union UK deewelke vandaag de Aviva Group is. Zij hadden zich niet versiste in en met de sector van de leasingmaatschappijen, in die date dat Aviva financiael tegenwoir elde komen op voorwaarde dat ze als profeetrijen van hun GBASE (General Business Administration System for Europe) wilden fungeren. GBASE was een global system waarbin ze hun tarieven en hun lokale verzekeraars qua IT te kunnen bedienen en uniformeren.

Zo kreeg je in Belgié een situatie waarbij we met de talk auto met het ene been nog in het oude IBM-systeem zaten en met het andere been in de aviva-wereld. Hetwelke GBASE-methodiek. Vervolgens kwam er een ongelukkig accident, dat nog een enkel been kostte aan mijn vrouw. Nog later de fusie met Norwich Union met jawel,... nog eenander IT-systeem. Toen zaten we met een tariffare structuur die ontzettend moeilijk was om exact te implementeren in al die verschillende systemen. Uiteindelijk is wat ik toen deed in mijn Excel-spreadsheets op een gegeven moment de standaard geworden.

Terwijl Assurnet 1 het middel wordt om de verbinding te realiseren tussen de verschillende actoren, blijft ook de naam Telebib bestaan maar wordt dit een telecommunicatie- en informatiebibliotheek van gegevens, zeg maar een catalogus van gegevens die we benoemen, die we normeren en waarvan we beslissen om die op te nemen in diverse berichten.

In het David-project zochten zo eenvoeg verzekeraars die proefkonijn wilden zijn bij het opzetten van een nieuwe bedrijfsmodule inzake acceptatie en tarificatie. Commercial Union stemde ter ons opzoeke proefkonijn te zijn en adsu starte ik hiervoor een samenwerking op met Verwycken & Verwycken, softwarontwikkelaar voor persoonsverzekeringsproducten. Voornamelijk met Carl Verwycken heb ik hiervoor constructief en voetbalvormd samengewerkt maar toen grote spelers voorrang kregen, is dit project tot mijn frustratie met een sloser afgelopen.

Wanneer en waarom zette u dan de stap naar Telebilb2?

Michel: Nadat in 2001 van mijn werkgever, de 3 voornoemde gefuseerde verzekeraars dus, de tak leven naar Delta Lloyd ging en de tak varia naar Interbrew, ben ik die laatste gevolgd. In 2001 werkte ik voorzitter van Telebilb2 Coordinator nen reeds of ik ben wilde opvolgen. Nas veel pulseer tussen de protagonisten bij Telebilb2 over deze opvolging, stemde ik in 2004 toe. Maar omdat er sip dat moment nog steeds discussie was tussen de verzekeraars en de federaties, dilmaal onder meer over de financiering van Telebilb2 maar ook de aanbieg van de federaties voor meer ondersteuningsdiensten aan hun leden, heb uitwisselingsplatform van de verzekeraars dus toen nog binnen dat platform vervat zat, ben ik pas in 2006 gestart bij Telebilb2, na nog 1 geg aanwezig te hebben voor AXA die net Winterthur hadden overgenomen.

Finaal werd het toeicht op deze normering om praktisch reden ondergebracht bij Assurala en is het streefdoel om bij de financiering de verdeelsleutel 50/50 te hanteren tussen verzekeraars en federaties. Een theoretische benadering, zo zal later tot mh teleurstelling blijken,...

Vanwaar de keuze voor de normering?

Michel: Mijn studiekeuzes deden allerminst vermoeden dat ik deze richting zou inslagen. Na een vergeefs jaar landbouwingenieur ben ik eveneens in Leuven toegestoke economie gaan doen al had ik er in Zere ze kandidaatsr eens zoveel academiejaren nodig als voorzien waardoor mijn zin en die van het thuisfront een beetje over was.

Toen heb ik het geweer van schouder verandert en ben ik bij graduat actuariaat in Leuven gaan volgen. Een opleiding van 2 jaar die ik na aanbringen met succes heb mogen afleggen op 1 academiejaar. Het gegeven IT is, zoals reeds eerder gezegd, gekomen vanaf m'n eerste deeltoefmede ervaringen bij De Verengde Pensioenen en Ordo-S aan autodidactisch.

Als je mijn parcours bekijkt, dan is het een logische keuze, een logische evolute uit wat eraan voorafgaat. Toen Luc Steirck in 2004 iemand zocht om de fakkel van hem over te nemen, en ik dat vernam, heb ik direct contact met hem gezocht. Het klinkt misschien wat raar, maar ik voelde me verplicht dat werk verder te zetten. Het paard zoeken is te werken voor het goed van het grotere geheel.

Kan u het belang van de normering en dan vooral aangaande de samenwerking tussen maatschappij en makelaar nog eens toelichten?

Michel: De normering verhoogt de transparantie in de markt, qua doorstroming van de informatie, qua stroming van de processen. Het is een accelerator voor de verzekeraars partijen. Gregory Maciag, gedurende jaren de CEO van ACORD, de Amerikaanse tegenhanger van Telebilb2, kon dit allemaal bij middel van mooie beeldspraak verklaren.

- "Standards formally capture the structure of the information the industry needs to transact, transform, share and audit."
- "We need to turn wines into business pathways."
- "Without standards, there's no genuine connectivity, there's just spaghetti."

Zijn beschouwing over frische (wrijving) versus trachtig (aandrijving), namelijk dat wrijving de inspanning is die de JSON (Java Script Object Notation) developer moet leveren en de trachtig de werkende tool die hij spleiert, inspireerde me om een metaforische vergelijking te maken tussen sukkerkoningen en Geplukkers.

Als je tien Deense Legoblokjes op elkaar stapelt, krijg je een steig bouwd. Doe je hetzelfde met tien sukkerkoningen dan krijg je in het beste geval een wankel stapeltje. Het verschil zit hem natuurlijk in de Deense nojjes die maken dat de blokjes zo mooi in elkaar klikken, en tegelijkertijd ook weer vloges uit elkaar gehaald kunnen worden.

Als je tien Deense Legoblokjes op elkaar stapelt, krijg je een steig bouwd. Doe je hetzelfde met tien sukkerkoningen dan krijg je in het beste geval een wankel stapeltje. Het verschil zit hem natuurlijk in de Deense nojjes die maken dat de blokjes zo mooi in elkaar klikken, en tegelijkertijd ook weer vloges uit elkaar gehaald kunnen worden.

Als dat raakvlak echter iets is zoals de uniforme, gestandaardiseerde Lego-nojjes, dan gaat dat stukken beter; en dan kan je inderdaad je stapeltje in twee delen breken om dan een blokje van het midden naar de top van het stapeltje te verplaatsen en dan alles terug samen te klikken. De "nojjes" zijn in dit verhaal cruciaal.

De Telebilb2 standaard staat vandaag voor die "nojjes" binnen onze sector, en dan nog hoofdzakelijk binnen het makelaarskanaal. De AGWeb modules die de verzekeraars in deze omgeving aan de makelaars, geen de beheerpakketten van de makelaars, zijn verschijningsvormen van de "blokjes".

De commerciële verschillen tussen de actoren moet je wel laten spelen, het geeft hen hun identiteit. Als je er anderzijds in slaagt die informatiestromen van de maatschappijen te implementeren volgens de norm, dan kan je als buitenstaander nedereren dat de verzekeraars allen al op het onderhoud van eigen informatiestromen zouden hebben. Het kosten-baterplaatje blijft eeuwwel complex, is telkens een heel hurgelze Neem nu alle verzekeraars bij een verzekeraar hiernaar moet beslissen tijdens diens 3- à 4-jarige carrière terwijl je pas na 5 jaar de benefits hiervan genoeg zet. Zal die dan bereid zijn om z'n jaarbonussen hiervoor op het spel te zetten?

De sector is serieus verandert doorheen de jaren, niet in het minst op gebied van informatisering en digitalisering. De normering heeft hier steeds een belangrijke rol in gespeeld. Wat waren volgens u de grootste milestones?

Michel: De sector zou veranderd zijn, al heb ik dat gevoel niet. Het zijn immers continue variaties op eenzelfde thema. Het blijft iets tussen mensen, met hun kwaliteiten en hun gebreken. We leren en vorderen en vergeten en vallen en staan weer op, en leren en vorderen en vergeten en vallen en staan weer op, en nog eens, en nog eens.

De milestones zijn in een relatief ver verleden gelegd door het simple feit dat we zoals de "ISO normering" als vanzelfsprekend beschouwen. De normering werd nog aan betaing, en vandaag verdient tegelijkertijd wat naar de achtergrond. Er is heel veel aandacht voor systeem en dergelijke, terwijl de essentie van de normering de semantiek is, de inhoud is, en niet de vorm is.

Evolueert de sector naar van mening snel genoeg en vooral in de juiste richting?

Michel: We zijn nooit snel genoeg en tegelijkertijd gaat alles eeuwt snel. Ik heb meestijk tussen de bomen het bos te zien, ook dat is van alle tijden.

Er is het ambacht en er is het commerciële. Naar mijn gevoel is er aandacht voor het ambacht, maar wint het commerciële telkens. We leven immers nog steeds in een grave-economie en kiezen consolidaties, op alle vlakken, in alle omgevingen. Zie maar om je heen vandaag: verzekeraars, makelaars en zelf beheerspakketten consolideren.

U heeft ook zicht op de sectornormering in de andere omringende landen.

Michel: Verzekeringen is nog altijd een heel stark nationaal gebeuren met heel veel nationale regelgeving die maakt dat ieder land zijn eigen kennetheek heeft en daarbinnen is het nog altijd verzekeraar per verzekeraar. Ook nationalen dat er enige vorm van Europese regelgeving is. De productmatrieke is nog ter sterk verschillend van land tot land. Er komt wel meer en meer Europese regelgeving op ons af en die zal ongetwijfeld wel leiden tot standardisatie, bijvoorbeeld van de Europese Richtlijnen en Normalisatiebureau dat ressorteert onder de Eu-Vlag, het project E3 (Cross Industry Invoice) stappen in de uniformisering van facturen ten aanzien van boekhoudpakketten. Voor verzuiladgebieden is dit dus niet zog zo evident aangezien de functionaal wel als factuur kunnen beschouwd worden maar formeel geen echte factuur zijn. Er ligt dus nog genoeg werk op de plank.

Is het inderdaad zo dat de normering in Belgié nog steeds mijlenver voorop ligt?

Michel: We zijn altijd al voorloper geweest en op zich zijn er nationaal mooie dingen gerealiseerd. Maar het idee dat we er met kop en schouder nog steeds boven uitsteken, zou ik toch wat willen afzwakken.

Er bestaat namelijk zoiets als de wet van de remmende voorsprong. Het is een algemeen gegeven in IT dat wanneer je iets ontwikkelt, je dit met de meest moderne technieken van vandaag de dag doet. Stel nu, simplistisch gesegd: je werkt iets morgen af, overmorgen implementeer je het en de volgende dag wordt het op grote schaal in gebruik genomen. Ondertussen evolueert IT aan een rotsvast verder en terwijl jij gisteren

nog iets ontwerpen hebt ene EDIFACT (Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport), werken je consulaegs vandaag met JSON. De investeringen die je dus gisteren nog gedaan hebt in je systeem, wil of kan je vandaag in de weerwil van de nieuwere ontwikkelingen, niet zomaar opgeven.

Het is een balans met twee of zelfs meerdere schalen. En in één van de schalen zitten jullie, zit jullie gewicht. Bedenk hoe jullie, de makelaars, dit via de federaties maximaal kunnen benutten.

David: Dit gepeuren kan alleen maar bijtreden. Ik schrik er regelmatig van aan welke oude systemen makelaars nog vastzouden. Soms kom ik zelfs nog mainframes met hun typische 'groene' schermen tegen en verhaal ze er tekens over welke volumes er nog op werden gedraaid!

Michel: Om dit te kaderen ontleen ik graag nog eens beeldspraak van de eerder geciteerde Gregory Maciag die de breekte van de 2 zijdelinge boostersteraken van de ondersteuns gepeuniseerde Space Shuttle toeschryft aan de Romeinen. De breekte van hun herbanen was afgestemd op de breedte van het aftrekkend paard. Dat boostersteraken zich aan hun vaste afmetingen dat rijpubgouwen later verplichte deze breedte

tussen wieler te hanthaven. Ook in de spoorweengebouw werd deze standaard verwelgens overgenomen. Als je weet dat het transport van deze boostersteraken van de werkplaats naar de lancerlocatie per trein gebeurde en je hiervoor door een tunnel moestest, wordt de verklaring voor hun breedte duidelijk. Zo merk je dus dat wes met meer dan 2000 jaar geleden bedacht is, vandaag nog altijd zijn effect heeft.

Hetzelfde zo met legacy en IT bij veel verzekeraars. Immers, het eerst wat geinformatiseerd werd, waren boekhoudsystemen in de jaren '60. Wat je dus bij verzekeraars dus nog altijd tegenkomt , is dat de kern van hun IT-systeem hun boekhouding is waar vaak nog verbeten aan wordt vastgehouden.

David: Terugkomend op dat beeld van de remmende voorsprong, vind ik dit een goede en mooie boodschap naar onze verzekeraars toe want daar zit je eigenlijk met hetzelfde verhaal. Er zijn maar heel weinig spelers op de markt die daardoor meten inconsumvaiel te zijn en niet gebaat om te investeren in de nieuwste ontwikkelingen. Maar deze boodschap toont aan dat je die voorsprong niet anders kan behouden dan door te investeren.

Het ecosysteem met Portima als network is uniek. Wat zijn volgens u hiervan de voor- en nadelen?

Michel: In een ecosysteem is er sprake van één of andere vorm van eenheid, Er zijn vele, verschillende actoren, de eikaar op een complexe manier betrekken, en dat eenheid is breekbaar. Het is een balans met twee of zelfs meerdere schalen. En in één van die schalen zitten jullie, zit jullie gewicht. Bedenk hoe jullie, de makelaars, dit via de federaties maximaal kunnen benutten.

Het lijkt misschien wel een vraag voor een sollicitatiegesprek, maar wat zijn of waren de grootste ontgoochelingen tijdens uw carrière als eieblbb2-coördinator?

Michel: Zoals ik in het begin al even aanhaalde, zijn er in de periode 2002-2006 lange gesprekken gevoerd over het opzetten van een sectorale pariyak van dit efnwt. Een belangrijk verschil daarvan was en is nog steeds de financiering daarvan. Men is er naar mijn gevoel niet in geslaagd dit tot een goed einde te brengen.

De theorie is gebeuzelvoert en blijft evoluieren. Het PSM (Platform Independent Modelling) is een aantrekkelijk concept waartij gegevensstromen worden gemodelleerd in entiteiten en attributen met eventueel een hiërarchie en een overerving waardoor je bijna een stamboom krijgt met bovenaan bijvoorbeeld een pulk aan entiteiten en eronder een pollusnummer als attribuut. Is ben er tot mijn spijt niet in geslaagd de stap te zetten naar/in een dergelijk systeem – of beter, is ben er niet in geslaagd mijn omgeving mee te krijgen. Om samen die stap te zetten, ben ik misschien niet communicatief genoeg geweest.

Slotvraag: wat zijn de pensioenplannen en zullen deze onze wegen nog kruisen?

Michel: Ik ga me met andere dingen bezighouden. Net zoals mijn voorganger evvaar ik behoefte aan minder immaterielle realisaties, aan meer concrete, op korter termijn zichtbare dingen. Waar dat bij hem in de richting van kunst en toerisme ging, gaat dat bij mij meer in de richting van landbouw en voeding.

Ik ga er waarschijnlijk ook niet in slagen dit allemaal zomaar los te laten.

Lees hierna:
Nieuwe inbreng van maatschappijen
Klik hier

BEVRAGING ROND EFFICIËNTIE BINNEN MAKELAARSKANTOOR

NIEUWE INBRENG VAN MAATSCHAPPIJEN

Recent maakten makelaarsmaatschappijen de balans op na onze bevraging over de uitwisseling van gestructureerde berichten met de makelaar. Deze zelfreflecties werd opgenomen in de vorige editie van Vrijuit en kan u, voorafgaand aan dit artikel, desgewenst nog eens doornemen via deze link. Vermits deze resultaten slechts een momentopname zijn en dit proces een continu 'work in progress' is, deed FVF een nieuwe oproep. We verzochten verzekeraars om ons nieuwe concrete initiatieven te willen melden en toe te lichten én dus niet te wachten tot de volgende bevraging.

VIVIUM VEREENVOUDIGT HET SCHADEBEHEER IN HET VOORDEEL VAN MAKELAARS

Vivium interpreteerde de nood aan efficiëntie en centralisatie vanuit het beheerpakket van makelaars en zocht daar een antwoord op. Sinds kort kunnen makelaars daarom vanuit hun beheersysteem een schadeaangifte doen die automatisch terechtkomt in het ClaimCenter van Vivium. Dit zowel voor auto- en brandschade als voor schadeaangiftes in rechtsbijstand en BA.
Een verwezenlijking die past in de visie die Vivium voor ogen heeft, aldus Véronique D'haese, commercieel directeur van Vivium en Hendrik Van Overloop, product owner digital office. Wat die visie rond schadeafhandeling precies inhoudt lichten beiden graag toe.

Véronique: We vertrokken vanuit de filosofie dat een makelaar zijn beheerpakket niet moet verlaten om een schadedossier te beheren. We willen vermijden dat makelaars moeten 'switchen' tussen diverse tools, webbrowsers of applicaties, wat uiteraard heel wat tijdverlies met zich meebrengt. Door alles vanuit één beheersysteem te doen, worden dubbele ingaven vermeden:

De makelaar voert de gegevens in zijn beheersysteem in.

- De data wordt via een administratieve opening naar Vivium gestuurd.
- Vivium stuurt, op haar beurt, de data rechtstreeks naar het beheerpakket zodat makelaars geen extra stappen meer moeten zetten, zoals switchen tussen Outlook en het eigen beheersysteem.

Hoe gaat het concreet in zijn werk?

Hendrik Van Overloop: We hebben alle bloc retours die er bestaan voor schadeafhandeling ontwikkeld. En dat zijn er heel wat:

Van makelaar naar maatschappij:

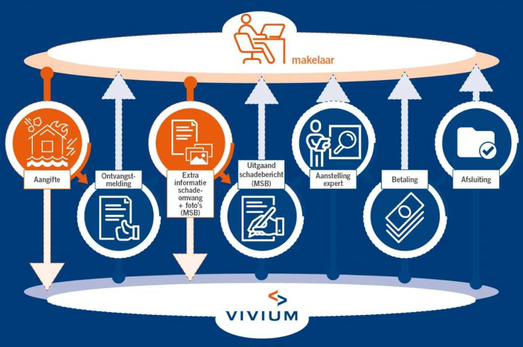
- administratieve opening
- schadebericht

Van maatschappij naar makelaar:

- ontvangstmelding
- aanstelling expert
- schadebericht
- betalingsbericht
- afsluitbericht

Bovendien hebben we de bloc retours gekoppeld aan onze Vivium-systemen. Op die manier krijgt de makelaar onmiddellijk een gestructureerd bericht terug op de administratieve opening. We bezorgen het dossiernummer van Vivium én (al naargelang de omstandigheden van het schadegeval) vragen eventueel ontbrekende informatie op.

Op die manier vereenvoudigen we niet enkel het administratief beheer. Door bepaalde stukken in het proces te automatiseren, maken we de afhandeling van schadegevallen ook een stuk efficiënter.



"Vivium zet hard in op het ontwikkelen en verbeteren van de bloc retours om de administratieve taken van de makelaars te ondersteunen" was de feedback van makelaars tijdens de Vivium Digital Awards.

Véronique: Dat horen we uiteraard heel graag. Het is fijn dat onze inspanningen gezien worden want dit zijn zware investeringen waar ettelijke maanden over heen gaan. Daarnaast blijven onze mensen werken aan eventuele verdere verbeteringen.

Stel dat een makelaar hier meer over wil weten. Wat kan hij doen?

Hendrik: Al meer dan 200 makelaars namen deel aan onze webinars over de nieuwe bloc retours waarin het hele proces in detail wordt uitgelegd door onze schade-experts. De respons van de makelaars was heel positief, de sessie duurt maar een uurtje en kan hen nadien veel tijd besparen. Na de zomer organiseren we trouwens een tweede ronde webinars over de bloc retours.

Lees hierna:

All Area @ Rentaco Insurance

Klik hier

ALL AREA @RENTACO INSURANCE

De principes die FVF naar haar leden toe hoog in het vaandel draagt, zijn ondersteuning, verdediging en versterking. Die versterking zit hem onder meer in het van elkaar leren door fantastische maar ook bevoerde ervaringen te delen. In deze rubriek zullen we daarom telkens een FVF-lid bezoeken en verzoeken al hun geledingen tegen het licht te houden. All area dus!

Vandaag, dinsdag 30 mei, spreken we Yannick de Koning, bestuurder van bank- en makelaarskantoor Rentaco te Willebroek. We steken van wal met een klassieker, namelijk hoe lang bestaan jullie al?

Yannick: Meer dan veertig jaar geleden is het kantoor opgestart als bankagentschap voor Krediet aan de Nijverheid, daarna een poos Fintro en vervolgens een lange tijd AXA- bank. Binnenkort start voor ons een nieuw avontuur met de overname van AXA- bank door Crelan. Aangezien bank en verzekeringen hand in hand gaan, is het aandeel verzekeringsmakelaar er dan stelselmatig maar zeker bijgekomen.
Ondertussen hebben de oprichters van Rentaco de fakkel doorgegeven maar het is uiteraard geen evidentie om een bedrijf zomaar over te dragen. Bij Rentaco is men steeds punctueel, professioneel en met veel kennis van zaken te werk gegaan, echt vakmanschap! De zoektocht naar een persoon met minimaal deze kwaliteiten heeft dan ook even geduurd. Het is immers ook belangrijk dat de visie grotendeels in lijn ligt en dat er toekomstperspectief gecreëerd wordt. Door mijn trackrecord, sterke drive maar ook de goede relatie met de oprichters en voornamelijk zoon David heeft men toen voor mij gekozen. Een hele eer mag ik nu zeggen. Belangrijk hier is elkaar goed te verstaan en te blijven verstaan. Samen sterk is bij ons geen hol begrip.

De gezondheid van het bedrijf was al vrij snel positief gevalideerd maar alvorens formeel toe te zeggen en definitief van start te gaan, heb ik getracht het kantoor volledig te doorgronden en die positieve drive die het kantoor kenmerkt, eigen te maken. Door bijvoorbeeld met alle medewerkers afzonderlijk, van front- tot backoffice een aantal weekenden mee te draaien. Zo kon ik gelijk afloetsen of de medewerkers maar ook de klanten mij accepteerden en open stonden voor m'n toekomstvisie. Immers, je moet 's ochtends samen door dezelfde deur kunnen binnenkomen en 's avonds samen door dezelfde deur buiten gaan. Hier heb ik bewust veel tijd in geïnvesteerd , dit was voor mij de belangrijkste oefening.

Nadat we een overeenkomst hadden gemaakt, moest ik nog wel in volle coronaperiode een aantal examens afleggen, om hier te mogen werken. Hierbij kwamen m'n ervaring met cijfermatig werk bij Lidl en Euro Pool System alvast goed van pas. Dat ik ontzettend graag omga met mensen, heeft eveneens gespeeld in mijn keuze.

1 januari 2020 ben ik hier dus officieel gestart en begint ons verhaal met als belangrijkste aandachtspunt het menselijk kapitaal, namelijk de medewerkers en klanten. Wij investeren enorm in onze mensen omdat het bank- en verzekeringslandschap alsmaar complexer en digitaler wordt, zowel qua productgamma als prijszetting. Anderzijds is het bereikbaar zijn voor onze klanten eveneens een topprioriteit, net zoals dat het eerste contact met een klant fysiek doorgaat. Uiteraard houden we ook contact met de klant via onze website die recent werd geüpdated. Tevens zijn we actief op Facebook en LinkedIn maar in die mate dat het beheersbaar blijft.

We trachten inderdaad omnichannel te werk te gaan maar we houden daarbij bewust nog een aantal balletjes in de hand want eens dat je die in de lucht begint te gooien, moet je ook zorgen dat je ze in de lucht kunt houden.

Werken jullie dus volledig omnichannel? Welke impact heeft deze werkwijze sindsdien op jullie kantoor?

Yannick: We trachten inderdaad omnichannel te werk te gaan maar we houden daarbij bewust nog een aantal balletjes in de hand want eens dat je die in de lucht begint te gooien, moet je ook zorgen dat je ze in de lucht kunt houden. Is onze website up-to-date? Check! Worden posts op Facebook opgevolgd? Check! Worden links gedeeld? Ja, al zullen deze van maatschappijen waar je het meest mee samen werkt wellicht de
voorkeur krijgen, zolang die waaier aan specialisaties die voor onze klanten van belang is maar aan bod komt.

Op welke manier rekruteren jullie enthousiaste medewerkers?

Yannick: Dat is een uitdagend verhaal waar ik zo dadelijk dieper op in ga maar graag steek ik eerst van wal met een positieve anekdote. Zo komt er op een gegeven dag een dame via mond-tot-mondreclame voor een krediet op ons kantoor terecht. Tijdens het gesprek waarvoor we trouwens steeds ruim de tijd nemen, reken voor een kredietgesprek zo'n 1 tot 1,5 uur, vertelt deze moeder enthousiast over haar 2 zonen die op dat ogenblik voor een bachelor in verzekeringen studeren. Van het ene kwam het andere en omdat de timing het toeliet, heeft één van de twee hier zijn stage gedaan en zo is Kevin vorig jaar op 1 september begonnen. Tja, de klik was er eigenlijk meteen en aangezien we steeds trachten lokaal mensen te vinden en hij en z'n familie in Willebroek wonen, hoefden we voor 'n keertje niet via het gebruikelijk circuit op zoek te gaan.

Algemeen is het vinden van passende, competente mensen niet gemakkelijk. Waarschijnlijk ook omdat we de lat zelf hoog leggen. We gaan zeker niet overhaast te werk. Het voordeel is dat we door onze aanpak kunnen rekenen op een ontwikkeld team dat kan schakelen. Medewerkers zijn bij ons specialist in hun vak maar kunnen basistaken als backup uitvoeren om snelheid te maken. Denk aan kredietspecialisten dewelke onmiddellijk een schuldsaldo -en brandverzekering kunnen toelichten en afsluiten. Deze zijn hier ook voor opgeleid en gediplomeerd. In plaats van iemand in allerij aan te werven zullen we ook eerder de commerciële buitendienst, wat David voor zijn rekening neemt, wat terugschroeven. Er kan altijd aan strategie gewerkt worden. Idem aan de balie zullen we bij piekmomenten prioriteren door de klant maximaal bediend blijft. We willen immers de work-lifebalance van onze medewerkers te allen tijde respecteren. Zo worden sinds een tijdje ook onze telefoonlijnen van 12.00 tot 13.00 uur dichtgezet zodat iedereen samen van de middagpauze kan genieten en het niet over het werk heeft te gaan. Voor de rest is flexibiliteit binnen onze openingsuren key en werken we met actief agenda beheer. Voor schadeopvolging zijn we uiteraard bereikbaar naar wens van de klant.

Maar om dus een nieuwe, geknipte medewerker te vinden, gooien we tegenwoordig alle kanalen open, ook naar alle hogescholen want stages zijn ideaal om enthousiastе afgestudeerden aan boord te krijgen. Zo hebben we hier in december nog drie kijkstages gehad waar we uiteindelijk nog twee klanten aan over hebben gehouden. In normale omstandigheden hebben we best wel wat laatstejaarsstudenten die hier een stage doortopen maar door de overname van een verzekeringsportefeuille begin dit jaar staan deze even on hold.

Om met ons verzekeringsverhaal naar hetzelfde niveau als dat van de bank te groeien, willen we dit jaar nog een extra kracht binnenhalen. Hiervoor hebben we recent twee partijen aangesproken om een vacature uit te schrijven en deze elk via hun specifieke kanalen te verspreiden. Door de gezochte personnijlkheid, nadrukkelijker nog dan de gezochte competenties, in deze vacature te schetsen, hopen we de geschikte kandidaten te triggeren. We streven er steeds naar, zoals reeds aangehaald, om mensen uit de regio, dus langs de as Wilrijk-Londerzeel, te rekruteren.

Maar meer nog dan in te zetten op nieuwe aanwervingen, gaat onze voorkeur en focus naar het het behouden van onze mensen door hen opleidings- en doorgroeimogelijkheden aan te bieden. Ik weeg hier graag aan toe dat ik personijlk zeer fier ben op ons team. We hebben door onze manier van werken een grote betrokkenheid en zin voor verantwoordelijkheid kunnen creëren. Wij zijn geen familiaal bedrijf meer om het cru te zeggen maar een grote familie geworden.

Wat houden die opleidingen concreet in? Ofwel geven we zelf opleiding waarbij men opleidingspunten of -uren kan verdienen. Zo organiseren we ook 1 of 2 keer per jaar een teambuilding om het nuttige aan het aangename te koppelen. We nodigen meestal een ervaringsdeskundige uit om over diens specifieke vakgebied te komen spreken. Naden besluiten we dan met een lekker etentje of een andere leuke activiteit. Zo komen die opleidingspunten of -uren eens zo lekker binnen.

Maar ook webinars onthouden we onze medewerkers niet. Net zoals opleidingen van de bank of Brokers Training, het opleidingscentrum van FVF. Tijdens hun opleidingstraject bekijken we ook nauwgezet welke opleidingen hen het best liggen, waar ze het meest voldoening uit halen, welke de meeste doorgroeimogelijkheden garanderen? Daar zetten we elke dag op in en dit loont want ons verloop is minimaal. Een mooi voorbeeld is één van onze beleggingsspecialisten, ooit begonnen als loketbediende, die zich de laatste drie jaren heeft ontwikkeld tot een topadviseuse in beleggingen waarbij ze zich als een vis in het water voelt. De kunst is om de verantwoordelijkheden aan de juiste mensen aan te bieden.

Jezelf ook blijven specialiseren en je productgamma door en door kennen, dan komen de klanten vanzelf, dat is onze ervaring.

Soms vraagt men eel wens meewarig hoe medewerkers in een klein kantoor als het ons zouden doorgroeien. Welnu, door te groeien met het kantoor, groeien je medewerkers mee wat overigens ook afstraalt op onze klanten. Zo beogen we met deze opleidingen voor elke specialisatie ook minstens twee collega's zodat bij een afwezigheid van één van de collega's, ik denk maar aan vakantie, de klant nog steeds diezelfde correcte en deskundige uitleg mag verwachten. Momenteel vergezel ik ook regelmatig een collega naar een opleiding, kwestie van ook de opgelegde opleidingspunten of -uren te behalen maar ook om nadien samen te kunnen sparren. Ik wil mijn engagement ook op onze medewerkers uitstralen.

Waarom en hoe lang zijn jullie al lid van FVF?

Yannick: Wij zijn een kleine onderneming en hebben met FVF een professionele federatie die ons ondersteunt waar nodig. Niemand is alwetend en jullie als vakorganisatie zijn onze hulplijn. Ook inzake professionalisering is het een hele geruststelling dat we hiervoor met raad en daad worden bijgestaan. En ook al hebben we gelukkig nog maar weinig of geen beroep op jullie moeten doen, toch zijn we overtuigd van jullie meerwaarde wat ons permanent lidmaatschap na meer dan 10 jaar bewijst.

Hoe belangrijk is het distributielabel voor jullie? Welke aangereikte faciliteiten van Brocom gebruiken jullie om jullie meerwaarde extra in de verf te zetten?

Yannick: Mijn contact en ervaring met Brocom is tot nog toe eerder beperkt. Maar daar wil ik zeker nog met jullie over samenzitten om de digitale mogelijkheden en ondersteuning te bekijken, temeer we in verzekeringen een flink groei ambiëren.

Met welke out of the box vormen van publiciteit trachten jullie lokaal en regionaal alomtegenwoordig te zijn?

Yannick: Recent sprong er een welbepaalde actie uit. Zo hadden we 20 cinematickets die mensen konden reserveren om met ons samen een avondje naar de film te gaan. We vielen haast van onze stoel hoeveel positieve respons hier op kwam, ook al hadden de mensen geen ticket meer kunnen scoren. De avond zelf was overigens ook een succes, afgaande op de reacties nadien tussen pot en pint. Natuurlijk segmenteren we onze acties.

We proberen ook een sponsorbudget te voorzien voor lokale organisaties zoals sportverenigingen. Maar recent hebben we ook een schootje in de buurt gesponsord. Kortom, je moet laten zien dat je maatschappelijk ook wat verankerd bent. Zo hebben we ook eens een jaartje advertentieruimte gekocht op digitale schermen die je ziet als je Willebroek binnenrijdt. We hebben dit uiteindelijk niet verlengd omdat het anders niet meer zou opvallen. Minder succesvol waren een advertentie in een lokaal magazine of die keer dat we shirtsponsor waren.

Voor welke uitdagingen staan jullie nog? Welke ambities koesteren jullie nog?

Yannick: Wat ons bankkantoor betreft, groeien we nog steeds op een organische manier. We zijn hier een gevestigde waarde in de regio met veel potentieel en veel differentiatiemogelijkheden. Het komt ons bovendien goed uit dat er vele bankkantoren vertrekken. Verder vergroot ons productgamma door het verhaal Crelan wat ook nog eens een extra voordeel oplevert.

Zoals reeds gezegd hebben we onlangs een verzekeringsportefeuille overgenomen. De uitdaging is om onder meer op deze manier onze verzekeringspoot in balans te brengen met de bank. David, zoon van de oprichters, neemt nu al het volledige commerciële luik voor zijn rekening maar de bedoeling is dat we beiden het commercieel aspect van de verzekeringspoot verder gaan uitwerken en doortrekken. Vandaar ook de extra medewerker die we zoeken want momenteel werken we met drie van de acht collega's voor de makelaarsvennootschap wat op relatief korte termijn te weinig is.

Deze geplande groei betekent ook extra inspanningen op het vlak van complaince. Het opzet is om ook hier dezelfde hoge scores te halen als deze van de bank. Daar maken we een erezaak van. Voordeel in onze constellatie is dat we gestaag en stabiel kunnen groeien. Aangezien we altijd een groot kredietagentschap zijn geweest, leverde dit steeds flink wat crossselling op dankzij schuldsaldo- en brandverzekeringen. Maar naast het segment voor particulieren, ambiëren we door ons te specialiseren, een forse uitbouw van het professionele segment.

Welke boodschap hebben jullie voor zij die verzekeringsmakelaar willen worden?

Yannick: Je vooraf goed informeren, een goed businessplan opstellen, je bottlenecks kennen, inschatten hoeveel je zelf gaat investeren en als je alles goed met je accountant hebt overlopen, zo kort en realistisch mogelijk bij je klant staan want het is die klant die morgen bepaalt of je nog bestaat of niet. Jezelf ook blijven specialiseren en je productgamma door en door kennen, dan komen de klanten vanzelf, dat is onze ervaring.

Lees hierna:

Cherchez le PDG: Fernando Diaz, CEO van Europ Assistance Belgium

Klik hier

CHERCHEZ LE PDG

FERNANDO DIAZ

CEO EUROP ASSISTANCE BELGIUM

De grote schoolvakantie voor de deur én een interview met de CEO van een reisbijstandsverzekeraar… Dé perfecte aanleiding en ideaal moment om bij diezelfde CEO te polsen naar de nieuwe tendenzen in reisbijstandsverzekeringen alsook naar nieuwe producten in de pijplijn met dewelke Europ Assistance zich meent te zullen onderscheiden.

Fernando: De afgelopen jaren hebben wij heel wat maatschappelijke evoluties gekend: een steeds groter wordend besef bij de bevolking van het belang van de duurzaamheid en de ecologie, de schok die door de coronacrisis werd veroorzaakt, de opgang van thuis- en telewerken, en in de nasleep van de pandemie, de geopolitieke onzekerheden ten gevolge van de oorlog in Oekraine en de stijgende inflatie. Tegelijkertijd kreeg de zachte mobiliteit in ons straatbeeld een steeds grotere rol toebedeeld en werd de wil van de overheden om de elektrische wagen als nieuwe norm te beschouwen alsmaar groter.

Deze evoluties, zeg maar revoluties, die wij op korte termijn moesten verwerken, hebben uiteraard de verzekeraars verplicht maar tezelfdertijd de kans gegeven om innoverend tewerk te gaan en in te spelen op nieuwe noden en verwachtingen van de consument.

Dit is meer dan ooit ook het geval geweest voor Europ Assistance, die niet enkel haar bestaand aanbod heeft versterkt en aangepast, maar ook innovatieve producten heeft uitgewerkt. Onze enquêtes, genoegzaam bekend intussen als Mobiliteitsbarometer en Vakantiebarometer, tonen ook hoe de consument momenteel en de komende jaren de nieuwe trends volgt of zal volgen. Zo hebben de mensen opnieuw vakantieplannen zoals vóór de crisis en trachten zij zich aan te passen aan de nieuwe mobiliteitsnormen door bijvoorbeeld te kiezen voor een elektrische wagen.

Hoe zijn jullie verzekeringsproducten na COVID-19 geëvolueerd?

Fernando: Reeds tijdens de coronacrisis hebben wij onze klanten en verkoopkanalen duidelijk geïnformeerd dat COVID-19 een ziekte is, als dusdanig wordt beschouwd en dus gedekt is door onze reisbijstandsverzekeringen. Voorts kwamen er vele contextuele vragen van onze makelaars binnen aangaande quarantaineperiodes, positieve tests, verlengd verblijf, vervroegde terugkeer en dies meer. Vragen die we via onze communicatiekanalen zoals nieuwsbrieven, FAQ's, website, blogs en intranet zo gedetailleerd mogelijk hebben beantwoord.

De lockdownperiodes en de maatschappelijke evoluties van de laatste jaren, hebben ons ook de mogelijkheid gegeven om nieuwe producten te ontwikkelen en te lanceren. Producten die nauw verbonden zijn met de nieuwe realiteit van de markt. Onze business-producten werden in samenspraak met de makelarij geüpdatet wat resulteerde in de lancering van volgende nieuwe producten:

- *Bike*, een fietsbijstandsverzekering omdat tijdens de COVID-19-periode mensen massaal terug zijn beginnen te fietsen.
- *MediCall*, een bijstandsverzekering voor thuiszorg tijdens en na een ziekteperiode. Dit product speelt in op een nieuwe nood waarbij alleenstaanden, eenoudergezinnen en andere mensen nood hebben aan hulp wanneer ze ziek zijn of gehospitaliseerd zijn en niet buiten mogen komen. Niet alleen kunnen ze een beroep doen op medisch teleadvies, maar ook op een care manager die de klant helpt bij de organisatie om boodschappen te doen, de kinderen van school te halen, de hond uit te laten, huishoudhulp te voorzien en dergelijke.
- *Safe&Connected*, een IT-bijstandsverzekering voor thuis. Immers, tijdens de lockdown mochten mensen elkaar niet meer bezoeken terwijl heel wat families toch contact wilden houden met elkaar via digitale weg. Velen moesten van thuis uit werken en de kinderen dienden digitaal les te volgen. Dit was niet evident voor iedereen. Vandaar de lancering tijdens de lockdown van onze Safe&Connected die niet alleen helpt op vlak van cybersecurity waardoor men veiliger kan surfen en gevoelige data kan beschermen, maar waarbij men ook een beroep kan doen als particulier op een informaticahelpdesk en zelfs een vervangtoestel. Wanneer dus je eigen toestel in herstelling moet, kan je zolang een desktop, laptop, tablet of gsm ontlenen.
- Tegelijkertijd hebben wij ons *Moveasy-platform* verder ontwikkeld. Dit platform laat toe om in plaats van klassieke vervangwagens andere vervoersmiddelen ter beschikking te stellen van onze klanten (taxi, gedeelde wagens, huurfietsen, openbaar vervoer, …) wanneer hun wagen omwille van pech of ongeval geïmmobiliseerd is. Deze procedure wordt bij een technische bijstand reeds door onze bijstandsdiensten toegepast. Het Moveasy-platform wordt ook al gevraagd door gemeentes en bedrijven om de mobiliteit van hun bezoekers of medewerkers te vergemakkelijken.
- Onlangs hebben wij de *Motorbike* gelanceerd (specifieke bijstandsverzekering voor motors en licht gemotoriseerde voertuigen) omdat hier vanuit de makelarij een enorme vraag naar was en om zo ons gamma Bike en Drive compleet te maken op vlak van mobiliteit.

Kortom, Europ Assistance heeft in deze bewogen tijden zeker niet stilgezeten en goed gekeken naar de nieuwe noden op de markt met een gepaste oplossing als antwoord!

Hoe ziet u de rol van de makelaar als distributienetwerk?

Fernando: De makelaar is één van onze belangrijkste partners. In de huidige maatschappij, waarin de consument bestookt wordt door een overaanbod aan voornamelijk digitale communicatie zoals e-mails, websites, sociale media of web- en podcasts, is het meer dan ooit van belang dat hij terecht kan bij een professioneel expert die zijn situatie kent, die kan inspelen op zijn noden en risico's en goed op de hoogte is van de verzekeringsproducten.

Vandaar dat wij alle middelen inzetten om de professionele verzekeringsmakelaars in hun taak zo goed mogelijk te informeren en bij te staan. Verder doen we vaak een beroep op onze makelaars als klankbord bij de ontwikkeling van nieuwe producten of de optimalisatie van ons extranet.

Hoe verhoudt de makelarij zich bij Europ Assistance t.o.v.andere distributiekanalen, zowel kwalitatief als kwantitatief? Is er in die optiek een level playing field?

Fernando: Professionele verzekeringsmakelaars hebben, zoals hierboven reeds aangegeven, onmiskenbaar een grote kwalitatieve meerwaarde: ze hebben een nauwe band met hun cliënten, weten goed welke behoeften hun cliënten hebben inzake reisbijstand of andere noden, kunnen anticipatief hierop inspelen en hen professionele raad geven. Bijgevolg is het voor Europ Assistance heel belangrijk om die rol te ondersteunen. Anderzijds is de makelarij kwantitatief voor ons ook heel belangrijk, aangezien ze het grootste aandeel vertegenwoordigt van de distributie van onze producten. Op dit vlak dient gezegd te worden dat wij al onze distributiekanalen op gelijke manier benaderen en geen onderscheid inbouwen.

Hoe verschillend zijn jullie eigen merkproducten en deze, ontwikkeld voor en met het label van andere verzekeringsmaatschappijen en banken?

Fernando: Eigen merkproducten worden ontwikkeld, rekening houdend met de behoeftes van de consument in het algemeen, dus over alle bevolkingssegmenten heen. Hierbij analyseren wij niet enkel de maatschappelijke evolutie, onze positionering op de markt, de andere marktspelers en de commerciële prestaties van onze producten, maar ook de input van onze verkoopkanalen, en in het bijzonder van de makelarij. Dat maakt ook dat we over een uitgebreid productengamma beschikken om tegemoet te komen aan eenieders behoeften, met de mogelijke opties om de dekking zoveel mogelijk op maat te kunnen opbouwen in functie van de specifieke behoeften van elk individu.

Anderzijds is de makelarij kwantitatief voor ons ook heel belangrijk, aangezien ze het grootste aandeel vertegenwoordigt van de distributie van onze producten.

Bij niet-gelabelde producten worden hierboven beschreven elementen ook in overweging genomen, maar focussen wij ons meer op de specifieke behoeftes van onze partners en op de doelgroepen of marktsegmenten waarop zij zich richten. Dit resulteert vaak in een veel kleiner gamma aan producten dat niet moduleerbaar is.

Hoe zet Europ Assistance in op de efficiëntie met en voor de makelaar? Hoe evalueren jullie de uitwisseling van gestructureerde berichten met de makelaar alsook de interactie via Portima-Connect?

Fernando: Gezien het belang voor Europ Assistance van de makelarij, zetten wij een groot gamma van middelen in om onze makelaars zo goed en efficiënt mogelijk te ondersteunen. Dit gebeurt op verschillende manieren: via nieuwsbrieven, webinars, e-learningplatformen, bezoeken van accountmanagers, ondersteuning via onze klantendienst en via het extranet, tot zelfs de hulp in hun eigen communicatie op hun informatiekanalen, bijvoorbeeld informatie over onze producten en campagnes op hun website en gedeelde blogartikels. De laatste 2 jaar hebben wij zwaar geïnvesteerd in een nieuw contractmanagement systeem dat dit jaar volledig gefinaliseerd wordt.

Op dit ogenblik wordt Portima Connect als communicatiemiddel door bijna de helft van onze makelaars gebruikt. De migratie naar een nieuw systeem vergt vaak wat aanpassing waardoor in een beginfase bepaalde zaken bijgestuurd moeten worden.

Eens dit achter de rug is, is het de bedoeling om het gebruik van Portima Connect nog verder te optimaliseren in samenspraak met FVF, de aangewezen vertegenwoordiger van de makelarij, en Portima om dit finaal bij een nog groter deel van de makelaars te activeren.

Hoe ziet Europ Assistance FVF als gesprekspartner?

Fernando: FVF is voor ons een belangrijke gesprekspartner in die zin dat wij samen regelmatig overleg plegen, onder andere bij de ontwikkeling van nieuwe producten. FVF is voor ons een waardevolle spreekbuis naar de makelarij toe en beschouwen wij dus als essentiële gesprekspartner. Het is zeker onze wens dat onze onderlinge relatie op dit vlak met FVF bestendigd wordt.

Lees hierna:

Het motorblok van FVF:
Guy Donckers,
Communication Manager

Klik hier

HET MOTORBLOK VAN FVF

Het DNA van FVF, dat zijn de leden, de verzekeringsmakelaars. Maar wie zijn de gangmakers bij FVF die dag in dag uit, elk in hun eigen vakgebied, paraat staan om deze makelaars te informeren, adviseren en assisteren?

GUY DONCKERS
Communication Manager

Wie is Guy Donckers en hoe ben je bij FVF beland?

Guy: Ik ben geboren en getogen in de Seefhoek te Antwerpen. Ik studeerde overigens ook af in de Sinjorenstad aan het toenmalige Sint-Lodewijk Instituut, nu beter bekend als Karel de Grote Hogeschool, met een bachelordiploma Bedrijfsmanagement-Verzekeringen op zak. Mogelijks stond het toen al in de sterren geschreven dat ik bij FVF zou belanden, te weten dat ik in het toenmalige Assurantia-praesidium de scriptor van dienst was. Maar in tussentijd, reken maar zo'n dertig jaar, heb ik afgezien van de eerste jaren van m'n professionele loopbaan, niets verzekeringsgerelateerd gedaan.

Niettemin bleven taalkundige spitsvondigheden of het ontluchten van muffe teksten al die jaren 'guilty pleasures', in die mate dat ik dus vorig jaar besliste om er mijn brood mee te gaan verdienen. Aangezien ik sinds tram 3 resideer in Wommelgem, niet geheel toevallig ook de thuishaven van FVF, reageerde ik op hun vacature van communicatiemanager. Immers, met een tienjarige tweeling in huis is dicht bij huis werken wel net zo handig. En zo geschiedde...

Is FVF ook een meerwaarde voor jou gebleken?

Guy: Afgezien dus van het geografische aspect, ben ik in een team terecht gekomen met fantastische collega's. Stuk voor stuk pracht van mensen voor wie het woord 'collegiaal' geen loos begrip is. Maar ook naar de leden van FVF toe zijn ze even hulpvaardig en onbaatzuchtig. Reken daarbij éénieders expertise waardoor vragen en opmerkingen van leden en stakeholders snel en correct behandeld worden en opgelost geraken. Kortom, een mens kan het slechter treffen.

Overigens vertaalt zich dit geregeld in de fijne reacties van onze leden. Zo hebben we na de afgelopen compliance sessies waarmee FVF gans Vlaanderen doorkruiste, vele dankbare berichtjes en complimenten mogen ontvangen van de aanwezige makelaars en hun medewerkers.

Hoe ziet het takenpakket van een Communication Manager bij FVF er uit?

Guy: Heel divers, wat mijn inziens, even terugkomend op voorgaande vraag, ook een grote meerwaarde is: posts maken voor de FVF-LinkedIn, -Facebook en -Instagrampagina, het up-to-date houden van de FVF-website en het versturen van nieuwsflashes en een wekelijkse nieuwsbrief maar ook interviews en lay-outmatige en redactionele opdrachten voor ons driemaandelijks duidingsmagazine Vrijuit behoren tot m'n takenpakket.

En sinds kort is daar de opname en montage van webcasts aan toegevoegd. Onder impuls van onze CEO Erik Weekers schafte FVF zich opnameapparatuur aan waardoor leden op een snelle, comfortabele en bevattelijke manier belangwekkende dossiers voorgesteld krijgen. Deze nieuwe dimensie heeft m'n job er niet minder leuk op gemaakt.

Wanneer komen leden bij jou terecht?

Guy: Voor vragen over of problemen met het FVF-forum, bijvoorbeeld bij het inloggen. Maar ook wanneer het duidingsmagazine Vrijuit niet toekomt per fysieke post, dan zoek ik uit wat de oorzaak is.

Gelukkig is het niet altijd kommer en kwel en krijg ik ook formeel en informeel nieuws van onze leden dat hetzij in Vrijuit, hetzij in de nieuwsbrief een plaatsje krijgt. Denk aan heugelijke geboortes bij of jammerlijke overlijdens van FVF-leden, over kantoren die een jubileum vieren, die in het oog springende acties ondernemen, die naar een nieuwe locatie verhuizen,... Ik doe dan ook graag via deze weg een warme oproep aan alle FVF-leden om feestelijk en helaas soms minder feestelijk nieuws te mailen naar guy.donckers@fvf.be.

Welke nieuwe projecten bij FVF liggen er nog op de plank?

Guy: Een metamorfose van het FVF-forum zit in de pijplijn. De insteek zal dezelfde blijven maar de vorm en het gebruiksgemak kunnen wel een opfrissing en revisie gebruiken. Recent startte ik daarvoor de eerste gesprekken op met de ontwikkelaar en beheerder van het FVF-forum.

Waarvoor staat FVF zoal buiten de kantooruren?

Guy: Familie, spreekt voor zich. Voetbal, zowel van onze 10-jarige tweeling als op de Bosuil. Frietjes, favoriete kost.

Lees hierna:

Interview met Laurent de Barsy, Ombudsman van de Verzekeringen

Klik hier

INTERVIEW OMBUDSMAN VAN DE VERZEKERINGEN

KRITIEKE TOEGANKELIJKHEID, BESCHIKBAARHEID EN DOORLOOPTIJDEN

Barsten in een woning te Merchtem, veroorzaakt door funderingswerken bij de buren, blokkeerde www.vrt.be/vrtnws/ in maart van dit jaar. Niet zozeer het vooryol was de aanleiding maar wel de drie jaren van tevergeefs wachten op schadevergoeding : "Barsten in muren en 40.000 euro kwijt, maar verzekeraar nog niet gezien". Een gekniptе case voor de Ombudsman van de Verzekeringen, Laurent de Barsy.

Recent werd het nieuwe jaarrapport van de Ombudsman van de Verzekeringen voorgesteld en was het uitkijken of dit incident wel dan niet een alleenstaand geval was in 2022?

Tussen dit interview en het ter perse gaan zal het jaarverslag van de Ombudsman van de Verzekeringen wereldkundig gemaakt worden. Wat zijn de belangrijkste conclusies en welke gebeurtenissen hebben een verhoogde impact gehad op het aantal klachten?

Laurent: De rode draad voor 2022 is eigenlijk toegankelijkheid en beschikbaarheid. We mieten dat dit geldt voor de ganse sector. De consument klaagt vooral omdat hij of telefonisch niet binnen geraakt, dat hij niet genoeg ondersteuning krijgt of dat antwoorden te lang op zich laten wachten.

Dit is dus toch wel een zwaarwichtig probleem dat voornamelijk komt omdat men onderbemand is en daarnaast heel veel vacatures niet ingevuld geraken, zeker bij de verzekeraars en in het bijzonder in de afdeling schade. Waar de verhouding klachten tussen productie en schade voorheen 50/50 was, zitten we nu aan 65% bij schade. We merken dus dat die opvolging van schadedossiers, zeg maar de doorlooptijd, aan het toenemen is, wat heel veel misnoegen van de consument met zich meebrengt. Begrijpelijk natuurlijk wanneer de consument na een expertise, een vaststelling van de schade, lang moet wachten op een uitbetaling van de schade. Dan wordt men heel nerveus, begint men te bellen, wordt soms een advocaat ingeschakeld of contacteert men de Ombudsman van de Verzekeringen.

Zo creëer je uiteraard een vicieuze cirkel want dees te meer vragen naar extra info of een stand van zaken, die op hun beurt evenmin beantwoord worden, des te groter wordt de achterstand. De feedback die we van de consument krijgen gaat van "ik kan er niemand bereiken" of ook nog "men ziet niet om naar mijn dossier". We kunnen hier dus effectief spreken van een plaag als je weet dat 1 op 3 dossiers bij de Ombudsman van de Verzekeringen hierover gaat.

Nu, de meeste van deze klachten duwen we eerst door naar de klachtenmanager van de verzekeraar of desgevalend naar de tussenpersoon met de boodschap dat geen reactie van hun kant alsnog tot een dossier bij de Ombudsman zal leiden. Ingeval reactie ook dan nog uitblijft, dan zorgen we zelf dat het problemen opgelost geraakt maar dit is natuurlijk geen structurele oplossing voor deze problematiek die in de sector leeft.
De uitdaging blijft aldus om de jongeren in de verzekeringssector aan de slag te krijgen, om talenten binnen te halen en te houden. Vele CEO's van verzekeraars werpen terecht een war for talent op. Jongeren worden vandaag intern gevormd tot bekwame beheerder maar vertrekken kort na hun opleiding voor een hoger loon naar de concurrentie. Da's natuurlijk geen ideale situatie en geeft mogelijk de indruk dat er minder en minder wordt geïnvesteerd terwijl dat niet het geval is.

Vandaag kampt de verzekeringssector met een zeker imagoproblem. De nieuwe generatie jongeren moet daarom overtuigd worden van hoe belangrijk maar ook hoe boeiend verzekeringen kunnen zijn. Nu, dat imagoproblem is er altijd al wel geweest maar vroeger gaven de mensen een job in de verzekeringssector toch een kans om vervolgens vast te stellen dat een job in de verzekeringen wel degelijk fascinerend is en perspectief biedt. Voor die jongeren die nu geen interesse hebben en geen toekomst zien in een job in de verzekeringssector, menen we dat sector stert moeten inzetten op een positieve communicatie want zonder de verzekeringssector valt de economie stil, zo simpel is het. En dat beseffen veel mensen niet. Dat proberen wij als Ombudsman van de Verzekeringen ook te benadrukken in onze de antwoorden. Het is niet altijd zo eenvoudig als het lijkt, is onze boodschap dan.

Andere klachten gaan over de expertises waarin al een deel frustraties vervat zitten over de hiervoor aangehaalde doorloopttijden maar deze worden des te meer versterkt als de grond van de expertise dan ook nog eens tot bestwisting komt. Kort maar ook nog bij dat de doorloopttijden voor de Ombudsman van de Verzekeringen, alvorens van de gebruikelijke correspondenten reactie te ontvangen vanwege ontbrekende, ook langer worden. Kortom, een moeilijk verhaal en momenteel tot bodsaanschuiven van de sector.

We kunnen enkel maar die conclusies bevestigen want van onze leden bemerken we veel frustraties ten aanzien van de verzekeraars waarmee ze samenwerken. Meer specifiek de bereikbaarheid die te wensen over laat, vooral in vakantieperiodes nog meer dan anders. Anderzijds zijn de respons- en afwerkingstermijnen evenmin klant- en alsu bij uitbreiding maksiaarvriendelijk. In de optiek zien we zeker parallelen met jullie bevieldingen.

Laurent: Zowel van verzekeraars en verzekeringsmakelaars krijgen we dezelfde feedback, namelijk dat het niet loopt zoals het moet. Niemand beweert dat er bij hun niets aan de hand is. Bijkomend probleem hierbij is de digitalisatie.

De nieuwe generatie jongeren moet overtuigd worden van hoe belangrijk maar ook hoe boeiend verzekeringen kunnen zijn.

Men heeft teveel en te lang gedacht dat dankzij de digitalisatie, fysieke ondersteuning van de klant kon afgebouwd worden en dan doel ik hier op de telefonische opvang. Trouwens, op elke verzekeringsopdis staat het telefoonnummer van de Ombudsman van de Verzekeringen. Resultaat is dat wij bij de Ombudsman enorm veel telefoontjes krijgen van klanten die verwachten met een verzekeraar te kunnen praten. Op die manier ontvangen we hun klachten dus uit de eerste hand.

Aldus moet er dringend geïnvesteerd worden in een goede opvangstructuur, zowel fysisch waardoor de verzekeringsmakelaar uiteraard in beeld komt, als telefonisch. Mensen vinden nog altijd niet even goed hun weg in de digitale wereld terwijl de telefoon voor hen momenteel ook geen goed alternatief is.

Zijn de klachten in globaliteit ten opzichte van 2021, toegenomen in 2022?

Laurent: Inderdaad, 2022 is een absoluut recordjaar. Het telt zelfs meer klachten dan in 2020, het fameuze coronajaar, toen we veel klachten hadden vanwege de onzekerheid die corona bij de mensen geneererde. In 2022, het jaar waarin we quasi verlost waren van corona en dit faceit niet meer speelde, hadden we bijna 8.000 klachten. Hierdoor gingen er natuurlijk een aantal alarmbellen af. Deels valt dit ook wel te verklaren doordat het grote publiek, in tegenstelling tot de politiek, ondertussen de Ombudsman van de Verzekeringen kent wat een positief gegeven is. Desondanks blijft de gescheste situatie m.b.t. de bereik- en beschikbaarheid schrijnend.

Waren er in 2022 nog veel klachten ten gevolge van de overstromingen van 2021?

Laurent: In het vorig jaarverslag hebben we uiteraard al een grote deel klachten i.v.m. de overstromingen opgenomen maar uiteraard zijn er in dit jaarverslag ook nog zulke klachten opgenomen. Desondanks blijft de percepte over hoe de verzekeringssector gereageerd heeft, nog steeds positief. Daartegenover staat dat er op vele van die vestial ingewikkelde dossiers ondertussen al een advocaat is gezet en enkel de dossiers die dan nog vast blijven zitten, uiteindelijk bij de Ombudsman terecht komen.

Kanttekening hierbij is dat het Waalse Gewest onlangs heeft beslist om alle vragen over verzekeringen naar het hulpnummer 1722 (voor brandweerhulp bij storm of wateroverlast) door te schakelen naar de Ombudsman van de Verzekeringen. Dus alle telefoontjes via dit nummer waren zeker geen klachten maar verzekeringsgerelateerde vragen van mensen die zich bijvoorbeeld afvroegen waarom bepaalde schade niet verzekerd was. Het is dus zeker nog een item dat leeft maar dient genuanceerd te worden.

Nieuw in het jongste jaarverslag is het feit dat inwoners uit de overstroomde regio's ons contacteren omdat ze moeilijk of geen verzekeraar vinden die een brandverzekering wilt onderschrijven. Verzekeraars tonen nog weinig appetijt om brandverzekeringen in deze regio aan te bieden omdat ze er vanuit gaan dat ze haast altijd uitgaves en een grote administratieve rompslomp zullen hebben. Om te vermijden dat we richting een verplichte brandverzekering met bijhorend tarieringsbureau evolueren, mischien toch iets voor de verzekeraars om over na te denken.

Die bijna 8.000 klachten in 2022, zijn die allemaal ontvankelijk verklaard?

Laurent: Neen, dit zijn de vragen tot tussenkomst maar niet iedere vraag tot tussenkomst is een klacht. Een groot deel daarvan kunnen we doorverwijzen naar of de tussenpersoon of het klachtenbeheer bij een verzekeraar. Vaak krijgen we nauden nog een bedankje van de consument om hen rechtstreeks bij de juiste persoon te brengen. Het is dus beter om het eerst zo op te lossen dan onmiddellijk een heel onderzoek op te starten.

De dossiers voor dewelke wel een onderzoek wordt opgestart zijn ook toegenomen maar zitten nog altijd onder de 4.000 stuks, dus iets minder dan de helft van alle oproepen

We kunnen dus stellen dat de toegenomen klachten voornamelijk te maken hebben met schadedossiers?

Laurent: Inderdaad, een meerderheid van de klachten heeft te maken met schade terwijl de verhouding productie versus schade vroeger fiftyfifty was. Maar nu is er dus een sterke verschuiving.

Dit heeft dus voornamelijk te maken met de onderbemande backoffices?

Laurent: Klopt, al wordt de consument ook mondiger en mondiger, heeft deze ook andere verwachtingen dan vroeger. Daar ligt ook een taak weggelegd voor de verzekeringsmakelaar om de behoeftes van de consument af te toetsen alsook het kaderen van diens verwachtingen. We kunnen tensiotte niet alles verzekeren, simpelweg omdat dit niet betaalbaar is. Ingeval van lage premies moeten overigens ook de uitsluitingen duidelijk gecommuniceerd worden.

Zo moet de Ombudsman van de Verzekeringen in zo'n 1.100 dossiers uitleg geven waarom de verzekeraar op basis van de uitsluitingen niet tussenkomt. De Ombudsman voert dus ook enorm veel pedagogisch werk uit door het juridisch en technisch taalgebruik om te zetten in begrijpbare mensentaal.

Behalve dat de consument mondiger wordt, stelt deze, temeer het pakket verzekeringen door de inflatie nog meer weegt op een geïnsubsidiet, daar verwachtingen tegenover.

Zijn er in de tak leven nog bepaalde tendensen vast te stellen?

Laurent: Leven is één van de weinige takken waar we verbetering zien. Uit die hoek komt haast enkel goed nieuws. Daar heeft de wetgever met de regels voor snellere uitbetaling van levensverzekeringen uiteraard een aandeel in.

Over tendensen gesproken, zien we dat levensverzekeringen meer en meer gebruikt worden in het kader van successieplanning en daarom wordt het des te belangrijker om de consument goed te informeren over wat er gebeurt als er een overlijden is en hoe de uitgekeerde kapitalen verdeeld zullen worden.

Een kwestie die al enkele jaren terugkeert in het jaarverslag is de verkoop van GSM-verzekeringen, zeg maar de problematiek met de vrijgestelde nevenverzekeringstussenpersonen. Is daar een tendens waar te nemen of blijft de situatie onveranderd?

Laurent: De tendens is dezelfde als voorgaande jaren en werd toen reeds door ons zonder meer aangekaart. Maar waar het vroeger eerder een verzekeringstechnisch twistpunt was, manifesteert zich dit nu als een verkoogstechnisch probleem. Als reactie op de slinke verkoopstreiken, zoals cashbacks, heeft de FSMA reeds gesteld dat de premie voor de consument voortaan duidelijk en ondubbelzinnig dient geafficheerd te worden.

Zo kan je het optrekken van een premie voor een GSM-verzekering van €3,90 naar €70,- onmogelijk nog eerlijke handelspraktijken noemen.

Deze maatregel heeft een kort, positief effect gehad maar vandaag stelt zicht evenwel een nieuw probleem, noem het gerust een plaag. Als de klant er zich al van bewust is dat hij of zij een domiciliëringsopdracht heeft ondertekend, maakt men hier misbruik van door premieverhogingen die via mail zogeoegd zijn gecommuniceerd zijn, door te voeren. Zo kan je het optrekken van een premie voor een GSM-verzekering van €3,90 naar €70,- onmogelijk nog eerlijke handelspraktijken noemen.

Daarom zijn we samen met de Consumentenombudsdienst naar de Economische Inspectie gestapt en heeft de FSMA vervolgens haar rol gespeeld door de consument hierover te informeren.

Zou het probleem in het kader van de verkoopspraktijken verholpen kunnen worden, moesten deze vrijgestelde nevenverzekeringstussenpersonen niet langer meer vrijgesteld zijn en onder de scoop van de FSMA komen?

Laurent: Dat blijft een gevoelig discours voor ons en laat ik over aan de politieke wereld.

Zijn er nog markante tendensen die er uitspringen?

Laurent: Jazeker, denken we maar aan de tak Auto waar we terug een stijging in klachten vaststellen terwijl de trend de voorgaande jaren telkens daleind was. Deze stijging heeft twee oorzaken. Om te beginnen rijden we, sinds corona ons leven niet meer bepaalt, terug vaker met de wagen. Maar dat is niet de hoofdoorzaak. Ook is de toename in klachten, zoals bij de andere types verzekeringen, te wijten aan de doorloopttijden, aan de kwaliteit van de dienstverlening terwijl, althans zo denk ik er over, de autoverzekering het meest mature verzekeringsproduct op de Belgische markt is dat genoegzaam bekend is bij de bevolking.

Net als voorgaande jaren blijft de kritiek op de gevolgen van de gebundelde verkoop bij het het wereldkundig maken van het jaarverslag een terugkerend topic dat FVF, Feprabel en BVAA, als billijk strijdpunt gemeen hebben. Wat zijn uw bevindingen in het afgelopen jaar over het nog steeds koppelen van een rentevoet van een woonkrediet aan het wel of niet onderschrijven van een brand- en of schuldsaldoverzekering bij de kredietverstrekker zelf gedurende de looptijd van het krediet?

Laurent: De vraag of het wel of niet zou mogen, vind ik voor de Ombudsman minder belangwekkend. De wetgever heeft hierin overigens stelling genomen. Wel belangrijk hierbij vind ik de vraag of de klant wel een goede brandverzekering heeft genomen. Bij het aangaan van een woonkrediet ligt zijn focus immers dermate op die rentevoet dat hij zich nog nauwelijks de vraag stelt of hij wel goed verzekerd is en bij problemen goed zal geholpen worden? Die korting bij zijn brandverzekering werkt als een magneet en is bijna te vergelijken met een GSM-verzekering waar de consument ook verblind is door zn nieuwe smartphone en geen nog heeft voor de details van het verzekeringscontract.

Elke verzekeringstussenpersoon dient bij zijn inschrijving bij de FSMA verplicht toe te treden tot de buitengerechtelijke geschillenregeling, in België dus de Ombudsman van de Verzekeringen. Onder meer via onze compliance-sessies trachten we onze leden maximaal te sensibiliseren voor dit principe waardoor een tussenpersoon binnen een welbepaalde termijn dient te antwoorden aan de Ombudsman wanneer deze een vraag stelt naar aanleiding van een binnengekomen klacht. Wordt dit goed opgevolgd of neemt toch niet iedereen dit even zwaar?

Laurent: In globaliteit valt hier weinig op aan te merken al zijn er soms wel uitzonderingen. Zo durven tussenpersonen die hun werkzaamheden gaan stopzetten, het antwoord wel eens schuldig blijven maar in het algemeen verloopt dit goed. We zien dat tussenpersonen in hun mindset vaak ook meer oplossingsgericht denken dan verzekeraars wat te verklaren valt door hun persoonlijk contact met de klant, doordat ze dichter bij de klant staan terwijl verzekeraars eerder een administratieve benadering hebben. Daardoor is het percentage qua oplossingen ook iets hoger bij de tussenpersonen.

Als er iemand niet meewerkt, dan komt de FSMA natuurlijk tussen. Als er geen reactie komt op het schrijven van de FSMA, dan wordt de betrokkene vervolgens geschraagt. Gelukkig doet zich dat niet iedere maand voor maar toch wel een 2 tot 4 keer per jaar.
Stelt de Ombudsman een verschil vast tussen het aantal klachten tegen tussenpersonen, lid van een beroepsfederatie, zoals FVF, of tussenpersonen die geen lid zijn van een beroepsfederatie?

Laurent: We merken dat de professionalisering van de ganse makelarij nog steeds toeneemt. Op evenementen of roadshows van de federaties waaraan ik heb deelgenomen, trachtte ik telkens duidelijk te maken dat de Ombudsman van de Verzekeringen geen vijand of een controleorgaan is maar een opportuniteit om geschillen sneller en adequater te kunnen oplossen. Dit komt de reputatie van de sector en de verzekeringsmakelaar in het bijzonder enkel maar ten goede.

Wenst u het integrale jaarverslag van de Ombudsman van de Verzekeringen voor 2022 te raadplegen, klik dan op onderstaand logo van de Ombudsman van de Verzekeringen.

OMBUDSMAN VERZEKERINGEN
OMBUDSMANNEN VERZEKERINGEN

Lees hierna:

Persbericht FVF

Klik hier

KEMPISCHE VERZEKERINGSKRING

AANGENAAM

KENNIS

DELEN

De Kempische Verzekeringskring ontvangt 7 x per jaar zijn leden en geïnteresseerden in Kasterlee.

Vertegenwoordigers van makelaarskantoren, verzekeraars, experten en advocaten uit heel Vlaanderen zijn welkom.

Maak kennis via **www.kempischeverzekeringskring.be** en neem deel aan de studieavonden.

ERKEND FSMA-OPLEIDINGSVERSTREKKER REF. 5000 12 A/B

PERS BERICHT

Het jongste jaarrapport van de Ombudsman van de Verzekeringen bevestigt het grootste pijnpunt van de verzekeringssector: bereikbaarheid en beschikbaarheid. De verzekeringsmakelaar kan op dat vlak opnieuw het verschil maken door zijn vlotte toegankelijkheid, zijn proximiteit en zijn hartelijk contact.

In een gezamenlijk persbericht van Brocom n.a.v. dit nieuwe jaarrapport schets Erik Weekers, CEO bij FVF, een genuanceerd totaalplaatje met oorzaken en oplossingen die de bereikbaarheid van de onafhankelijke verzekeringsmakelaar rechtstreeks of onrechtstreeks beïnvloeden en optimaliseren.

In 2022 heeft de Ombudsman Verzekeringen 7.852 aanvragen voor tussenkomsten ontvangen, waarvan 3.803 ontvankelijk verklaard. Dat is 8% meer dan vorig jaar. 772 aanvragen gingen over de verzekeringstussenpersonen.

Zijn deze cijfers te vergelijken met het jaarrapport van Ombudsfin, waar er in 2022 7.804 aanvragen voor tussenkomsten waren, waarvan 2.814 ontvankelijk? Neen, de twee diensten hebben een andere rol. Terwijl de Ombudsman Verzekeringen rechtstreeks toegankelijk is voor de consumenten, behandelt Ombudsfin na de ombudsdienst banken/kredietinstellingen, de aanvragen in tweede lijn.

“Het is een goede zaak dat consumenten hun weg vinden naar de ombudsman”, zegt Erik Weekers, woordvoerder van de Nederlandstalige verzekeringsmakelaars. “Meer betrokkenheid van de klanten en veel meer veranderende omstandigheden in het alledaagse leven zorgen ervoor dat er ook meer vragen gesteld worden”.

“We stellen bovendien een gevoelige verhoging van aanvragen vast als het gaat om bereikbaarheid van de verzekeringsmaatschappijen en de tussenpersonen. In werkelijkheid gaat het om veel meer, horen we van onze leden. Maar gelukkig worden die meestal beantwoord en opgelost door de verzekeringsmakelaar die de go-beween is tussen de klant en de verzekeringsmaatschappij, waar er inderdaad door een personeelstekort een probleem van bereikbaarheid bestaat. Daarom focussen de verzekeringsmaatschappijen – en ook de verzekeringsmakelaars - zich op digitale oplossingen. Maar dat lijkt helaas niet genoeg te zijn voor de consument, zegt de studie van de Ombudsman”.

HOGE TEVREDENHEIDSSCORE BIJ VERZEKERINGSMAKELAARS

Een studie van het media-agentschap Wavemaker zegt dat de klant zeer tevreden is over de verzekeringsmakelaar. Wavemaker voerde deze studie in 2021-2022 uit bij 700 personen tussen 24 en 65 jaar.

Enkele cijfers uit de studie:

- 1 op 2 klanten geeft een verzekeringsmakelaar de hoogste tevredenheidsscore. Bij de banken is dit bijvoorbeeld 1 op 3. Dezelfde cijfers ziet u ook op de vraag ‘wie raad je je vrienden of familie aan om je verzekeringsdossiers af te handelen?’ Hier ook is de verzekeringsmakelaar dé referentie.
- Dezelfde studie zegt ook dat 22,6% van de Belgen de verzekeringsmakelaar spontaan als ‘Top of Mind’ vermeldt als het om deze vraag gaat: ‘Als je een vraag hebt over verzekeringen of je wenst een verzekeringscontract te onderschrijven, aan wie denk je dan?’ De banken krijgen hier bijvoorbeeld een score van 7%.

Op sectorniveau worden immers meerdere acties ondernomen om de toegankelijkheid van de verzekeringsmakelaar uit te breiden: op de zoekmotor www.makelaarinverzekeringen.be, de website of webpagina van de makelaar met verschillende contactmogelijkheden, een permanente aanwezigheid op Google, via sociale media en andere digitale kanalen.

KNELPUNTBEROEP

Ook bij de verzekeringsmakelaars bestaat er en tekort aan personeel en talenten. Een knelpuntberoep als het ware zoals in andere sectoren.

“Nochtans biedt ‘werken bij een verzekeringsmakelaar’ veel perspectieven en met een grote variatie”, vervolgt Erik Weekers. “We doen niettemin heel wat inspanningen naar hogescholen en universiteiten om vers bloed aan te trekken en zijn vaak gastspreker op evenementen voor studenten. Eind april werd er zelfs in Namen een Jobday georganiseerd door de Franstalige makelaarsfederatie Feprabel. Jongeren, ook politici, kwamen er aan het woord. Verzekeringen spelen immers een fundamentele en uitdagende rol in de toekomst van onze jeugd: gezondheid, pensioen en zeker en vast niet te vergeten het klimaat, allemaal thema’s die hen aanbelangen”.

WAT BETEKENT DUURZAAMHEID BIJ EEN VERZEKERINGSMAKELAAR?

Dat is ook de reden waarom er binnen de sector een project opgestart is: wat betekent duurzaamheid bij een verzekeringsmakelaar? Het gaat hier meer dan enkel om het voorstellen van duurzame verzekeringsproducten, maar ook om concreet de ESG-principes toe te passen bij de medewerkers van het kantoor en uiteraard in de klantenrelaties.

Lees hierna:

Brocom: in de zomer blijft 'je makelaar' actief en bereikbaar

Klik hier

IN DE ZOMER BLIJFT ‘JE MAKELAAR’ ACTIEF EN BEREIKBAAR!

Tijdens de zomer zal ‘Je Makelaar’ zijn sociale media kunnen animeren met regelmatige, ludieke berichten. In september herlanceren we onze themacampagnes om het jaar af te sluiten met De Slimste Mens ter Wereld. In de tweede helft van het jaar richten we ons op uw fysieke en digitale bereikbaarheid. Daarom inventariseren we in september tijdens een webinar alle tools die u tot uw beschikking heeft.

‘Je Makelaar’ op sociale netwerken

Vanaf 17 juli lanceert ‘Je Makelaar’ een quiz op Facebook in de vorm van een story en post. We bouwen verder op ons concept ‘tijden veranderen’ en de gedragsverandering van de klant. Deze enquête stelt vragen over gedrag om klanten naar hun makelaar te brengen door hun toegevoegde waarde te benadrukken.

Op de website makelaarinverzekeringen.be komt een blog met alle voordelen van het makelaarschap. We vragen u om deze berichten massaal te delen, zodat we de hele zomer sterk aanwezig zijn op de sociale netwerken, die in deze periode veel gebruikt zullen worden.
Deze animaties zullen ook beschikbaar zijn op **brocom.be** en op uw digitale schermen.

‘Je Makelaar’ maandelijks op digitale media

Vanaf september voeren we weer themacampagnes om uw verkoopsdynamiek bij zowel particuliere als zakelijke klanten op peil te houden. Er zullen vier thema’s worden gecommuniceerd: groepsverzekeringen en beleggingen, pensioenen, professionele verzekeringen en vermogensbeheer.

Om dit te bereiken zullen we berichten verspreiden via sociale media: Facebook of LinkedIn (afhankelijk van de doelgroepen), native advertenties en displays. Bovendien zijn we permanent aanwezig in de zoekmachine van Google.

We beginnen in september met de campagne ‘Groepsverzekering’. Deze zal ondersteund worden door een podcast met experts van een aantal partners en FVF. Dit zal de gelegenheid zijn om de voordelen van groepsverzekeringen te belichten voor bedrijven die hun werknemers willen behouden en hun toekomst willen voorbereiden.

30% van de Belgen luistert regelmatig naar podcasts in de auto, tijdens het joggen… Aarzel dus niet om deze te delen op je digitale kanalen. De podcast zal beschikbaar zijn op **brocom.be**. ‘Je Makelaar’ zal aanwezig zijn op de meest gebruikte luisterplatformen. Zo zijn we overal aanwezig.. Alle informatie wordt u in september toegestuurd.

‘Je Makelaar’ op TV!

Vanaf eind oktober is ‘Je Makelaar’ weer te zien op tv, gericht op ondernemers met een aangepaste reclame. Het tv-plan is in de eerste plaats gericht op ondernemers die geïdentificeerd worden aan de hand van hun btw-nummer in hun abonnement. De magie van nieuwe technologische tools!

In november wordt de sponsoring van ‘De Slimste Mens ter Wereld’ hervat met een tv-campagne op Play4 en sponsorborden ‘Wat weet je over… je verzekeringsmakelaar?’ en berichten over de makelaar in de digitale media. Meer informatie in september.

‘Je Makelaar’ is altijd bereikbaar

De informatie in het jongste jaarverslag van en het interview met de Ombudsman van de Verzekeringen maakt het noodzakelijk om de beschikbaarheid en bereikbaarheid van de makelaar via verschillende kanalen opnieuw te benadrukken. De makelaar blijft de meest beschikbare contactpersoon in vergelijking met alle andere distributiekanalen en dit wordt bevestigd in onze jaarlijkse enquête: de bereikbaarheid van de makelaar gaat er op vooruit. Dit voordeel zal systematisch worden benadrukt in onze campagnes. Daarnaast nemen we een aantal initiatieven om uw fysieke en digitale toegankelijkheid uit te breiden, zoals:

- de SOFACHAT in samenwerking met Portima, die we u warm aanbevelen, kan u via **deze link** (her)bekijken. Hierin wordt ingezoomd op alle elementen van een optimale fygitale klantbenadering.
- de lancering van premium webpagina’s vanaf juli. Op **makelaarinverzekeringen.be** heeft u een standaard webpagina die u kan personaliseren. Het verkeer naar deze site neemt elk jaar toe. Vanaf juli kan uw pagina worden uitgebreid met een klantenzone, een link naar de sectorcatalogus en productinformatie…. Voor meer informatie kan u op brocom.be terecht.
- Via een webinar in september over alle digitale BROCOM-tools doorlopen we samen met Erik Weekers deze tools en geven we adviezen om uw verkoopkansen te verhogen. Een praktisch webinar dat u niet mag missen. U ontvangt uw uitnodiging in de loop van de zomer.

Zoals u kan zien, heeft ‘Je Makelaar’ een groot aantal activiteiten en evenementen gepland voor deze zomer. Deze drukke zomer toont eens te meer aan dat de makelaar zich resoluut blijft inzetten voor het succes van zijn klanten.

Lees hierna:

ANPI: Brandblussers (deel 3)

Klik hier

e-GOR powered by Brio: dé tool voor levensverzekeringen

publireportage

Omdat levensverzekeringen een belangrijk onderdeel zijn van de makelarij, hebben we in oktober 2022 e-GOR toegevoegd aan de Brio familie. e-GOR bestaat intussen tien jaar en heeft als doel om je te helpen bij het beheer en het optimaliseren van de levensverzekeringen van je klanten.

Waarvoor kan je e-GOR gebruiken?

Als makelaar kan je e-GOR gebruiken om je klanten het belang van een levensverzekering uit te leggen want het is belangrijk dat zij aan later denken, zelfs op jonge leeftijd.
Daarnaast helpt de tool je om vlot te communiceren met je klant, en om de risico's van zijn beleggingen op te volgen in functie van zijn profiel.

Hoe werkt het?

Met e-GOR beheer en optimaliseer je pensioenpolissen en beleggingen en doe je aan risicobewaking. Dat alles is mogelijk dankzij het volledig geautomatiseerde proces van het opvragen van informatie bij de klant, de boekhouder en verzekeringsmaatschappijen, tot en met het opstellen van een duidelijk voorstel voor de klant. Bovendien zorgt e-GOR voor de naleving van wettelijke verplichtingen.

Concreet bestaat e-GOR uit vier grote onderdelen:

- Pensioenverzekering
- Overlijdensverzekering
- Ziekte- en invaliditeitsverzekering
- Vermogen

Wat vind je in e-GOR?

1. Een dashboard dat een compleet overzicht geeft van het portfolio van de klant. Dat helpt je om de klant te informeren, maar de klant kan alles ook zelf opvolgen.
2. Een ecosysteem waarin makelaar, maatschappijen en boekhouder kunnen samenwerken om het kapitaal van de klant te optimaliseren.
3. Een risicoanalysetool gebaseerd op het profiel van de klant. Het is heel belangrijk om het profiel van de klant vast te stellen en het de portefeuille daarop af te stemmen – dat is trouwens een wettelijke vereiste.

Meer weten?

Ben je bezig met levensverzekeringen en wil je kennismaken met e-GOR of meer info krijgen? Contacteer je dan je accountmanager of bekijk ons webinar via MyPortima (myportima.com).

Alles weten over e-GOR? Surf naar www.e-gor.be

brio

ANPI INSTRUEERT: BRANDJE IN DE KIEM SMOREN?

BRANDBLUSSERS (DEEL 3)

De brandblussersaga van ANPI kent met dit 3e en laatste hoofdstuk haar einde. Heeft u de vorige delen aan u moeten laten voorbijgaan en wenst u deze reeks te bingelezen, klik dan eerst op deel 1 en deel 2. Het is overigens raadzaam dit te doen, alvorens aan de lijve te ondervinden dat uw brandblustoestel niet aan de vereiste criteria voldoet. Een brandoefening bij FVF einde mei jongstleden, maakte ondergetekende en collega's nog meer bewust van een correcte opvolging hieromtrent.

WAAR EN HOE EEN BRANDBLUSSER PLAATSEN?

Brandblussers moeten zichtbaar, gemakkelijk toegankelijk en gemarkeerd zijn.

ANPI raadt het volgende aan:

- Plaats het blustoestel vlakbij toegangen en uitgangen (deuren, gangen, trappen, hallen; op de afbeelding rechts de opstelling in de inkomhal van FVF in aanloop naar de brandoefening van einde mei);
  Plaats het geschikte blustoestel in de buurt van het risico en buiten de te beschermen ruimte;
- Zorg zo nodig voor bescherming tegen stoten en slagen;
- Bevestig de brandblussers aan de muur - op een geschikte steun die bij het apparaat wordt geleverd - met de onderkant van de brandblusser op een hoogte tussen 0,8 en 1 m van de vloer;
- Voorzie minstens twee blustoestellen per verdieping of compartiment;
- Geef hun aanwezigheid aan met de officiële pictogrammen.

Nota: het pictogram moet in overeenstemming zijn met de Codex over het welzijn op het werk, Boek III, Titel 6 - of gebaseerd zijn op specifieke criteria met de norm NBN ISO 7010.

Codex welzijn op het werk III,6

Norm NBN ISO 7010

Het begrip "bluseenheid" wordt vaak verkeerd begrepen. Een bluseenheid is niet gelijk aan een blusapparaat! Bovendien is er geen automatische correlatie tussen de capaciteit van het toestel en het aantal bluseenheden.Ze worden best geplaatst in de vorm van "haakse of wigvormige borden" (3-D).

HOE DE STAAT ERVAN VERZEKEREN?

De Codex over het welzijn op het werk schrijft een (minimaal) jaarlijks onderhoud en inspectie van blustoestellen voor, maar elke eigenaar of manager moet de kennelijke goede staat van zijn toestellen checken (minstens elke maand of elk kwartaal).
Gebruikte (als de zegels niet meer aanwezig zijn) of beschadigde apparaten moeten onmiddellijk worden vervangen. Uw veiligheid staat op het spel!

Laat uw blustoestellen jaarlijks onderhouden door een bevoegde persoon, volgens de norm NBN S 21-050. Deze norm bepaalt de punten die gecontroleerd moeten worden bij het onderhoud van draagbare blustoestellen. Het stelt ook de levensduur van een blustoestel van 20 jaar als richtwaarde.

ALLEEN GECERTIFICEERDE PRODUCTEN ZIJN BETROUWBAAR!

Sommige decoratieve gadgets beschikbaar op de markt voldoen niet noodzakelijk aan de normen en werken mogelijk niet wanneer nodig.

Het toestel moet een merkteken BENOR / BENOR ANPI / BENOR V dragen. Er bestaat geen CE-markering voor de blusfunctie.

HOE HERKENT U ZE?

Ze dragen het label "BENOR". BENOR certificeert dat de blustoestellen voldoen aan de Europese normen van de EN 3-serie en voldoen aan de wettelijke eisen voor huishoudelijk of professioneel gebruik in gebouwen.

Sommige blustoestellen dragen 2 labels: BENOR en ANPI. Deze voldoen aan de dubbele certificering vereist door ASSURALIA. BENOR om de conformiteit met de normen te bevestigen en ANPI die de verificatieproeven impliceert die in de Technische nota NTN 105 worden opgesomd.

Het BENOR V kwaliteitslabel is vereist voor autoblustoestellen. Wegens hun kleine capaciteit moeten deze blussers voorbehouden worden voor gebruik in "voertuigen". Ze voldoen niet voor gebruik in een gebouw (huishoudelijk of professioneel risico).

IN DE PRAKTIJK

In uw bestellingen en bestekken moet u absoluut gecertificeerde draagbare blustoestellen eisen. Vergeet niet de vereiste verificaties en het onderhoud uit te voeren.

Onder deze voorwaarden zouden uw blustoestellen hun kwaliteiten in de loop der jaren moeten behouden en in werking moeten zijn in geval van brand!

Bronnen:
- Lijst van BENOR-goedgekeurde brandblusapparaten: www.apragaz.be
- Lijst van BENOR-ANPI blustoestellen (blusmiddel, blusvermogen en modelvuurhaard): www.anpi.be
- Lijst van bevoegde bedrijven voor het onderhoud van draagbare brandblussers (NBN S 21-050): www.apragaz.be
- NBN EN 3-7 - Draagbare blustoestellen - Deel 7: Eigenschappen, prestatie-eisen en beproevingsmethoden
- NBN S 21-050 - Schouwing en onderhoud van draagbare brandblussers
- "Voorschriften voor niet-automatische brandblustoestellen" - Assuralia, 2013.
- "Regels van goed vakmanschap - Keuze en plaatsing van draagbare en mobiele blustoestellen"- FireForum, 2021.

Wie is ANPI?

ANPI is de Nationale Vereniging voor brand- en diefstalbestrijding, een vzw die is opgericht op initiatief van de Belgische verzekeringsondernemingen, gegroepeerd in Assuralia. Vandaag zijn de leden van ANPI, naast de verzekeringsmaatschappijen, alle industriële federaties en beroepsverenigingen die gesensibiliseerd zijn door de preventie van brand en diefstal, alsook de overheid.

Lees hierna:

Sectornieuws

Klik hier

Sectornieuws

AXA

AXA Belgium kondigde begin juni aan dat na drie jaar in de functie van Chief Financial Officer, **Sabine Wuiame** (foto links) wordt benoemd tot Adviseur van de CEO van AXA Belgium. In deze hoedanigheid blijft zij lid van het Management Committee en wordt zij verantwoordelijk voor strategische missies in België en internationaal, ter ondersteuning van de uitvoering van het nieuwe strategische plan 2026. Zij zal tevens de functie van CEO van AXA Holdings Belgium op zich nemen.

AXA Belgium kondigde tevens de benoeming aan van **Antoine Boyer de la Giroday** (foto rechts) als nieuwe Chief Financial Officer. Hij vervangt Sabine Wuiame en treedt toe tot de Raad van Bestuur van AXA Belgium als uitvoerend bestuurder. Het proces om Antoine te vervangen als Chief Life & Health Officer loopt momenteel.

BALOISE

Baloise Belgium, al ruim drie decennia sponsor bij voetbalclub
KAA Gent, wordt de opvolger van VDK-bank als hoofdsponsor van de Oost-Vlaamse club die uitkomt in de Pro League.

Baloise heeft veel ervaring in het sponsoren van nationale sportdossiers. De verzekeraar is goed gekend binnen het wielrennen o.a. als naamsponsor van de Baloise Belgium Tour en van de ploegen 'Baloise Trek Lions' en 'Team Flanders Baloise'. Dit jaar werd ze nog hoofdsponsor van de Koninklijke Belgische Turnbond.

BNP PARIBAS CARDIF

BNP Paribas Cardif verhuisde medio april naar een nieuw kantoor te **Warandeberg 8, 1000 Brussel**.

Met deze verhuis naar BNP Paribas Campus Uptown brengt de groep zijn medewerkers samen, wat de samenwerking tussen verschillende BNP Paribas-entiteiten zal vergemakkelijken.

EUROP ASSISTANCE

Traditioneel peilt Europ Assistance via een grootschalige enquête naar de intenties en bezorgdheden van de Belgen en Europeanen voor de komende zomervakantie.

Via **deze link** vindt u alle details van deze nieuwe Vakantiebarometer en hierna het typische profiel van de Belgische reiziger in de zomer van 2023. Degenen
met vakantieplannen:

- beschikken dit jaar over een iets lager vakantiebudget, maar blijven (heel) enthousiast om op vakantie te gaan;
- blijven in eigen land of kiezen bestemmingen in Zuid-Europa en gaan er met de auto naartoe;
- gebruiken de gezinsvakantie traditioneel om te ontspannen
  en te genieten van het vakantieverblijf, bij voorkeur aan zee. Sommigen maken van de gelegenheid gebruik om op hun vakantiebestemming te blijven werken (workation);
- maken zich zorgen om hun gezondheid en die van hun naasten;
- beschouwen de pandemie niet langer als een grote zorg. Anderzijds wordt het vakantiebudget een belangrijke factor, vooral omdat de inflatie er vaak toe leidt dat bepaalde keuzes moeten worden gemaakt of bepaalde uitgaven moeten worden beperkt;
- passen hun gedrag steeds meer aan in functie van hun ecologische voetafdruk.

Lees in deze Vrijuit ook zeker het **interview met Fernando Diaz, CEO van Europ Assistance**, voor de nieuwste ontwikkelingen en de toekomstvisie bij Europ Assistance.

Nieuws te melden?

Bezorg het ons via guy.donckers@fvf.be

Lees hierna:

Lovende recensies over eerste huisgemaakte FVF-webcast

Klik hier

VRIJDAG 13 OKTOBER 2023

DE DAG VAN DE MAKELAAR 2023

NEKKERHAL - MECHELEN

1-2-3 AND ... ACTION!

LOVENDE RECENSIES OVER EERSTE HUISGEMAAKTE FVF-WEBCAST

“Als je een film wilt maken, maak het dan. Wacht niet op een beurs, wacht niet op de perfecte omstandigheden, maar doe het gewoon” aldus de Amerikaans filmregisseur, acteur en scenarioschrijver Quentin Tarantino. Bij FVF dachten ze er net zo over want medio april blikte FVF naar aanleiding van de intentieverklaring van AXA-Crelan zelf een eerste webcast in.

Op 18 april 2023 zit Erik Weekers, CEO bij FVF samen met Tom Van Wambeke, Productmanager & Legal Advisor bij Euromex om nauwgezet de kritische aandachtspunten in de voornoemde intentieverklaring onder de loep te nemen en er vervolgens onderbouwd advies en pragmatische aanbevelingen aan vast te koppelen die de betrokken AXA- en Crelan-kantoren extra troeven moeten opleveren.

Voor FVF-leden die toch enig voorbehoud aantekenen bij deze voorgestelde intentieverklaring, kan de tool die FVF hiervoor ontwikkelde bij dusdanige vertrouwelijkheidsgesprekken soelaas bieden. Dominique Thoen, Legal Manager bij FVF, somt in deze webcast de voordelen en de extra features van deze tool glashelder op.

Wie wil rond de tafel zitten met een concullega in deze context, kan als FVF-lid met het Legal Team van FVF contact opnemen via een e-mail aan Sihana Rruka, Legal Advisor bij FVF (**sihana.rruka@fvf.be**) teneinde na te gaan of de FVF-tool bruikbaar is in de context van de voorliggende casus. Graag geven we mee dat deze tool ook kan worden aangewend in het kader van gesprekken rond overnames van verzekeringsportefeuilles.

De première ligt al even achter ons maar FVF-leden kunnen deze opname naar believen (her)bekijken in de ledenzone van de FVF-website via **deze link**.

Lees hierna:

FVF staat voor u klaar!

Klik hier

MEER WAARDE
VOOR MAKELAARS

Bedankt voor het lezen!

Wij staan voor u klaar:

Erik Weekers
CEO
erik.weekers@fvf.be

Christophe Thoen
COO
christophe.thoen@fvf.be

Filip Vos
Account Manager
filip.vos@fvf.be

Tamara De Jonghe
Finance & Event Manager
tamara.dejonghe@fvf.be

Kelly Van Den Berg
Office Manager
kelly.vandenberg@fvf.be

Guy Donckers
Communication Manager
guy.donckers@fvf.be

Dominique Thoen
Legal Manager
dominique.thoen@fvf.be

Sihana Rruka
Legal Advisor
sihana.rruka@fvf.be

An Beyens
Coordinator Manager
an@brokerstraining.org

FVF, de Federatie voor Verzekerings- en Financiële tussenpersonen, zet zich dagelijks in voor de verdediging van de belangen van haar leden, de Nederlandstalige verzekeringsmakelaars. Tot op heden bundelt zij de stem van twee derde van de Vlaamse makelaars.

Lees zeker '10 redenen om FVF-lid te zijn'

Voor lidmaatschap & eventuele vragen hieromtrent kan u steeds terecht bij

Filip Vos

Account Manager

filip.vos@fvf.be