

## Speech van Hanzo van Beusekom (bestuurslid AFM) Verbond van Verzekeraars

21 mei 2026

Dank u wel voor de uitnodiging om u hier toe te spreken.

Mijn wekker ging vanochtend vroeg af. Niet omdat het zeven uur was, maar omdat mijn horloge aangaf dat dit het beste moment was om wakker te worden.

Mijn slimme horloge heeft mijn slaap, hartslag en stressniveau al geanalyseerd.

Op mijn telefoon zie ik een bericht: 'Uw zorgpremie is deze maand met 12 euro gestegen.'

Niet omdat ik ziek ben geworden, maar omdat ik de afgelopen weken minder heb bewogen, ik verschillende keren laat naar bed ben gegaan en omdat het algoritme ziet dat mensen zoals ik, met mijn profiel, iets vaker claimen.

Even later stap ik in de auto. De auto weet hoe hard ik normaal rijd, hoe scherp ik bochten neem en hoe vaak ik net iets te laat rem. Nog voordat ik op mijn werk ben, krijg ik een tweede melding: "Let op! Uw autoverzekering wordt duurder als u uw rijstijl niet aanpast."

Ik hoef u niet uit te leggen dat dit (nog net) sciencefiction is. De techniek bestaat al. De klant komt steeds meer in het vizier.

En dit is het moment waarop veel mensen zeggen: "Wat is hier oneerlijk? Je betaalt wat je risico is."

Maar stel je nu iets anders voor.

Stel dat je chronisch ziek bent. Of een genetische aanleg hebt. Of simpelweg pech. Je doet niets verkeerd. Je leeft gezond. Je rijdt netjes.

Maar elke maand zie je dezelfde boodschap: "Uw premie stijgt."

Tot het moment komt dat het niet meer gaat. Niet omdat je onverantwoordelijk bent, maar omdat de premies simpelweg te hoog worden.

Dan verandert verzekeren voor jou als deelnemer van een vangnet... in een loterij.

En dan is de vraag niet meer: hoe precies kunnen we risico's berekenen?

Maar: wie laten we nog meedoen?

Dit is het spanningsveld waar we vandaag in zitten.

De uitdagingen en ontwikkelingen waar u mee te maken heeft, herken ik. Die komen terug in de drie pijlers die wij bij de AFM belangrijk vinden: digitalisering, weerbaarheid en Europeanisering.

Digitalisering maakt verzekeren slimmer en scherper dan ooit. Ik mag u complimenteren met de innovaties die u doet.

Maar het daagt ook het hart van verzekeren uit: solidariteit.

En natuurlijk begrijpen wij dat verzekeraars steeds meer met data werken.

Er komen steeds meer data beschikbaar: over gedrag, gezondheid, locatie en risico's.

Daardoor wordt personalisatie mogelijk: premies die steeds beter aansluiten op het individuele risico.

Dit is geen toekomstmuziek; dit gebeurt nu al.

En laten we eerlijk zijn: dat kan positief uitpakken.

Een betere inschatting van risico's: minder schade, betere premies.

Sommige groepen worden juist beter verzekeraar door verfijning van data. De taxirijders in Noordoost-Drenthe hoeven niet te betalen voor de brokkenpiloten uit Amsterdam.

Meer inzicht kan ook verantwoord gedrag stimuleren: consumenten worden bewuster van de risico's en hun gedrag, omdat het niet meer op de grote hoop van solidariteit komt. Goed gedrag wordt beloond en kan leiden tot een lagere premie.

Inzicht in data en schade patronen helpt ook om preventie effectiever te maken.

Innovatie helpt verzekeraars relevant te blijven in een internationale markt.

Belangrijk om te melden: dit maakt duidelijk dat innovatie positief kan uitpakken. Wij zijn dus ook zeker niet tegen innovatie. Wij vinden het zelfs noodzakelijk om concurrerend te kunnen blijven.

Maar we zijn een toezichthouder, dus kijken wij vooral naar risico's.

Het idee van verzekeren is natuurlijk ontstaan vanuit het bieden van zekerheid voor iedereen in de gemeenschap. Niet gebaseerd op winst maken, maar op solidariteit.

Ik vind het ook mooi om te zien dat de branche ook voor de moeilijkste gevallen nog een eigen vangnet heeft. Hierdoor zorgt u ervoor dat consumenten weerbaar blijven.

En natuurlijk is het niet verkeerd om winst te maken.

Verzekeren is risico's delen. Als we alles individualiseren, delen we uiteindelijk niets meer. Juist bij verzekeren moet het niet te veel van risico's delen naar risico's personaliseren gaan. Dat ondermijnt het vertrouwen in de sector. Alleen, waar ligt dan precies de grens?

Verzekeraars hebben niet alleen een commerciële, maar ook een maatschappelijke verantwoordelijkheid.

De grens zal niet altijd even duidelijk zijn, maar daarbij loopt u het risico dat, als u dit zelf niet oppakt, de politiek ingrijpt. En het is de vraag of u daarop zit te wachten. Gaat u zelf sturen, of wilt u gestuurd worden?

En dat zelf sturen is niet altijd makkelijk. Want u heeft een mooi en prijzenswaardig ethisch kader. Maar verzekeraars komen steeds vaker van over de grens. Houden zij zich dan aan uw kader?

Hoe zorgen we dat buitenlandse spelers ook hetzelfde ethische kader van het Verbond erkennen? Daar is het aspect van Europeanisering.

Misschien goed om daar op deze dag ook bij stil te staan. U bent nu toch bij elkaar? En gezien waar uw sector vandaan komt, die gemeenschapszin en die maatschappelijke betrokkenheid, hebben de

Nederlandse verzekeraars juist de kracht om gezamenlijk met oplossingen te komen.

Wat moet u nu van mij meenemen?

Gebruik data, maar met beleid. Blijf vooral innovatief, maar niet alles wat kan, moet.

Bescherm solidariteit actief. Verzekerbaarheid is geen vanzelfsprekendheid.

Neem zelf het stuur. Zorg voor weerbaarheid. Wacht niet op wetgeving – vorm samen de norm. En natuurlijk willen wij daar als toezichthouder in meedenken. Op een dag als vandaag, maar ook op andere momenten. We zijn hier ook om te luisteren en het gesprek aan te gaan en nemen graag inzichten uit de sector mee. Het dilemma tussen solidariteit en personalisatie is ook ons dilemma. Wij denken graag mee.

Dan houden we de klant in het vizier zonder dat solidariteit uitgehold wordt, en houd ik mijn smartwatch nog even om.