



Occasional paper

Technologie richting 2033

De toekomst van verzekeren en toezicht



Lees verder



Inhoud

Managementsamenvatting	3	04 Impact van EU-beleid	20
01 Inleiding	5	4.1 Horizontale beleidsontwikkelingen	20
1.1 Doel	5	4.2 Digitale en datastrategie Europese Commissie	22
1.2 Scope en aanpak	5	4.3 Sectorale beleidsontwikkelingen	22
1.3 Leeswijzer	6	4.4 Gedragstoezicht in de EU & Cross border-issues	22
02 Technologische trends	7	4.5 Conclusie	23
2.1 Data	7	05 Impact voor de AFM	24
2.2 Dataopslag/ontsluiting	8	5.1 Rol van de AFM in het geheel	24
2.3 Data-analyse	9	5.2 Publiek belang, risico's en toezichtaanpak	24
2.4 Connectiviteit	10	5.3 Conclusie	28
2.5 Digitale veiligheid	10		
2.6 Digitale vaardigheden & legacy	11		
2.7 Conclusie	11		
03 Impact voor verzekeren	12		
3.1 Procesoptimalisatie	12		
3.2 Nieuwe proposities	14		
3.3 Veranderende rollen	17		
3.4 Nieuwe afhankelijkheden	18		
3.5 Overige ontwikkelingen in distributie en product	18		
3.6 Conclusie	19		





Managementsamenvatting

Digitalisering gaat ontegenzeggelijk impact hebben op de verzekeringssector en het toezicht hierop. Verzekeraars vergaren meer data, passen slimmere data-analyses toe, en beïnvloeden zo hun volledige bedrijfsvoering en distributie, van beprijzing tot claimafhandeling. Dit geldt niet alleen voor Nederlandse verzekeraars, maar voor vele Europese partijen, die ook in Nederland actief kunnen worden. Dit brengt nieuwe vragen en uitdagingen voor toezicht mee.

Dit rapport kijkt met een horizon van tien jaar naar de mogelijke invloed van een digitaliserende wereld. We schetsen de belangrijkste technologische trends, de impact hiervan op verzekeraars en de distributie, de invloed van Europese regelgeving en de impact van dit geheel op de AFM en beleidsmakers.

De belangrijkste technologische trends strekken zich uit van een toegenomen hoeveelheid data en grotere analysekracht, tot toenemende connectiviteit en vraagstukken rond veiligheid en vaardigheden. Het aantal databronnen groeit, onder meer door met het internet verbonden apparaten, waardoor er een continue (data-)interactie mogelijk is tussen de verzekeraar en klant. Cijfers en tekst worden als belangrijkste databronnen verrijkt met analyses van gesprekken, foto- en video-materiaal. Connectiviteit en mogelijkheden om data te kunnen ontsluiten en delen, laten nieuwe samenwerkingen en diensten toe die eerder niet mogelijk waren.

Verzekeraars kunnen deze technieken toepassen in hun beprijzing, voorwaarden en acceptatiebeleid. Iedere consument kan een op maat gemaakte premie krijgen, die ofwel zijn of haar verfijnde actuariële risico reflecteert, ofwel de betalingsbereidheid. Ook polisvoorwaarden zouden niet langer hoeven te bestaan uit vaste sets, maar op maat toegesneden kunnen worden. Zo krijgt iedere consument een volledig geïndividualiseerd product met bijbehorende prijs. Het acceptatiebeleid kan zo verfijnd worden als verzekeraars het kunnen inrichten. Moeilijk verzekerbare risico's, zoals cyberdreigingen, kunnen betaalbaar blijven door preventie. De afhandeling van claims, inclusief de fraudedetectie, kan in vergaande mate worden geautomatiseerd.

De distributie van verzekeringen verandert onder invloed van embedded insurance en roboadvies. Door verzekeringsmodules bijvoorbeeld op websites te integreren ('embedded') hoeven deze niet alleen aangeboden te worden bij de aanschaf van een product, zoals een reis of fiets, maar kan de distributie zich uitstrekken tot een potentieel oneindig aantal bemiddelaars, gedurende de levensduur van een product. Maar ook verzekeringen die losstaan van een product, zoals overlijdensrisicoverzekeringen, kunnen via velerlei platforms worden afgesloten. Roboadvies maakt het mogelijk om ook over complexe en impactvolle producten zonder tussenkomst van de mens te adviseren. Bij embedded insurance, maar ook via de klassieke distributiekanaalen.

Datagebruik faciliteert de ontwikkeling van nieuwe soorten verzekeringen. Het opent de toegang tot verzekeringen die tijd- en locatiegebonden zijn, zoals gedurende het werk bij een flexcontract of een kort bezoek aan het buitenland. Gedragsbeprijzing kan worden ingezet bij vrijwel alle producten, variërend van het belonen van rijgedrag en levensstijl, tot het uitlezen van apparaten die verbonden zijn met het internet. Parametrische verzekeringen, waarbij de verzekeraar uitkeert als een bepaalde drempelwaarde wordt bereikt (zoals de vooraf vastgestelde hoeveelheid neerslag bij een festival), zijn eenvoudiger te ontwikkelen wanneer de verzekeraar over meer data beschikt, maar kunnen ook noodzakelijk zijn om bepaalde risico's verzekeraar te houden.

Naast de invloed op processen, distributie en producten, zou de rol van de verzekeraar zelf sterk kunnen veranderen. In de platformrol wordt een verzekeraar in toenemende mate afhankelijk van aanvullende dienstverlening. Deze kan aansluiten bij een product, zoals pechhulp bij een autoverzekering, maar ook hierbuiten vallen, zoals het plaatsen van zonnepanelen. Een verdergaand scenario is de verzekeraar als regisseur van een ecosysteem, die een klant van A tot Z kan ontzorgen op thema's als vitaliteit of wonen.



Een alternatief is dat de verzekeraar een kleinere rol krijgt in de gehele keten, waarbij de regie en het contact bij de fabrikant of een gevestigde platformpartij (zoals een BigTech) komt te liggen. Ook herverzekeraars kunnen indirect gaan concurreren met de verzekeraar, door insurtechs dan wel financieel, dan wel met verzekeringsexpertise te ondersteunen. Bij beide varianten is het essentieel dat het gelijke speelveld niet uit balans raakt door een datavoorsprong die wordt verkregen uit marktmacht of de concentratie van een of enkele spelers ten opzichte van de verzekeraar.

Europa tracht de technologische ontwikkelingen in goede banen te leiden met zowel horizontale als sectorale regelgeving. De reeks aan regelgevingsinitiatieven vanuit Europa benadrukken de noodzaak om uitdagingen voortkomend uit de digitaliserende wereld te ondervangen en de positie van de consument te beschermen. Naast de nieuwe verplichtingen die deze initiatieven met zich meebrengen opent het ook nieuwe mogelijkheden (bijvoorbeeld door datadeling), die ook de verzekeringssector kunnen beïnvloeden.

De verwachte ontwikkelingen onder invloed van digitalisering komen met nieuwe risico's. Zo kunnen gepersonaliseerde beprijzing en voorwaarden leiden tot een afbreuk van de solidariteit en onverzekerbaarheid. Verzekeraars die opereren als platform of ecosysteem, bieden in toenemende mate dienstverlening en producten die in basis niet onder het toezicht vallen, maar voor klanten wel doorslaggevend kunnen zijn. De toenemende mogelijkheden voor cross border-dienstverlening, gefaciliteerd door digitalisering, benadrukken voor de AFM het belang van gedrags-toezicht dat in alle Europese landen hoog op de agenda staat en uniform wordt geïnterpreteerd.

De rol van de AFM zal meeveranderen met de ontwikkelingen en risico's. Zo maken risico's rond solidariteit en onverzekerbaarheid dat de AFM nog sterker een signalerende rol moet hebben richting beleidsmakers, naast de blik op individuele instellingen. Het integreren van verzekeringen in een product, dienst, app of website, leidt potentieel tot een veelvoud aan bemiddelaars, wat mogelijk vraagt om een nieuwe toezichtbenadering. Toezicht op geschikte adviezen verandert wanneer de bijproducten voor consumenten meer doorslaggevend zijn. Het belang van samenwerking met andere toezichthouders neemt toe: binnen Nederland, en binnen Europa. Wel blijven de huidige uitgangspunten van de AFM in zekere zin onveranderd: vooruitblikkend toezicht op zowel processen (zoals PARP) als uitkomsten (zoals adviezen). Zo borgen we het individuele en collectieve financiële welzijn, en een gelijk speelveld.

We zullen ons toezicht de komende jaren zoveel mogelijk moeten laten aansluiten op de toekomstige ontwikkelingen. Daarnaast roepen we verzekeraars, betrokken toezichthouders en beleidsmakers op om na te denken over de mogelijke implicaties van de geschetste verwachtingen, onder meer in termen van ethiek en beleid. Om ook in de toekomst de risico's van digitalisering te verkleinen, en tegelijkertijd de kansen in te zetten om de producten en dienstverlening voor consumenten te verbeteren.



01 Inleiding

Het concept verzekeren is al eeuwenoud en gaat volgens verhalen zelfs terug tot 500 jaar voor Christus. De behoefte om risico's af te kunnen dekken is door de eeuwen heen alleen maar groter geworden. Voor consumenten zijn de typen verzekeringen grofweg onder te verdelen in twee thema's: schade en leven. Veel van de verzekeringen binnen deze thema's zijn al jaren grotendeels onveranderd.

De vraag is in hoeverre en hoe de digitaliserende wereld impact zal hebben op verzekeren. Bovenstaande suggereert dat het concept waar verzekeren op gebaseerd is (afdekken van risico's) niet snel aangetast zal worden. Er zullen altijd risico's bestaan en nieuwe risico's ontstaan, waarvoor dekking gezocht zal worden. Mogelijk worden door digitalisering bepaalde risico's verkleind of volledig opgelost, waardoor het verzekeren van die risico's onnodig wordt.

Tegelijkertijd zal digitalisering ontegenzeggelijk impact hebben op de verzekeringssector. Hierbij kan gedacht worden aan het omarmen van digitale technologieën om processen te optimaliseren en nieuwe proposities te ontwikkelen, verschuivingen in de waardeketen en mogelijke veranderingen in de rol van de huidige onder toezicht staande instellingen. Uiteindelijk is het mogelijk dat de kern van het verzekeringsbegrip verandert, bijvoorbeeld qua solidariteit.

De vraag is ook of dit om een verandering van het toezicht vraagt en in hoeverre de rol van de AFM zich verhoudt tot andere toezichthouders in het digitale speelveld. Binnen het concept verzekeren, kunnen bestaande risico's uitvergroten en nieuwe risico's ontstaan. De AFM zal zich ook dan onverminderd hard maken voor naleving van de zorgplicht en het centraal stellen van het klantbelang.

1.1 Doel

Met dit onderzoek trachten we vier vragen te beantwoorden, kijkend naar de wereld van 2033:

- Wat betekent digitalisering voor de verzekeringssector en meer specifiek voor de marktpartijen waar de AFM toezicht op houdt?
- Wat is en wordt de invloed van regelgeving vanuit Europa?
- Wat betekent dit voor de manier waarop de AFM toezicht houdt?
- Welke ambities moeten nu al worden geformuleerd om voorbereid te zijn op de mogelijke realiteit over tien jaar?

Deze verkenning beoogt inzichten en aandachtspunten te bieden voor toezicht-houders, verzekeraars en beleidsmakers.

1.2 Scope en aanpak

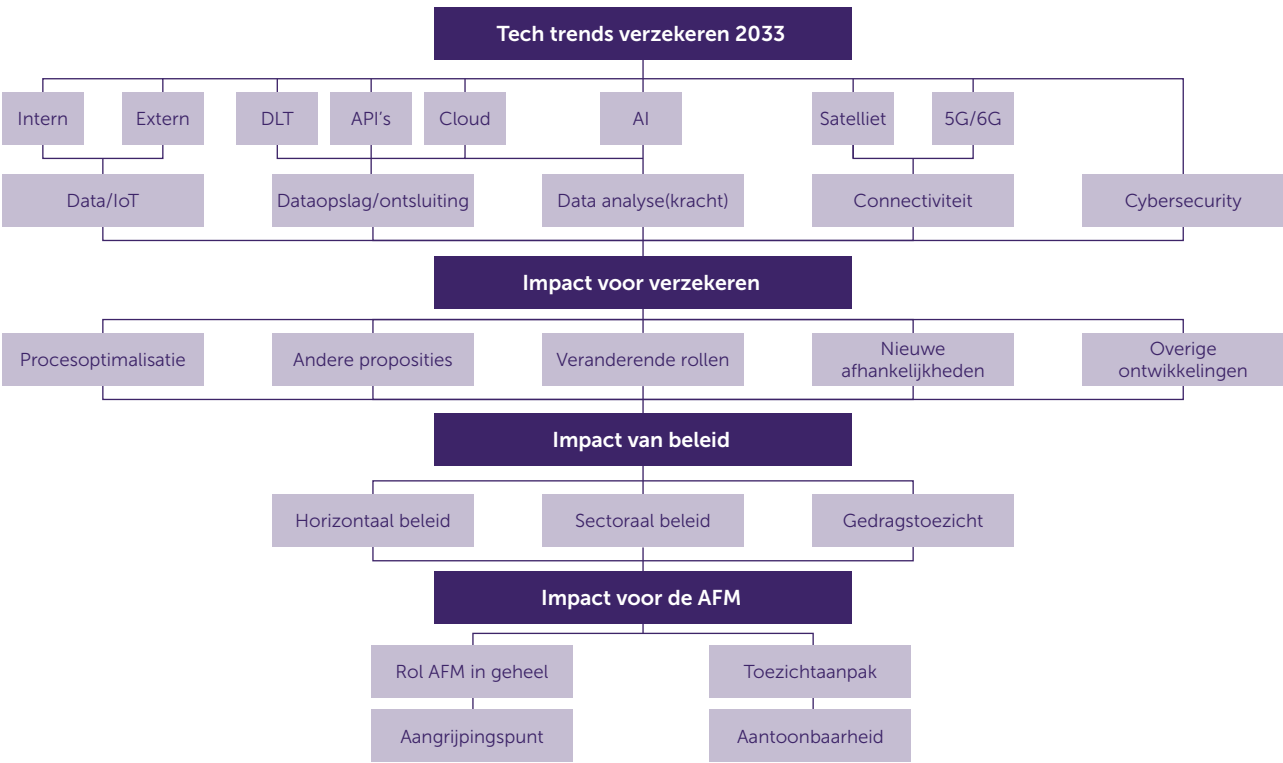
Deze verkenning focust op de volledige breedte van verzekeringsproducten en -distributie. Qua stakeholders ligt de focus op de partijen die nu onder het toezicht van de AFM vallen. Dit zijn verzekeraars, gevolmachtigden en intermediairs/adviseurs. Wetende dat het ecosysteem en de verhoudingen binnen dat ecosysteem kunnen veranderen, zullen andere stakeholders niet uit het oog worden verloren. De mogelijk veranderende rol en relatie tussen de partijen in het ecosysteem zullen dan ook geadresseerd worden in deze verkenning. De inzichten uit deze verkenning komen voort uit een combinatie van literatuuronderzoek en gesprekken met stakeholders binnen en buiten de sector.



1.3 Leeswijzer

Met dit onderzoek is geprobeerd een prikkelend beeld te schetsen van de mogelijke toekomst van verzekeren in 2033. Allereerst wordt een overzicht gegeven van de technologische ontwikkelingen die mogelijk een effect kunnen hebben op de sector (hoofdstuk 2). Hierna wordt de mogelijke impact van deze ontwikkelingen op de sector beschreven (hoofdstuk 3). (Het vooruitzicht van) de impact van technologische ontwikkelingen en de bijbehorende veranderingen leiden tot een divers palet van EU-beleid (hoofdstuk 4). Dit alles heeft consequenties voor de rol van de AFM in het grote toezichtlandschap en voor de manier van toezicht houden (hoofdstuk 5).

Figuur 1. Technologische trends en de impact op verzekeren, beleid en de AFM





02 Technologische trends

Welke ontwikkelingen vormen de verzekeringsmarkt de komende tien jaren? Wat is specifiek de impact van technologie en digitalisatie? In dit hoofdstuk beschrijven we ontwikkelingen die van invloed zijn op de verzekeringsmarkt. We gaan daarbij vooral in op de impact van technologie en digitalisering.

Data wordt in toenemende mate gegenereerd door apparaten gerelateerd aan gezondheid, fitheid, mobiliteit en de thuisomgeving. Auto's lijken soms op mobiele telefoons, er is geen horloge dat enkel meer de tijd aangeeft en in huis zijn apparaten met een app op afstand bestuurbaar. Wifi is niet enkel meer voor de laptop bedoeld en 5G- en satellietnetwerken worden ook door auto's gebruikt. Dit biedt gemak, maar kent ook uitdagingen. De economie en maatschappij groeien mee met de geschatte technologische ontwikkelingen. Dit kan leiden tot ingewikkelde situaties, bijvoorbeeld op het gebied van privacy. Wie ontvangt precies de data die mijn auto, horloge of koffiezetapparaat produceert?

2.1 Data

Het digitale systeem is erop gebouwd om data te kunnen genereren, opslaan, delen, verwerken en presenteren. Met elke handeling op en van een apparaat wordt data gegenereerd en uitgewisseld. Data kan op meerdere manieren worden verkregen. Het kan zogeheten eigen data zijn die intern is ontwikkeld, is voortgekomen uit analyses of is verkregen gedurende een interactie met een (potentiële) klant. Data kan ook extern zijn verkregen via samenwerkingen, openlijk beschikbare bronnen, inkopen of apparaten. Hierbij speelt het Internet of Things (IoT) een belangrijke rol, waarbij alledaagse apparaten als een koffiezetapparaat of babyfoon met het internet zijn verbonden.

Databronnen

Waar organisaties bij de opkomst van internet beperkt waren tot de data die ze zelf genereerden of verkregen uit de interactie met (potentiële) klanten, heeft het dataweb zich in een hoog tempo uitgebreid. De data die wordt gebruikt om consumenten te begeleiden in het klantervaringsproces, van oriëntatie tot aankoop, wordt uit uiteenlopende bronnen ontsloten. Voor iedere fase van het klantproces worden de optimale databronnen geïdentificeerd en samengebracht, om deze via (bijna) realtime analyse in te zetten.

Initieel werd de aandacht gericht op het aantrekken en onboarden van klanten, maar verzekeraars kunnen de komende jaren tevens sterker inzetten op het monitoringsproces. De eigen dataopbouw van een klant start bij de onboarding. Waar nodig wordt gebruik gemaakt van externe databronnen, aangezien dit de data-kwaliteit en/of het gemak van de onboarding bevordert. De datastroom die in het monitoringsproces ontstaat is afhankelijk van het type verzekering, het bedrijfsproces en de interactie tussen verzekering en klant. Hier ligt een sterk toegevoegde waarde van data en dit biedt mogelijkheden om aanpassingen te kunnen doen die waardevol zijn voor de klant en verzekeraar.

Slimme, met het internet verbonden, apparaten zullen in de komende jaren een vlucht nemen en bijdragen aan de continue interactie en datastroom tussen klant en verzekeraar. Deze datastroom biedt mogelijkheden om klanten nog beter te doorgronden en de inzichten te vertalen naar verdere personalisatie van bijvoorbeeld producten, prijzen en diensten.



Een steeds belangrijker wordende vraag is bij wie de data ligt. Zoals beschreven, wordt op steeds meer plekken data gegenereerd. Toegang krijgen tot de data die relevant is voor een instelling wordt steeds essentiëler. Instellingen zullen zich daarom moeten afvragen welke data er beschikbaar is, welke data relevant is en hoe ze toegang kunnen krijgen tot die data (zoals aankoop, samenwerking)?

Een uitdaging voor de toekomst zal zijn om het overzicht te hebben en houden over de dan beschikbare data. De datacurve blijft exponentieel groeien en de kwaliteit kan verbeteren. Maar data kunnen ook verouderen, afnemen in relevantie of verkeerd blijken.

Datavormen

De tijden van cijfers en platte tekst als belangrijkste datavormen zijn voorbij. Geavanceerde analysetechnieken maken het mogelijk om andere vormen van data vast te leggen en te analyseren. Gesprekken kunnen inmiddels vertaald worden naar tekst, waardoor geautomatiseerde analyse van gesprekken mogelijk wordt. Neurale netwerken kunnen op pixelniveau foto- en videomateriaal analyseren, wat een scala aan mogelijkheden biedt in een sector waar visuele bewijslast, vooral in het schade-segment, zeer waardevol is.

Datastandaardisatie

Datastandaardisatie is essentieel om data deelbaar te maken met een grotere groep (derde) partijen. Standaardisatie van de data en de ontsluiting, bijvoorbeeld via Application Programming Interfaces (API's), kan enkel afgedwongen worden door regelgeving.

Datasoevereiniteit

Data werd jarenlang het nieuwe goud genoemd. In ruil voor gebruikersdata, werden op internet en via de smartphone 'gratis' diensten en apps aangeboden. De verhoudingen kunnen de komende jaren verschuiven (onder meer onder invloed van wetgeving), waarbij de consument meer controle over en inzicht krijgt in het gebruik van zijn of haar data door organisaties.

Organisaties zullen de grenzen van datagebruik moeten respecteren en transparanter worden over de inzet van data voor diensten of processen.

Datakwaliteit en betrouwbaarheid

Datakwaliteit heeft een domino-effect op alle daaropvolgende stappen in het proces. Zonder de hoogste datakwaliteit en betrouwbaarheid verliezen modellen hun kwaliteit en toegevoegde waarde, en kunnen verkeerde uitkomsten desastreuze gevolgen hebben. Organisaties zullen erop gebrand zijn dat de datakwaliteit gegarandeerd kan worden en dat zoveel als mogelijk geput kan worden uit onbewerkte brondata. Er zijn op moment van schrijven geen keurmerken die de datakwaliteit garanderen.

Datakwaliteit en betrouwbaarheid zijn nauw met elkaar verbonden. De opkomst en populariteit van slimme apparaten en sensoren hebben ook een sterke afhankelijkheid in zich. Een sensor kan bijvoorbeeld bepaalde activiteiten of bepaald gedrag registreren, maar een defect zal de betrouwbaarheid van de data verlagen. Hoe kan de consument zich verdedigen als het kastje in zijn auto snelheidsovertredingen vaststelt die nooit zijn begaan?

2.2 Dataopslag/ontsluiting

Cloud

In een digitaal systeem moet alle geproduceerde en verzamelde data ergens opgeslagen worden. In eerste instantie was dit mogelijk op interne opslagmiddelen. De exponentiële groei waarmee data worden geproduceerd, inclusief de verbeterde connectiviteit, maakt dat tegenwoordig cloudoplossingen worden gebruikt om data op te slaan.





De cloud lijkt het centrale en kloppende hart van de digitaliserende organisatie te worden. Het is de plek waar data, analyse, rekenkracht en ontsluitingsmogelijkheden samenkomen onder een sterk beveiligd dak. Het is de cloud waar data wordt opgevangen, bewerkt en ontsloten naar andere bronnen. Tegelijkertijd kunnen standaard- en maatwerkanalyses worden uitgevoerd en kan snel extra rekenkracht worden toegevoegd. Het verdienmodel van cloudproviders richt zich niet op cloutruimte, maar op de diensten die daaromheen worden aangeboden. Denk aan standaardanalyses, extra rekenkracht en in de nabije toekomst mogelijk cloud computing diensten. In een digitale omgeving waar het gewenst of door regulering mogelijk verplicht wordt om data te delen met derden, kunnen cloudproviders voorzien in datamanagement omgevingen waarin organisaties het overzicht en de controle houden over de datastromen in en uit de organisatie.

DLT/gedeelde infrastructuur¹

Als data gemeengoed wordt, en de drijvende kracht van digitale oplossingen is, zal er een behoefte ontstaan naar het breder kunnen delen ervan. Private en publieke partijen zullen elkaar opzoeken in zogenaamde data-ecosystemen, ondersteund door een gedeelde infrastructuur, om gemakkelijk data te kunnen delen die bijdraagt aan een proces of verdienmodel.

API's

API's zijn software interfaces die het mogelijk maken om verschillende applicaties met elkaar te laten communiceren. Hiermee wordt de overdracht van gegevens van het ene systeem naar het andere systeem mogelijk. De technologie is niet nieuw en werd in het verleden veelal toegepast om interne systemen van organisaties met elkaar te laten communiceren. Sinds enkele jaren wordt de techniek ook ingezet om toegang tot data te verschaffen aan derde partijen, waardoor nieuwe diensten tot stand kunnen komen. API's vormen de springplank om data binnen één organisatie beschikbaar te maken voor een andere organisatie, waardoor nieuwe diensten en services kunnen worden ontwikkeld. Het concept werkt beide kanten op.

Zo kan een organisatie data aantrekken via API-oplossingen, maar ook data beschikbaar stellen aan externe partijen.

2.3 Data-analyse

Artificiële intelligentie is een woord dat al sinds de tweede helft van de 20^e eeuw bestaat. In de afgelopen jaren heeft deze technologische ontwikkeling, net als de onderliggende technieken als machine learning en deep learning, een enorme vlucht genomen. Dit is mede te danken aan de toegenomen rekenkracht, lage kosten van dataopslag en steeds verder groeiende datastromen om AI mee te voeden. In de komende jaren kunnen verzekeringsproducten, mede ingegeven door AI, ontwikkelen van reactief (detecteren en repareren) naar proactief (voorspellend en preventief). AI zal in elk proces van de keten kunnen worden toegepast, met als doel optimalisatie, in welke vorm dan ook.

Thema's als uitlegbaarheid en ethiek zullen relevant blijven. Het gebruik van historische data en de wijze van modelleren leiden onverminderd tot aandachtspunten, zoals de kans van extrapolatie van historische patronen, het bewustzijn van biases en het feit dat modellen altijd een vereenvoudiging van de werkelijkheid zijn. De ethische vraagstukken zijn voor elke stap in het proces (input, throughput, output) relevant en de behoefte aan uitlegbaarheid blijft daar een direct en indirect gevolg van.² De AFM heeft in 2019 hier in samenwerking met De Nederlandsche Bank (DNB) aandacht voor gevraagd in haar verkenning naar het gebruik van Artificiële intelligentie in de verzekeringssector.³

Toegang tot steeds meer datapunten van een individu en de toegenomen mogelijkheden van data-analyse, maken het steeds beter mogelijk om te segmenteren op microniveau. Digitale omgevingen en het digitaliseren van gedragingen in de fysieke wereld (bijvoorbeeld sensoren, video/foto) maken het mogelijk om het gedrag op individueel niveau te analyseren en te volgen.

¹ [IAIS Report on Fintech developments in the insurance sector \(iaisweb.org\)](#)

² [Towards a Standard for Identifying and Managing Bias in Artificial Intelligence](#)

³ [Artificiële intelligentie in de verzekeringssector – Een verkenning](#)



Dit biedt tal van mogelijkheden om op diverse onderdelen te personaliseren en in te spelen op de (verwachte) behoefte van individuen.

Het ontwikkelen, trainen en onderhouden van geavanceerde (AI-)modellen vraagt een continue voeding van data. Het is de vraag of marktpartijen in de nabije toekomst in staat zijn om voor homogene processen de honger van dergelijke AI-modellen te stillen of dat externe partijen beter in staat zijn om dergelijke modellen te leveren en onderhouden, waar verzekeraars gebruik van maken.

Edge computing

Voor IoT toepassingen vindt momenteel veel verwerking plaats in de cloud, maar de cloud heeft als nadeel dat de afstand tussen de datacreatie en de verwerking relatief groot is. Cloud centers staan op strategische centrale plaatsen en de datagroei legt druk op de bestaande netwerken. Hierdoor wordt het bijna onmogelijk om alle data naar een datacenter over te brengen. Een oplossing hiervoor is edge computing; dit zijn kleinere computing centers die dicht bij de databron staan en daardoor snellere verwerking mogelijk maken.

2.4 Connectiviteit

Connectiviteit is een cruciale factor om het delen van data te faciliteren. De snelheid van de connectiviteit dient parallel te lopen met de exponentiële datagroei, datavolumes en snelheid waarmee wordt geproduceerd en geconsumeerd. Tien jaar geleden waren de kopernetwerkverbindingen en 3G-netwerken afdoende dekkend om de datahonger van die tijd te kunnen faciliteren, maar inmiddels wordt op brede schaal gebruik gemaakt van glasvezel- en 4G-netwerken om de datavolumes van de huidige tijd aan te kunnen.

Satellieten

De continue toename van het aantal slimme apparaten en IoT-oplossingen stellen hoge eisen aan de connectiviteitsmogelijkheden en stabiliteit van het netwerk.

In de afgelopen jaren is het laagdrempeliger geworden om zogeheten *Low-earth orbit (LEO)* satellieten te produceren, lanceren en operationaliseren. Met name auto-producenten zien mogelijkheden in het ondersteunen van zelfrijdende auto's via eigen satellietverbindingen (zoals Geely en Nio).

5G/6G en 7G mobiele netwerken

Mobiele communicatie wordt gekenmerkt door de 3G- en 4G- netwerken die we gebruiken voor onze mobiele telefoons. In toenemende mate maken ook andere apparaten, zoals auto's, gebruik van deze netwerken, en ook van het IoT. Met de overgang van 3G naar 4G is vooral capaciteit aan het netwerk toegevoegd en worden vertragingen geminimaliseerd. Dit faciliteert meer en snellere gesprekken en verbindingen tegelijkertijd. Deze trends worden doorgezet met de ontwikkeling van 5G, 6G en ook 7G. Bovendien kan 6G integratie met satellietnetwerken faciliteren. Uiteindelijk wordt er naast een IoT een 'Internet of Everything' (IoE) voorzien, waarin 'things', data, mensen en processen samenkomen. Edge computing zal een integraal onderdeel zijn van deze ontwikkelingen. De computernetwerken, mogelijk Quantum, worden mee-geïntegreerd, waardoor data nog sneller verwerkt kan worden.

2.5 Digitale veiligheid

Cyberveiligheid en de hiermee gepaarde risico's gaan dwars door alle niveaus van de digitaliserende wereld. Slimme apparaten zijn gevoelig voor hacks, zodra software verouderd of niet op orde is. Dataomgevingen zijn een lokaas voor hackers vanwege de grote waarde van data. Tegelijkertijd bestaat het risico van gefingeerde data en ditzelfde geldt voor AI-modellen. De mogelijkheden om bij een organisatie of haar digitale omgeving binnen te dringen zijn eindeloos.





Voor een deel hebben organisaties zelf controle op het veiligheidsniveau van de digitale omgeving. Echter, de grenzeloze verbondenheid tussen organisaties via digitale diensten, producten, softwareoplossingen en dataomgevingen maakt dat organisaties niet alles meer in eigen hand hebben en afhankelijk zijn van de cybeveiligheid van de partners waarmee ze samenwerken. Bescherming tegen cybeveiligheid zal een van de topprioriteiten van cloud providers blijven, maar ook voor fabrikanten van auto's, telefoons en andere apparaten.

2.6 Digitale vaardigheden & legacy

Vaardigheden

Het gat tussen technologische innovaties en vaardigheden om deze technologie te operationaliseren wordt steeds groter. De concurrentie tussen gevestigde instellingen, nieuwe toetreders, fintechs en BigTechs/IT-bedrijven om personeel met de gewenste vaardigheden is hevig. Velen vissen in dezelfde vijver van talent, waarbij aangetekend dat dit geen unicum is voor de financiële sector.

Tegelijkertijd hebben gevestigde instellingen een drietal andere uitdagingen:

1. Het onderhoud van legacy systemen;
2. De integratie van taken door overnames;
3. Het toepassen van de nieuwste digitale ontwikkelingen.

Legacy

Legacy is een relatief begrip dat niet altijd hoeft te duiden op systemen die vijftig jaar oud zijn. Ook kennis over systemen kan bijvoorbeeld verloren raken, waarbij het outsourcen en het naar de cloud bewegen hieraan bij kunnen dragen. Zo verandert een beweging naar de cloud weinig aan de architectuur en structuur van de software/functionaliiteit zelf. Vaak draaien deze systemen op zichzelf nog goed, maar nodigen ze niet uit om efficiënt nieuwe functionaliteiten te realiseren die door en voor de huidige digitalisering gevraagd kunnen worden.

De verwachting is dat bovenstaande een verschuiving zal geven in de manier waarop er met automatisering en digitalisering wordt omgegaan. Trends als Software-as-a-Service (SaaS) en Platform as a Service (PaaS) zullen meer ruimte krijgen, omdat het een behoefte vervult voor veel partijen. Om dit mogelijk te maken, zou het kunnen leiden tot een vergaande standaardisatie van verzekeringssoftware.

2.7 Conclusie

De belangrijkste technologische trends strekken zich uit van een toegenomen hoeveelheid data en grotere analysekracht, tot toenemende connectiviteit en vraagstukken rond veiligheid en vaardigheden. De uitdagingen voor ondernemingen is om de vaardigheden en systemen te hebben om de technieken toe te kunnen passen. Voor verzekeraars geldt dat zij deze toepassingen in den brede kunnen inzetten, variërend van de beprijzing van producten tot het meten van gedrag en het uitbreiden van de distributie. In het volgende hoofdstuk zal de impact van de genoemde trends op verzekeraars worden geschetst.





03 Impact voor verzekeren



De in hoofdstuk 2 behandelde technologieën en ontwikkelingen zullen de verzekeringsmarkt gaan beïnvloeden. Welke vormen kan dit aannemen, waar en hoe komt dit tot uiting? Dit hoofdstuk beschrijft hoe de digitaliserende wereld en haar mogelijkheden zich kunnen manifesteren in de verzekeringsmarkt.

3.1 Procesoptimalisatie

Pricing & acceptatie

Een gevolg van wijdverbreid datagebruik en slimme algoritmes, is dat verzekeraars premies sterk kunnen personaliseren. Verzekeraars maken dan niet langer onderscheid op het niveau van groepen, maar geven iedere consument een op maat gemaakte premie. Een toenemende hoeveelheid data, gecombineerd met slimmere analyses en eventueel gedragsbeprijzing, maken verfijnde risico-inschatting mogelijk op individueel niveau. Dit kent kansen, zoals het verkleinen van risicovol rijgedrag, maar kan ook afbreuk doen aan de solidariteit en consumenten 'dwingen' hun data te delen met hun verzekeraar.⁴ In een steeds verder geïndividualiseerde maatschappij, kan risico-inschatting op het niveau van het individu overwegend als eerlijk worden ervaren. Voor de groep consumenten die naar verhouding een zeer hoge premie betaalt en hierdoor onverzekerbaar is geworden, zou de overheid een vangnet kunnen instellen.

Gepersonaliseerde beprijzing kan ook weerspiegelen hoeveel iemand bereid is te betalen. Zo toonde de Britse toezichthouder (FCA) aan dat verzekeraars per individuele klant konden voorspellen of diegene op contractvervaldatum ging overstappen. Hoe kleiner de kans was dat dit ging gebeuren, des te hoger de

premiestijging was. De betreffende klanten waren bijvoorbeeld ongeletterd of digitaal minder vaardig. Deze loyalty penalty is in het Verenigd Koninkrijk inmiddels verboden en ook in Nederland zou dergelijke beprijzing de toets van de PARP-normen (*Product Approval & Review Process*) waarschijnlijk niet doorstaan.

Ook het acceptatiebeleid kan verder worden gepersonaliseerd. Van ieder potentieel te verzekeren risico kan immers scherper worden ingeschat of het risico winstgevend of verlieslatend zal zijn. Waar dit op moment van schrijven in de publiek-private basis-zorgverzekering is ondervangen met een acceptatieplicht, hebben verzekeraars bij alle overige producten volledige vrijheid om klanten te accepteren of te weigeren. Zo zou de situatie kunnen ontstaan dat verlieslatende risico's stelselmatig worden geweigerd, of alleen worden geaccepteerd tegen een zeer hoge premie (of daar de facto door worden geweigerd). Deels kan dit worden opgevangen door een 'vangnetverzekeraar'. Mocht de toegankelijkheid van (schade)verzekeringen in vergaande mate onder druk komen te staan, zou een maatschappelijke discussie gevoerd kunnen worden over een bredere acceptatieplicht.

Naast het personaliseren van de premies, kunnen verzekeraars werken met het personaliseren van polisvoorwaarden. Waar in 2023 voor ieder type verzekering een vaste set voorwaarden bestaat (bijvoorbeeld brons, zilver, goud), kunnen polisvoorwaarden in 2033 op maat worden toegesneden. Bij een verzekeraar bestaat een set polisvoorwaarden dan uit een paar honderd variabelen, die steeds per polis kunnen worden aangepast. Vergaande personalisatie van polisvoorwaarden betekent dat producten de facto onvergelijkbaar worden.

⁴ AFM komt met aandachtspunten voor personalisatie van premies en voorwaarden



De potentiële nadelen van deze technieken, zoals de afbreuk aan de solidariteit, de onvergelykbaarheid en het inboeten op privacy, zijn deels maatschappelijke effecten. Het wettelijke toezicht van de AFM, zoals de PARP-norm, is echter overwegend gericht op de individuele Nederlandse instelling, en heeft beperkte aanknopingspunten op systeemniveau en buiten de landsgrenzen. Daarom ligt er tevens een belangrijke taak voor de overheid en Europese instanties. Tegelijkertijd heeft de AFM een belangrijke signalerende functie naar zowel maatschappelijke organisaties als de overheid, wanneer het tegengaan van bepaalde effecten buiten haar mandaat valt. Zo is de vraag of de huidige privacywetgeving afdoende bescherming biedt tegen ongewenst datagebruik bij personalised pricing, en of consumenten uit zichzelf tegenkracht zullen bieden wanneer hun privacy in het geding komt.

Preventie

Om verzekeringen betaalbaar te houden, zetten verzekeraars sterk in op preventie en daarmee deels op ontzorging. Waar preventie ooit een aanvullende service was (zoals het aanbieden van gratis rookmelders), is het nu vaker een verplichting. Digitalisering maakt verdergaande preventie mogelijk. Een cyberverzekering is dan bijvoorbeeld alleen af te sluiten als de klant voldoet aan een lijst veiligheidseisen, maar preventie kan zo breed getrokken worden als verzekeraars zelf willen. Zo kunnen er afspraken worden gemaakt om alleen nog arbeidsongeschiktheidsverzekeringen aan te bieden aan degenen die voldoende gezond leven, te bewijzen via trackers op de telefoon. Dankzij het IoT weten verzekeraars meer en meer over het dagelijks leven van hun klanten. Wel is de vraag of preventie, ondanks een toenemende hoeveelheid data, voldoende zal zijn om klimaat- en cyberrisico's te verzekeren.

Preventie kan ook uitgaan van de te verzekeren producten zelf. Zo is de kans op grote (kostbare) ongelukken dankzij zelfrijdende auto's een stuk kleiner geworden en kunnen de bijbehorende autoverzekeringen goedkoper worden. Wellicht een noodzakelijke ontwikkeling, aangezien de reparatie van nieuwe (elektrische) auto's duurder is dan die van oudere (benzine)auto's.

Claims

Waar verzekeraars momenteel een deel van hun claimafhandeling hebben geautomatiseerd, is de verwachting dat in 2033 het grootste deel van de claims door een (zelflerend) algoritme wordt afgehandeld. Alleen voor de meest complexe gevallen zal een fysieke schadebehandelaar de casus vanaf het begin beoordelen. In andere gevallen zal de mens alleen een extra check doen, wanneer het algoritme niet direct duidelijkheid kan bieden. De snelheid van afhandeling zal sterk toenemen – net als het belang van datakwaliteit.

Bij het afhandelen van claims, zullen fabrikanten die zelf verzekeringen aanbieden een groot voordeel hebben ten opzichte van traditionele verzekeraars. Ten eerste komt dit door de datapositie: een autofabrikant kent vanaf de lancering van een auto de prijzen van vervangende onderdelen en kan via sensoren realtime monitoren waar de kwetsbaarheden in de auto zullen optreden. Ook kent hij de kleine schades van een consument, die bij traditionele autoverzekeringen niet worden geclaimd door het eigen risico of de schadevrije jaren, en dus buiten zicht blijven. Ten tweede komt dit door het voordeel van eigen beheer: het is voor een fietsfabrikant een stuk voordeliger om een vervangende fiets te leveren, dan het voor een verzekeraar is om een vervangende fiets aan te schaffen. Bovendien is de consument meer gebaat bij directe vervanging dan bij vergoeding van de dagwaarde.

Tegenkracht

Datagebruik maakt verzekeraars machtiger qua beprijzing, distributie en productontwikkeling. Consumenten zouden echter ook meer tegenkracht kunnen bieden dan nu. Zo kunnen consumenten door geavanceerde (genetische) gezondheids testen met een kennisvoorsprong een levensverzekering afsluiten. Ook kunstmatige intelligentie zoals ChatGPT kan helpen om de optimale claim in te dienen, al dan niet op eerlijke wijze. De vraag is of de informatieasymmetrie tussen verzekeraar en consument hierdoor afneemt, of dat de datamacht van verzekeraars hun positie evenwel zal versterken. Het is voorstelbaar dat maar een deel van de consumenten van deze tegenkracht gebruik zal maken.



Fraude

Dankzij de inzet van sensoren, data en algoritmes, zal de kwaliteit van fraude-detectie toenemen. Enerzijds zullen verzekeraars inhoudelijk scherper kunnen beoordelen of een claim eerlijk is, door gebruik te maken van aanvullende data. Anderzijds kunnen verzekeraars, bijvoorbeeld door middel van leugendetectie, een betere inschatting maken van hoe eerlijk de gedane melding is. Als fraude vaker wordt opgemerkt, is de vraag hoe zwaar de consequenties moeten zijn als de klant abusievelijk een onterechte claim heeft ingediend (afwijzing claim vs. eenzijdige opzegging polis). Tegelijkertijd kan een hogere pakkans verzekeringsfraude verkleinen.

3.2 Nieuwe proposities

3.2.1 Distributie

Roboadvies

Waar geautomatiseerd advies in 2023 nog in de kinderschoenen staat, kan het in 2033 een wijdverbreid fenomeen zijn. Van eenvoudige schadeverzekeringen tot complexe inkomensverzekeringen: het algoritme zorgt voor een geschikt advies. Qua output verandert er voor consumenten weinig: er volgt net als bij de fysieke adviseur een advies met een adviesrapport. Het adviesproces vindt echter geautomatiseerd plaats.

Een deel van de consumenten zal nog steeds gebruik willen maken van de fysieke adviseur. Dat kan een voorkeur zijn van een bepaalde groep consumenten, maar het kan ook verschillen per product. Zo kan een consument roboadvies willen inwinnen voor de arbeidsongeschiktheidsverzekering, maar bij de hypotheek de voorkeur geven aan een mens. Gelet op inclusie is het belangrijk dat consumenten toegang blijven houden tot een voor hen passend distributiekanaal. Zo zal niet iedere consument voldoende geletterd zijn om zelfstandig een module voor roboadvies te doorlopen.

Via platforms

Flexwerkers kunnen zich vaker verzekeren via een platform. De werkgever biedt een online platform aan met diverse diensten voor de werknemers, waaronder verzekeringen voor de uren dat ze werken. Wanneer flexwerkers zich aanmelden bij het platform, kunnen ze kiezen voor de collectieve verzekering.

Embedded insurance

Embedded insurance houdt in dat een verzekering wordt verkocht op een platform, dat is gerelateerd aan de dienst of het product. Anno 2023 ziet dit veelal op het moment van aanschaf. Een verzekering kan embedded zijn in het product zelf (zoals de aankoopverzekering bij producten die met een creditcard zijn betaald), maar kan ook embedded zijn op een platform waar een product wordt verkocht (hotelvergelijkers, concertkaarten, mobiliteitsdiensten). In een deel van de gevallen wordt niet de persoon of gebruiker, maar de dienst van de dienstverlener verzekerd. De looptijd van een embedded verzekering kan gekoppeld zijn aan het achterliggende product (zoals een reis), maar ook reguliere verzekeringen kunnen embedded worden aangeboden.

In 2033 kan embedded insurance zich uitstrekken van de aanschaf tot de levensduur van een product. Dit houdt in dat consumenten verzekeringen overal 'embedded' in een website of app (of winkel) kunnen afsluiten. Op moment van schrijven komt dit nog nauwelijks voor. Het proces kan nog steeds starten wanneer een product wordt aangeschaft (zoals een annuleringsverzekering bij de aankoop van een concertkaartje), maar kan in theorie gedurende de hele levensduur van de te verzekeren zaak plaatsvinden. Wanneer een consument online zoekt naar een monteur voor een defecte koelkast, kan hem direct een (garantie)verzekering worden aangeboden voor de periode na reparatie.

De embedded verkoop van verzekeringen op platforms (zoals hotelvergelijkers) nodigt meer uit tot gepersonaliseerd prijzen. Er is vaak immers meer informatie bekend over de klant (soort reis, type product, bereidheid om te betalen) dan bij het afsluiten van generieke producten. Alle informatie zou kunnen worden gebruikt om tot een gepersonaliseerde prijs te komen, zowel in actuariële zin als voor wat betreft



de winstmarge. Maar de klant zou ook juist gepersonaliseerde voorwaarden kunnen verwachten, juist omdat er meer informatie bekend is.

Embedded producten

Embedded producten kunnen traditioneel zijn (zoals een reisverzekering), maar kunnen ook zogenaamde microverzekeringen betreffen. Een voorbeeld is een ongevallenverzekering gedurende de tijd dat een fiets wordt gehuurd. Het gaat dan om lage premies die frequent worden betaald. Wanneer dergelijke microverzekeringen wijdverbreid worden, is de vraag of er overlap gaat ontstaan met de traditionele producten, en of consumenten zich hier bewust van zijn. Een andere mogelijkheid is dat de huidige traditionele producten gaan verdwijnen en dat consumenten alleen nog heel precies verzekeren wat ze daadwerkelijk gebruiken. Een verzekering per autorit, per apparaat in huis en per onderdeel van de vakantie. Het is aannemelijk dat de klantrelatie tussen klant en aanbieder van het embedded product een-op-een contact wordt, en de klantrelatie en daarmee de informatiepositie van de achterliggende verzekeraar naar de achtergrond schuift.

Embedded producten kunnen eenvoudig zijn, maar ook complex. Niet alleen (micro)schadeverzekeringen kunnen embedded worden aangeboden, maar ook andere producten zoals overlijdensrisicoverzekeringen, of arbeidsongeschiktheidsverzekeringen (al dan niet alleen voor de uren die worden gewerkt). Wanneer complexe producten embedded worden aangeboden, zal dat naar verwachting verlopen via roboadvies of het execution only-kanaal; fysiek advies ligt immers niet in de lijn der verwachting bij verkoop via een website. Dat laatste vergroot de kans dat consumenten complexe producten zonder advies afsluiten, iets wat in 2023 nog een zeldzaamheid is.

Embedded distributie

Embedded insurance kan een einde maken aan het traditionele distributieproces van verzekeringen. De klassieke routes van afsluiten, via een aanbieder, intermediair of vergelijkingssite, nemen sterk af wanneer producten direct worden aangeboden bij de aanschaf van een product of dienst, of gedurende de levensduur daarvan. Bovendien is de vraag of er nog wel markt is voor de klassieke distributiekanaalen wanneer microverzekeringen de traditionele verzekeringen vervangen.

Embedded insurance kan een belangrijk distributiekanaal worden voor buitenlandse aanbieders, waarmee cross border-dienstverlening in een stroomversnelling komt. Buitenlandse verzekeraars kunnen, al dan niet via een gevolmachtigd agent, eenvoudig toegang krijgen tot een schier oneindig aantal embedded distributiepartners.

Er kan een zekere product pushing uitgaan van een embedded concept, vanwege het gemak van afsluiten. Dit geldt vooral als het onboarden en aantrekken van klanten en de (digitale) keuzeomgeving zijn ingericht op het afsluiten van een product. Ook kan onduidelijkheid ontstaan bij de klant over wat wel en niet verzekerd is, met het risico op tekortschietende verzekeringen en dubbele dekkingen.

Tegelijkertijd zou embedded insurance producten die nu relatief weinig worden afgesloten juist toegankelijker kunnen maken. Zo wordt nu vooral nagedacht over een overlijdensrisicoverzekering tijdens het hypotheekadviesgesprek. Embedded insurance kan dergelijke producten op meerdere momenten, en onder een bredere doelgroep, onder de aandacht brengen. Dit zou de verzekeringsgraad ten goede kunnen komen.

Buitenlandse toetreders

Digitalisering zal een sterk aanjagende werking hebben op cross border dienstverlening. Enerzijds is het risico dat er een ongelijk speelveld ontstaat, wanneer er binnen Europa verschillende wettelijke normen zijn, of wanneer dezelfde wettelijke normen anders worden toegepast. Anderzijds is het risico dat toezichthouders het overzicht verliezen over welke instelling waar verantwoordelijk voor is (verzekeraar in land A, gevolmachtigd agent in land B, bemiddelaar in land C).

Dit maakt het belang van een gelijk Europees speelveld steeds groter.

Toezichthouders moeten daarnaast borgen dat er (Europees) overzicht is van welke partijen waar actief zijn, om daarna (Europees) te borgen dat de onderlinge verantwoordelijkheden helder zijn: welke partijen zijn verantwoordelijk voor de productontwikkeling, wie zijn de distribuerende vergunninghouders? Interveniëren bij misstanden is immers alleen mogelijk als de verantwoordelijke partijen én verantwoordelijke toezichthouders bekend zijn.





3.2.2 Producten

Tijd- en locatiegebonden

Verzekeringen zullen vaker een realtime karakter hebben, oftewel plaats- en tijdgebonden zijn. Flexwerkers kunnen hun aansprakelijkheidsverzekering aanzetten wanneer ze gaan werken; de reisverzekering gaat automatisch aan zodra de reiziger de landsgrenzen passeert, waarbij de dekking per land zou kunnen worden aangepast.

Feitelijk gedrag

Onderdeel van de eerdergenoemde ontwikkelingen rond pricing en preventie, is het meten van het gedrag van de verzekerden. Bekende voorbeelden anno 2023 zijn het meten van rijgedrag (met korting voor risicomijdende bestuurders) en het meten van levensstijl (met korting voor gezond levende verzekerden). Verzekeraars kunnen een potentieel oneindig scala aan gedragsdata meten (uitlezen smartphone, reisgegevens, met het IoT verbonden apparaten) en dit meewegen in hun beprijzing. Naarmate meer verzekeraars dit aanbieden, groeit de kans op verplichtstelling, omdat verzekeraars die de techniek niet toepassen sneller verlieslatende risico's aan zich binden. Dit zou kunnen leiden tot uitsluiting van klanten. Tegelijkertijd kan gedragsbeprijzing moeilijk verzekerbare risico's (zoals taxichauffeurs) of dure risico's (zoals cyberrisico's) betaalbaar houden. De consument krijgt doorlopend directe feedback op zijn rijgedrag, levensstijl of IT-beveiliging.

In theorie kunnen alle gegevens van klanten worden gebruikt om verzekeringen op te baseren. Zo is er in de Verenigde Staten een concept genaamd Human API, dat consumenten in staat stelt al hun medische gegevens (patiëntendossier, gegevens van ziekenhuizen, apotheken, laboratoria) direct met de verzekeraar te delen. Deze maakt vervolgens een polis op maat. Het is aan de toezichthouders om deze ontwikkelingen te monitoren en op instellingsniveau te bepalen wat is toegestaan. Er is een maatschappelijk debat nodig om te bepalen wat we als maatschappij (on)wenselijk vinden.

Parametrische verzekering

Bij parametrische verzekering keert de verzekeraar uit als een bepaalde drempelwaarde wordt bereikt. Een voorbeeld hiervan is een festivaldirecteur die zijn evenement verzekert tegen noodweer. De definitie van noodweer is een vooraf bepaalde hoeveelheid neerslag op een vooraf bepaalde plek. Zodra de drempel wordt behaald, keert de verzekeraar een vast bedrag uit. In de zakelijke markt is het waterpeil van een rivier bijvoorbeeld een criterium bij het verzekeren van de scheepvaart.

Over hoe meer data en modellen een verzekeraar beschikt, des te groter de mogelijkheden van parametrische verzekering zijn. Daarmee is digitalisering een aanjager van parametrische verzekering. Zo worden de verzekeringen vaak geassocieerd met weer- en klimaatgerelateerde risico's, waarbij datagebruik helpt om deze beter te voorspellen. Daarom is de verwachting dat het marktaandeel van deze producten toeneemt in 2033. Voor verzekeraars is het een manier om moeilijk in te schatten risico's overzichtelijk te verzekeren; voor klanten is het voordeel dat er een eenduidig criterium voor uitkering is.

Kerncompetentie

De kerncompetentie van verzekeraars is het risico en gekoppelde risicoprofiel inschatten, en van adviseurs het geven van kwalitatief goed advies. Deze competenties zouden minder onderscheidend kunnen worden als andere spelers in de keten dit beter kunnen dan zij dat kunnen. Dit kan door digitalisering van verschillende kanten komen, zoals partijen die meer data bezitten om het risico te kunnen bepalen, bouwers van software die beter advies kunnen (en willen) geven en partijen die dichter bij het product of de beoogde klant liggen. Dit geeft de huidige partijen een aantal mogelijkheden, die in deze paragraaf verder worden toegelicht.



3.3 Veranderende rollen

Platform

Anno 2033 kunnen verzekeraars nieuwe rollen vervullen, naast het aanbieden van producten. In de platformrol, voldoet de verzekeraar aan de klantbehoefte door de klant zoveel rechtstreeks te bedienen en mogelijk te ontzorgen. Klanten hebben bijvoorbeeld een fundamentele behoefte rond mobiliteit. Ze willen een autoverzekering, maar willen ook geen gedoe met pech. Een voorbeeld uit 2023 is een verzekeraar die naast woonhuisverzekeringen tegen vergoeding ook aanpalende diensten aanbiedt, zoals het realiseren van een groen dak en zonnepanelen of klushulp. De verzekeraar kan dit zelf doen, of dit als dienstverlening laten uitvoeren.

De platformrol kan deels noodgedwongen ontstaan om winstgevend te blijven.

Grote risico's zoals klimaat en cyber zijn mogelijk niet betaalbaar te verzekeren (gelet op het inschatten van de risico's en de mogelijke schadelast) zonder aanvullende dienstverlening aan te bieden, waar een preventieve werking vanuit gaat. Voor de prijs van de verzekering zullen actuariële inschattingen worden gemaakt, maar voor de aanvullende diensten wordt waarschijnlijk een vast bedrag gerekend.

Voor het (onafhankelijke) intermediair kan het een uitdaging zijn om de kennis op peil te houden. Enerzijds moet het intermediair adviseren over schadeverzekeringen die complexer zijn dan de traditionele schadeverzekeringen (cyber, klimaat). Anderzijds zal het intermediair er niet aan ontkomen kennis te vergaren over alle platformdienstverlening. Voor een consument kan dit immers doorslaggevend zijn.

Het toezicht op de platformrol kan uitdagend worden. Wanneer aanvullende dienstverlening in juridische zin geen onderdeel is van het product, hoeft het geen onderdeel te zijn van het advies of de adviesregels. Kortgezegd zien de waarborgen voor de klant in de Wft en IDD slechts op het financiële product. Tegelijkertijd kan de aanvullende dienstverlening zo groot worden, dat de verzekering zelf nog maar een klein onderdeel is van het geheel, en de consument zich laat leiden door de aanvullende dienstverlening bij het kiezen van een verzekering. De vraag wordt dan wat een geschikt financieel (Wft)-advies is en hoe de AFM hier toezicht op moet houden.

Ook kan de aanvullende dienstverlening afstralen op de reputatie van de verzekeraar. De AFM kan bijvoorbeeld geen toezicht houden op de sleepdienst van een verzekeraar (tenzij het onderdeel van de PARP is), maar wanneer deze stelselmatig niet komt opdagen, neemt het vertrouwen in de verzekeraar af.

Ecosysteem

Naast de platformrol, kunnen verzekeraars in 2033 mogelijk een geheel ecosysteem bieden. De verzekeraar biedt dan niet alleen een platform met diensten, maar ontzorgt een klant van A tot Z. Een voorbeeld hiervan is een verzekeraar die de regie neemt en een ecosysteem ontwikkelt rondom thema's als vitaliteit of wonen.

Ook verduurzaming kan een katalysator voor verzekeraars zijn om deze rol op zich te nemen. De verzekeraar biedt niet alleen een verzekering voor zonnepanelen, maar laat deze ook plaatsen door gecertificeerde monteurs, voert het onderhoud uit en isoleert de woning van de klant. Het vereist een radicale omslag van het traditionele businessmodel, maar sluit tegelijkertijd aan bij de expertise die verzekeraars al in huis hebben.

Verzekeraars zullen in deze rol veel breder moeten beprijsen dan het traditionele actuariële karakter, omdat ze veel meer dienstverlening aanbieden. Consumenten zullen immers gewoon moeten betalen voor ontzorging op hun oude dag of de verduurzaming van hun woning. De verwachting is echter dat verzekeraars op basis van hun ervaring met de beprijzing van verzekeringen ook goed in staat zullen zijn om hun ecosysteem te beprijsen.

Verzekeraars zouden ook onderdeel kunnen worden van een ecosysteem van non-financiële zaken, zoals BigTechs. In dat scenario is de vraag in hoeverre verzekeraars nog voldoende regie hebben over hun beprijzing en voorwaarden.

Bij het ecosysteem gelden de platform-toezichtuitdagingen nog sterker. De aanvullende dienstverlening komt met uitdagingen voor de naleving van de Wft-adviesregels en de AFM houdt er met de huidige wettelijke normen geen toezicht op. In een ecosysteem zal de aanvullende dienstverlening een nog grotere rol spelen dan in de platformrol.



3.4 Nieuwe afhankelijkheden

IoT en IoE

Naar verwachting speelt het IoT en IoE in 2033 bij verschillende verzekeringsproducten een essentiële rol. Enerzijds vormt het de basis achter gedragsbeprijzing; anderzijds is het de kern van preventiemaatregelen, bijvoorbeeld bij cyberverzekeringen. Dit maakt verzekeraars in toenemende mate afhankelijk van de providers waar deze data wordt opgeslagen en verwerkt, zoals cloudpartijen.

Dataproviders

Verzekeraars zouden voor de inzet van data in toenemende mate afhankelijk kunnen worden van dataproviders. Bij mobiliteit ligt de sleutel in belangrijke mate bij de autofabrikanten; zijn zij bereid hun data te delen of bieden ze zelf verzekeringsproducten? Daarnaast zullen externe partijen aan belang winnen: voorbeelden zijn partijen die profielen opbouwen via postcode en huisnummer, en externe databases met woninggegevens. Bij preventie zullen externe providers eveneens een belangrijke rol spelen. Ook kan onverminderd brondata worden gebruikt vanuit de overheid en andere (semi)publieke instanties (KvK, Kadaster).

3.5 Overige ontwikkelingen in distributie en product

Keten

Het is mogelijk dat de keten verder zal worden opgeknipt onder invloed van partijen die niet onder ons toezicht vallen. Dit kan parallel lopen met verzekeraars die een rol als platform of ecosysteem vervullen. In alle stappen van de financiële dienstverlening kan de verantwoordelijkheid de facto bij externe partijen liggen, zoals bij de bouwers van adviessoftware, of bij partijen die tooling voor fraudedetectie ontwikkelen. De achterliggende vraag is hoe de AFM wil omgaan met de toenemende invloed van partijen die niet onder haar toezicht vallen, bijvoorbeeld op het gebied van dienstverlening en productontwikkeling.

Ook zou de keten juist meer geïntegreerd kunnen worden. De eerste mogelijkheid is dat fabrikanten vaker zelf verzekeraar worden. Ze worden producent en verzekeraar in één. De tweede mogelijkheid is dat softwarepartijen, zoals de BigTechs, vrijwel de gehele keten overnemen, maar de eindverantwoordelijkheid en vergunningplicht aan een ander overlaten. Zo zouden ze zelf niet onder toezicht vallen. Bij beide mogelijkheden wordt de versnippering van de keten juist minder. Het toezicht richt zich in beide gevallen op de vergunninghouder, die in het tweede scenario een aanzienlijk deel van haar taken uitbesteedt.

Herverzekeraars

Naar verwachting wordt de rol van herverzekeraars groter, vanwege hun expertise en innovatiekracht rond data en data-analyse. Zo kunnen herverzekeraars bijvoorbeeld investeren in InsurTechs, waarbij deze kan profiteren van de actuariële expertise van de herverzekeraar. Herverzekeraars kunnen op hun beurt andere partners hebben dan verzekeraars (zoals autofabrikanten of grote bedrijven) en kapitaalkrachtiger zijn om te investeren in datagebruik. Ook worden schakels in de keten hiermee vermindert, waarmee de marge verbetert.

De data en algoritmes van herverzekeraars kunnen via partnerships worden ingezet bij vrijwel alle in dit rapport beschreven facetten, zoals IoT-analyses, pricing, claimafhandeling en fraudedetectie. Daarmee kunnen herverzekeraars, zonder dat consumenten het beseffen, in veel opzichten invloedrijker worden dan de verzekeraars zelf.



Cyberrisico's

Door de toenemende digitalisering, is er onder consumenten en bedrijven in 2033 naar verwachting een grote behoefte aan verzekeringen die nieuwe cyber-gerelateerde risico's dekken. Het aantal cyber- en ransomware aanvallen neemt toe, zowel op consumenten en bedrijven als op hun toeleveranciers. Vanwege de grote potentiële (vervolg)schade, worden deze verzekeringen voor consumenten (en bedrijven) mogelijk net zo belangrijk als een zorgverzekering. Overigens zouden de aanvallen ook plaats kunnen vinden op IoT-netwerken die worden gebruikt voor de beprijzing van verzekeringen. Preventie kan daarom cruciaal zijn om deze risico's verzekeraar te houden.

3.6 Conclusie

Technologische ontwikkelingen kunnen over de hele breedte invloed hebben op de verzekeringsketen: op de processen, distributie, producten en daarmee op hun algehele rol. Voor consumenten kan gepersonaliseerde beprijzing vergaande gevolgen hebben, wanneer premies sterk stijgen door een individueel risicoprofiel of een hoge vastgestelde betalingsbereidheid. Productprijzen kunnen verder worden verfijnd op basis van gedrag, preventie of parametrische metingen, in een verder opgeknipte keten. Roboadvies en embedded distributie kunnen een (sterk) disruptieve werking hebben op de huidige distributiekanaalen. Tot slot kan de dienstverlening van verzekeraars zich uitbreiden tot een rol als platform of als (schakel in een) ecosysteem. In het volgende hoofdstuk wordt ingegaan op hoe Europese regelgeving aansluit bij de geschetste ontwikkelingen.



04 Impact van EU-beleid

Europese beleidsmakers hebben hun aandacht gevestigd op het onderwerp digitalisering, waaronder ook data. Het laatstgenoemde komt onder andere tot uiting in de doelstelling om in 2030 een interne markt voor data gecreëerd te hebben. Dit laat zien dat beleidsmakers inzetten op het creëren van kansen ten behoeve van innovatie en economische slagkracht van de EU. Ook gaat aandacht uit naar het gelijke speelveld, zogeheten gatekeepers worden gereguleerd en kleinere partijen moeten op eerlijke wijze toegang krijgen tot de markt. Uiteraard wordt in de beleidsvoorstellen ook rekening gehouden met de risico's die gepaard gaan met digitalisering.

Voor een beter begrip van de effecten van het EU-beleid op de financiële sector en de verzekeringssector, moeten we niet alleen kijken naar sectorspecifieke regelgeving, maar ook naar horizontale regelgeving. Oftewel: de regelgeving met een sector-overstijgende reikwijdte. De belangrijkste regelgeving die de komende jaren wordt uitgerold en geïmplementeerd, wordt in de volgende paragrafen toegelicht. De afzonderlijk in de figuur opgenomen regelgeving maakt deel uit van de EU-strategieën over digitalisering en data. Deze regelgeving is relevant, omdat door digitalisering en data de grenzen tussen sectoren vervagen. Zo zijn marktpartijen buiten de financiële sector geïnteresseerd in betaalddata en heeft de financiële sector belang bij IoT-data. Een ander voorbeeld betreft het aanbieden van financiële producten via grote online platformen en het kunnen doen van betalingen met een mobiele telefoon.

4.1 Horizontale beleidsontwikkelingen

Algemeen beschouwd bepalen de diverse raamwerken onder andere:

- De transparantie van de dienstverlening en het bestrijden van illegale content op basis van de Digital Services Act (DSA);
- De positie van gatekeepers via de Digital Markets Act (DMA) en het gebruik van IoT data o.g.v. Data Act (DA); en
- Het gebruik van artificiële intelligentie, door het reguleren van onder andere hoog risico-toepassingen in de Artificial Intelligence Act (AIA).

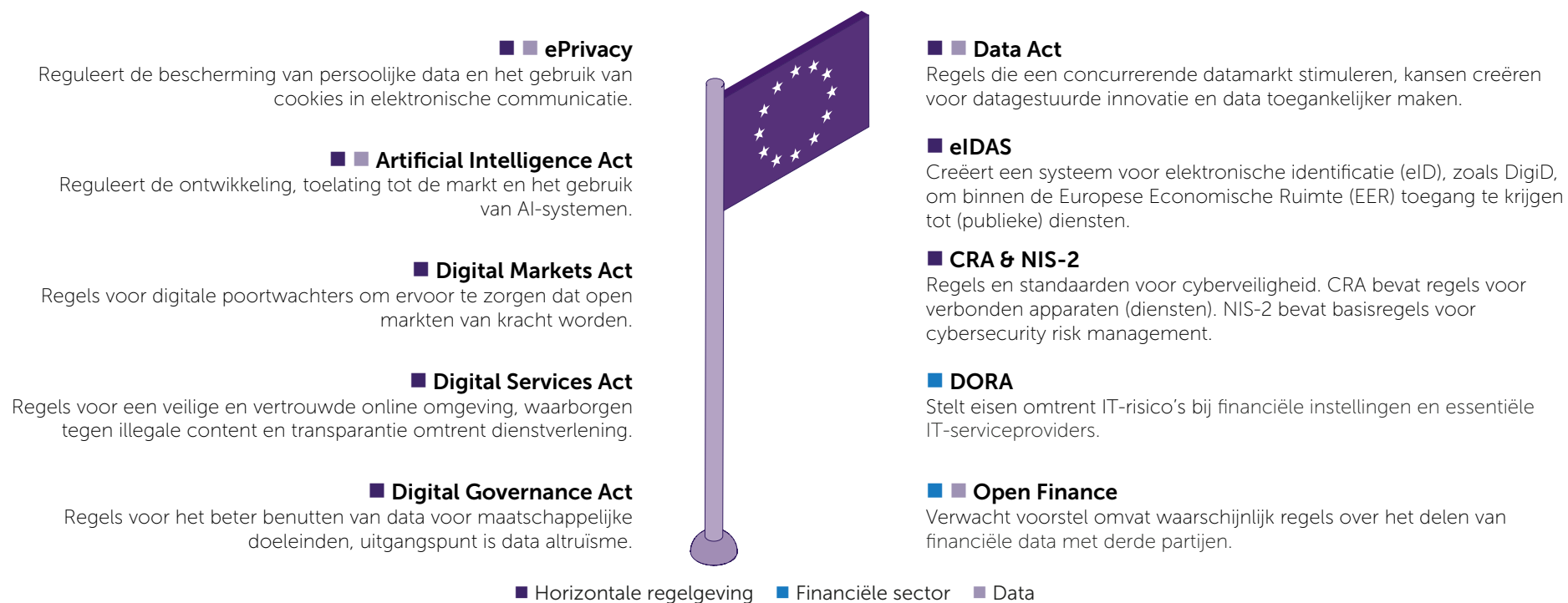
Deze regelgeving zal impact hebben op de marktdynamiek en het gelijke speelveld. In toenemende mate gaan zwaardere verplichtingen gelden voor grote techpartijen en tegelijkertijd wordt geprobeerd kleinere spelers en nieuwkomers in staat te stellen toe te treden tot de markt en te laten meeprofiteren van de bekwaamheden van grote partijen.

Daarnaast wil de wetgever de positie van de consument versterken en beschermen. Dit gebeurt door onder meer transparantie, het verbod op de inzet van donkere patronen, en in uiterste gevallen vergaand ingrijpen door grote partijen de toegang tot bepaalde datasets te ontfangen of te kunnen ontfangen (bij een verwachting van dataconcentratie en een machtspositie). Het verbod op het gebruik van zogenaamde donkere patronen via de interface van online platformen, verwijst naar misleidende trucs die gebruikers verleiden tot keuzes die ze niet van plan waren te maken (zoals een vooraf aangevinkt toestemmingsvakje of een verborgen opt-out-knop). Het bestrijden van de inzet van donkere patronen heeft al enige tijd de aandacht van financiële toezichthouders, aangezien de inzet hiervan (vanzelfsprekend) niet in het belang is van de klant.



Richting 2033 zullen de eerste effecten van de regelgeving steeds meer zichtbaar worden. Het is interessant om te zien in hoeverre de regelgeving zal bijdragen aan innovatie en deelname van het midden- en kleinbedrijf aan de digitale interne EU-markt.

Figuur 2. Overzicht EU-beleid data en digitalisering





4.2 Digitale en datastrategie Europese Commissie

Onder de digitale en datastrategie van de EC hangen diverse ambitieuze regelgevingstrajecten. Met deze strategie beoogt de EC het potentieel van data te benutten. Zo formuleert de EC haar ambitie voor de totstandkoming van één markt voor data in 2030. Onder de datastrategie vallen voorstellen als Data Governance Act (DGA) en de Data Act (DA).

De DGA streeft het delen van data voor maatschappelijke doeleinden na en creëert een basis voor aanbieders van gegevenstussenhandelsdiensten; de DA gaat het mogelijk maken om gegevens die zijn gegenereerd door verbonden producten (IoT-gegevens) te delen en stelt gemeenschappelijke eisen aan alle gegevens- en deelregelingen, bijvoorbeeld over vergoedingen, instemming en geschillenbeslechting. De datastrategie maakt onderdeel uit van de digitale strategie van de EU. Deze strategie omvat initiatieven als de Wet Digitale Diensten (DSA), Wet Digitale Markten (DMA) en de verordening ter regulering van toepassingen gebaseerd op artificiële intelligentie (AIA). De voornoemde verordening stelt regels voor AI-toepassingen, hoog risico- toepassingen in het bijzonder. Ook verzekeraars die gebruikmaken van AI voor levens- en zorgverzekeringen worden mogelijk door de verordening geraakt. Het raamwerk biedt de mogelijkheid om de lijst met hoog risico- toepassingen uit te breiden. Dit betekent dat in de toekomst ook andere toepassingen van AI binnen het financiële systeem hieronder kunnen vallen.

Twee andere beleidsinitiatieven op het terrein van digitalisering zijn de DSA en DMA, deze raken voornamelijk (niet uitsluitend) grote platformen, de zogeheten gatekeepers. De DSA bevat regels met als doel het creëren van een veiligere digitale ruimte waarin de grondrechten van alle gebruikers van digitale diensten worden beschermd. De DMA bevat regels met als doel een gelijk speelveld tot stand te brengen om innovatie, groei en concurrentievermogen te bevorderen, zowel in de Europese interne markt als wereldwijd. Beide initiatieven zullen effecten hebben op hoe marktpartijen zich tot elkaar verhouden (bijvoorbeeld grote techpartijen ten opzichte van verzekeraars).

Een voorbeeld betreft het raakvlak van regelgeving als de DSA en DMA met nieuwe distributieconcepten zoals embedded insurance. Niet alleen financiële regelgeving zal hierop van toepassing zijn, maar ook de DSA en DMA kunnen vereisten bevatten over de interacties tussen platform en klant en tussen platform en verzekeraar.

4.3 Sectorale beleidsontwikkelingen

Specifieke financiële sectorregelgeving zoals DORA en Open Finance zullen de komende jaren hun beslag krijgen. Ten tijde van het schrijven van dit rapport wordt DORA nader uitgewerkt en geïmplementeerd. Open Finance moet daarentegen door de Europese Commissie nog worden gelanceerd door middel van een voorstel. Naar verwachting zal ook de verzekeringssector worden geraakt door voornoemd voorstel. Dit wordt ook wel Open Insurance genoemd.

Na Open Banking is Open Insurance een veelbesproken thema binnen de verzekeringswereld. Verzekeraars zullen vermoedelijk in toenemende mate data ter beschikking moeten kunnen stellen aan derde partijen, maar evengoed ook data kunnen verkrijgen van andere partijen (zoals IoT-data). Daarmee raakt Open Finance aan de bredere reeks horizontale regelgevingsinitiatieven van de Europese Commissie, zoals aangekondigd in de datastrategie van de EU.

4.4 Gedragstoezicht in de EU & Cross border-issues

De toenemende mogelijkheden voor cross border-dienstverlening, benadrukken het belang van gedragstoezicht dat in alle Europese landen hoog op de agenda staat. In het beleid is er veel aandacht voor de bescherming van de consument; de praktische uitvoering ligt bij de verschillende toezichthouders in de EU. Verschillen in de uitvoering hiervan maken de positie van de consument meer kwetsbaar en kunnen het klantbelang, de verzekeraarbaarheid en de solidariteit onder druk zetten. Problemen en schandalen op nationaal niveau kunnen een aanjager zijn voor



scherper gedragstoezicht in de betreffende lidstaat. EIOPA⁵ ziet het belang van coördinatie, toezichtconvergentie, en de ontwikkeling van toezichtinstrumenten voor zowel gedragstoezicht als het tegengaan van eventuele cross border-problematiek, in de tijden van transitie die voor ons liggen. Het is niet aannemelijk dat het uitvoerende verzekeringstoezicht de komende tien jaar van nationaal naar Europees niveau zal overgaan en het voorbeeld van het Europese prudentiële banktoezicht door het Single Supervisory Mechanism zal volgen.

Tot een paar jaar geleden was er een duidelijke scheiding zichtbaar tussen sectoren en bijbehorende toezichthouder(s), waarbij voor de financiële sector DNB en de AFM de primaire toezichthouder zijn. De huidige financiële wetgeving kan niet alle uit de digitaliserende wereld voortkomende uitdagingen ondervangen. Dit blijkt duidelijk uit de reeks aan regelgevingsinitiatieven vanuit Europa. Hierdoor ligt het voor de hand dat financiële ondernemingen in 2033 te maken krijgen met gewijzigde of nieuwe relaties met toezichthouders.

4.5 Conclusie

Europa tracht de technologische ontwikkelingen in goede banen te leiden met zowel horizontale als sectorale regelgeving. De regelgeving kent nieuwe verplichtingen, maar opent ook nieuwe mogelijkheden (zoals datadeling), waarbij uiteindelijk wordt getracht de positie van de consument te versterken. Cross border-dienstverlening kan tot kwetsbaarheden leiden wanneer sprake is van verschillend toezicht in verschillende lidstaten en onvoldoende harmonisatie op Europees niveau. In het volgende hoofdstuk wordt ingegaan op wat de tot nu toe beschreven ontwikkelingen voor impact kunnen hebben op de AFM.

5 [EIOPA Strategy 2023-2026, p.6](#)



05 Impact voor de AFM

De fundamentele behoefte achter verzekeren is het beperken van de financiële impact van een ongewenste uitkomst. Een verzekeringsproduct (contract) kan in deze behoefte voorzien. Deze behoefte zal in 2033 blijven bestaan. De vraag die in dit hoofdstuk centraal staat is in hoeverre het aangrijpingspunt van de AFM zal veranderen en in hoeverre en hoe een digitaliserende wereld impact zal hebben op toezicht.

5.1 Rol van de AFM in het geheel

De huidige aangrijpingspunten van de AFM rond processen enerzijds en uitkomsten anderzijds blijven onveranderd. Dit geldt bijvoorbeeld voor PARP en klantbelang centraal (processen) en informatieverstrekking en de adviesregels (uitkomsten). Deze wettelijke waarborgen blijven relevant voor de toekomst. Er zijn echter ontwikkelingen die moeten worden meegewogen in het kunnen bepalen van de slagkracht van de AFM in de toekomst:

- De mate van uitbesteding van processen naar niet onder AFM-toezicht staande instellingen;
- De rol van andere (nationale) toezichthouders in een digitaliserende wereld en spanning en/of blokkades die dit mogelijk kan opleveren met betrekking tot bovenstaande aangrijpingspunten; en
- Het zicht van de AFM op risico's bij bovenstaande aangrijpingspunten in een digitaliserende wereld.

5.2 Publiek belang, risico's en toezichtaanpak

De AFM is aangewezen als de gedragstoezichthouder voor de verzekeringssector.

De AFM staat opgesteld om te zien en begrijpen of het duurzaam financieel welzijn en gelijke speelveld geborgd zijn. Ook anno 2033 staat de AFM voor klantbelang centraal met (zorgplicht)waarborgen voor de consument. Hierbij streeft de AFM onderstaande uitkomsten na.

Individueel financieel welzijn

- 1 De klant begrijpt wat zijn/haar verzekeringsbehoefte is
- 2 De klant begrijpt wat het verzekeringsproduct wel/niet is en dekt (bijvoorbeeld transparantie)
- 3 Het verzekeringsproduct past bij de behoefte van de klant (zoals advies, geen onder- of oververzekering)
- 4 Het verzekeringsproduct is goed (kostenefficiënt, nuttig, veilig en begrijpelijk)
- 5 Er wordt conform polisvoorwaarden gehandeld (beheer)

Collectief financieel welzijn

- 6 Alle groepen klanten zijn in staat om in hun verzekeringsbehoefte te voorzien (beschikbaar, toegankelijk en betaalbaar)

Gelijk speelveld

- 7 Er is sprake van een gelijk speelveld (ook in Europa), zoals beoogd door de wetgever, bij het aanbieden en distribueren van verzekeringen.



Toezichtaanpak 2033

De vraag is hoe het toezicht van de AFM meebeweegt in de digitaliserende wereld en veranderende verzekeringscontext. We lichten een aantal ontwikkelingen uit en laten zien hoe deze door kunnen werken op de risicogestuurde toezichtaanpak. In de tekstbox geven we een toelichting op de risicogestuurde toezichtaanpak en afwegingen bij verschillende toezichtvarianten.

Risicogestuurd toezicht en varianten: uitkomstgericht en systeemcontrole

De AFM houdt risicogestuurd toezicht. Met risico's bedoelen we alle omstandigheden, ontwikkelingen en gedragingen die afbreuk doen aan de realisatie van de gewenste uitkomsten. Het is niet mogelijk om altijd alles te monitoren, te onderzoeken en aan te pakken. Er moeten risicogestuurde keuzes worden gemaakt. Deze keuzes zijn ingegeven door informatie en de interpretatie van waar de belangrijkste risico's zich bevinden en hoe je daarop toeziet.

Grofweg zijn er twee manieren om te volgen en onderzoeken hoe risico's zich ontwikkelen:

Toezicht A: Bekijken of (individuele) uitkomsten goed zijn, bijvoorbeeld door verzekeringsproducten te analyseren of dossiers te analyseren op geschikt advies.

Toezicht B: Bekijken of instellingen hun zaken op orde hebben, dat ze een systeem hebben dat leidt tot goede uitkomsten. Bijvoorbeeld door het productontwikkelingsproces of de ketenbeheersing te toetsen.

Als je A doet en de uitkomsten blijken goed, dan is er niet veel aanleiding om B te doen. Je doet A als je vrij eenvoudig de kwaliteit van uitkomsten kan monitoren. Als bij een instelling of een type verzekeringsproduct systematisch tekortkomingen aan het licht komen, daal je af om de oorzaken te begrijpen.

Als je B doet en de zaken blijken op orde, dan hoeft je verder vrij weinig aan A te doen. Je doet B als je de kwaliteit van de beheersing relatief eenvoudig kan toetsen en dit resultaat dan veelzeggend is voor de kwaliteit van alle uitkomsten (goede beheersing = goede uitkomsten).

Het huidige toezicht combineert elementen van A en B. Dit komt omdat 1) we niet vrij eenvoudig de kwaliteit van alle uitkomsten kunnen monitoren, 2) we niet vrij eenvoudig de kwaliteit van beheersing bij alle instellingen kunnen toetsen, 3) ogenschijnlijk goede beheersing niet altijd leidt tot goede uitkomsten en 4) omdat onze capaciteit schaars is. Toezicht is meer uitdagend naarmate aantallen, heterogeniteit en subjectiviteit groter zijn.

Toezichtvariant C bestaat overigens ook. Dit is de variant waarbij de AFM alleen reactief handelt, dus naar aanleiding van klachten en incidenten. Deze variant valt hier buiten beschouwing, omdat deze aanpak niet in lijn is met de toezichtvisie van de AFM van het tijdig zien, echt begrijpen en grondig aanpakken. Uiteraard kunnen signalen onverminderd een reden zijn om een toezichtonderzoek te starten.

Toezicht op processen

Data, automatisering en de inzet van algoritmes dragen bij aan gepersonaliseerde verzekeringen, roboadvies en snellere claimafhandeling; de borging van de kwaliteit ervan ligt centraal en de samenhang tussen het systeem en de uitkomsten is groot. Verzekeringen zijn geen producten maar contracten waarvan de precieze samenstelling en prijsstelling per klant op maat gemaakt kunnen worden. Het aantal verschillende uitkomsten neemt door automatisering en algoritmes toe, maar de publieke zichtbaarheid van het contract tussen verzekeraar en verzekerde is laag. Deze beperkte zichtbaarheid bemoeilijkt toezichtvariant A. Het personaliseren is bovendien een geautomatiseerd, centraal aangestuurd proces. Dit maakt het systeem meer voorspelbaar en minder afhankelijk van de kwaliteit van decentrale medewerkers. De uniformiteit van dossiers neemt toe. Daarmee wordt toezichtvariant B relevanter. Een soortgelijk argument – de toegenomen samenhang in kwaliteit tussen systeem en uitkomsten – gaat ook op voor andere processen, zoals roboadvies en claimafhandeling.





Gepersonaliseerde beprijzing en polisvoorwaarden maken zowel toezichtvariant A als B relevanter.

Enerzijds zal de AFM oog houden voor de uitkomsten van de geschetste technieken, zowel op het niveau van het individu als qua effecten op de maatschappij. Blijft de individuele klant verzekeraar en wat zijn de effecten op de solidariteit van het verzekeringsstelsel? Hierbij zal de AFM nauw contact moeten houden met maatschappelijke organisaties en de overheid, wanneer het tegengaan van negatieve ontwikkelingen buiten haar mandaat valt. Anderzijds zal het toezicht op het achterliggende systeem relevanter worden: hebben verzekeraars voldoende controle over hun eigen beprijzing, hoe wordt het meten van gedrag meegenomen in het productontwikkelingsproces?

Het is voorstelbaar dat wanneer algoritmes bij claims stelselmatig tot voor de consument onbevredigende uitkomsten leiden, ook naar de AFM zal worden gekeken. De AFM zou dan mogelijk (realtime) inzicht willen krijgen in het claimproces, waarbij opnieuw de vragen zijn: gaan we ons richten op individuele dossiers en in- en outputs (uitkomsten), of duiken we in het systeem, inclusief de governance rond het algoritme? Met de huidige inzichten lijkt dit laatste efficiënter en realistischer.

Toezicht op distributie

De kwaliteit van roboadvies is centraal gestuurd, voorspelbaar en niet afhankelijk van de kwaliteit van individuele adviseurs. Dit heeft voor- en nadelen. De AFM kan ervoor kiezen om individuele uitkomsten (dossiers) te controleren, of, efficiënter, in (de governance van) het algoritme te duiken. Deze mogelijkheid bestaat niet met fysiek advies. In de basis blijft het risico gelijk: dat consumenten een niet-geschikt advies ontvangen.

Embedded verzekeringen zijn onderdeel van grotere, niet-financiële proposities.

De directe zichtbaarheid van dit verzekeringsproduct kan daardoor beperkter zijn. Dit maakt op uitkomsten gericht toezicht (variant A) lastiger en daarmee systeemtoezicht (variant B) meer relevant. Het potentieel aantal distributiepunten (lees: bemiddelaars) is echter enorm. De vraag is hoe de AFM in dat scenario haar toezicht risicogestuurd moet vormgeven.

Distributie kan door embedded insurance de komende jaren naar allerlei non-financieel platforms en/of ecosystemen van BigTechs verschuiven, met bijvoorbeeld informatie over woningen, levensmiddelen of reizen.

Deze platforms zouden veelal vergunningplichtig kunnen zijn als bemiddelaar, tenzij hier verandering in komt via (aanvullende, Europese) wetgeving. De eerste voorbeelden van embedded insurance zijn op moment van schrijven al zichtbaar, maar de aantallen zijn nog beperkt. De AFM zou het toezicht op verzekeringsdistributie moeten herzien wanneer dit plaatsvindt via een potentieel oneindig aantal bemiddelaars (websites, apps, platforms, winkels) wiens core business niet financiële dienstverlening is. Als aantallen en heterogeniteit sterk toenemen, moet het toezicht op zoek naar hefboomen om met beperkte capaciteit veel te bereiken.

De toezichtintensiteit hangt daarbij samen met de omvang en de ernst van de risico's. In welke mate verwachten we bijvoorbeeld dat klantbelang centraal (KBC) onder druk staat (zie punten 1-6 in de voorgaande tabel)? De AFM bekijkt onder andere hoe passend het product is bij de klantbehoefte, hoe complex het product is, hoe groot de informatieasymmetrie is, en welke marktprikkels er zijn. Een aantal voorbeelden:

- Een non-financieel met een sterke reputatie, kan een stevige positie hebben om te onderhandelen met een verzekeraar over een zorgvuldig ontwikkeld en eenvoudig te begrijpen product. Het toezichtrisico lijkt dan beperkt.
- Worden complexere verzekeringen, zoals overlijdensrisicoverzekeringen, embedded en execution only aangeboden dan is het risico vanuit toezichtperspectief groter. Overigens kan het ook een manier zijn om de verzekeringsgraad te verhogen.
- Is de embedded (micro)verzekering een relatief lucratieve inkomstenbron voor een platform dan kan *product pushing* meer op de loer liggen en is het toezichtrisico eveneens groter.

Toezicht op platform en ecosysteem

Verzekeraars kunnen klanten in toenemende mate ontzorgen. Het verzekeringsgedeelte wordt een kleiner onderdeel van de totale klantervaring wanneer de dienstverlening van verzekeraars wordt verbreed met activiteiten die buiten de traditionele kerntaken liggen. Dit compliceert mogelijk het beeld van wat een goede uitkomst is voor de klant.



Het verdienmodel van de verzekeraar kan verbreden van vergunningplichtige activiteiten (aanbieden, adviseren) naar ook niet-vergunningplichtige activiteiten.

Dit kan variërend van pechhulp voor de auto tot het aanbieden van een appartement in een verzorgingshuis. De aanvullende dienstverlening kan voor consumenten een doorslaggevende rol spelen in hun keuzeprocess. Het totaal kan een bepaalde propositie voor de klant superieur maken, terwijl de onderliggende verzekering op onderdelen minder geschikt is en er betere alternatieven in de markt beschikbaar zijn. De focus van de AFM ligt van oudsher en wettelijk gezien op het verzekeringsproduct en de dienstverlening rond dit product. De AFM heeft geen kader of bevoegdheden om andere voordelen van een propositie in de beoordeling mee te wegen. Dit is daarom allereerst een beleidsissue.

Het level playing field

Digitalisering brengt met zich mee dat de komende jaren de grenzen verder vervagen tussen wat klassiek financiële sectoren en andere sectoren zijn.

Horizontale regelgevingsinitiatieven spelen hierop in. Dit levert nieuwe vraagstukken op over wat een gelijk speelveld inhoudt, stelt nieuwe eisen aan de beheersing van wat in toenemende mate technologiebedrijven zijn (variant B), en benadrukt het belang van samenwerking tussen toezichtorganisaties.

Voor wat betreft het gelijke speelveld (zie punt 7 in voorgaande tabel) is de voorname taak om toe te zien op vergunningsverplichtingen en om in te grijpen wanneer illegaal wordt aangeboden of bemiddeld. Deze toezichttaak is van alle tijden. Verdere beleidsdiscussie kan ontstaan over wat een gelijk speelveld betekent in de context van verregaande digitalisering en de bijkomende vervaging van de scheidslijn tussen de klassieke financiële sector en andere sectoren, zoals BigTech. De activiteiten zullen voor toezicht echter bepalend blijven.

Het Europese speelveld

Europa introduceert zoals beschreven in een hoog tempo nieuwe regelgevingsinitiatieven gericht op toezicht in een digitaliserende wereld. Hoewel het doel van deze initiatieven gericht is op het voorkomen van onwenselijke uitkomsten (zoals EU-grondrechten, doorbreken platform monopolies), richt de invulling van het toezicht zich op de governance door instellingen en het kunnen doorgronden van de technologie (variant B). Tegelijkertijd dekt de geplande regelgeving in mindere mate de geschetste maatschappelijke effecten van digitalisering, zoals de mogelijke afbreuk van de solidariteit (variant A).

Naast voordelen heeft cross border-dienstverlening ook een aantal potentiële negatieve effecten, waarvan de eerste voorbeelden zichtbaar worden. Aan de ene kant kunnen er verschillen zijn tussen nationale toezichthouders in de interpretatie en toepassing van wet- en regelgeving. Aan de andere kant kan de keten dusdanig versnipperd raken over diverse landen, dat het (Europese) toezichthouders aan overzicht ontbreekt van wie verantwoordelijk is. Een verzekeraar uit land A, ontwikkelt een product met een gevolmachtigd agent uit land B, waarna het product via een distributeur uit land C wordt verkocht in land D. Het risico bestaat dat aanbieders en distributeurs bewust op zoek kunnen gaan naar landen met de meest soepele interpretaties van wet- en regelgeving.

Het belang van samenwerking met andere toezichthouders neemt daarom toe.

Naast de natuurlijke samenwerking met DNB, als financieel toezichthouder, zal de samenwerking eveneens moeten worden gezocht met toezichthouders op het gebied van digitalisering, zoals de Autoriteit Persoonsgegevens, waar het algoritmetoezicht is ondergebracht. Ontwikkelingen zoals branchevervaging, ecosystemen en platforms benadrukken het belang van nauwe afstemming en samenwerking met de Autoriteit Consument & Markt. De Europese onderlinge samenwerking, al dan niet via de Europese gremia, zal wellicht het belangrijkste worden om effectief toezicht te kunnen blijven houden. Om te leren van andere toezichthouders, om toezichtoplossingen te delen, en om een gelijk speelveld te borgen.



5.3 Conclusie

Toezicht zal altijd een balans zoeken tussen het toetsen van de mate van beheersing en de kwaliteit van de uitkomsten. De komende tien jaar lijkt het toetsen van de mate van beheersing – het systeem – een belangrijker onderdeel te worden voor toezicht. Dit komt vooral omdat de samenhang tussen centrale beheersing en de decentrale uitkomst toeneemt en omdat de zichtbaarheid van uitkomsten beperkt is. De AFM zal dan in staat moeten zijn om de integere en beheerste bedrijfsvoering te toetsen van wat in de praktijk in toenemende mate technologiebedrijven zijn. Dit vraagt specifieke audit- en onderzoekvaardigheden.

We willen daarbij niet uit het oog te verliezen waar het om gaat: de kwaliteit van de uitkomsten. Dit is het resultaat van marktdynamiek: de wijze waarop vraag en aanbod elkaar vinden; de concurrentie tussen marktpartijen; de behoefte van klanten en hun vermogen om hierin te voorzien met in achtneming van de (zorgplicht en advies)waarborgen. We zullen bevindingen zorgvuldig moeten kunnen blijven beoordelen. En zorgvuldig blijven nadenken over hoe we, indien nodig, gedragsverandering bewerkstelligen bij individuele partijen of sectorbreed. Bij maatschappelijke effecten, zoals impact op de solidariteit, zal de AFM haar signalerende rol vasthouden richting maatschappelijke organisaties en de overheid. De toezichtinzichten op het niveau van instellingen en de effecten op de individuele klant, vormen ook een belangrijke voedingsbodem voor een breder maatschappelijk en politiek debat.

De grootste toezichtuitdagingen zouden kunnen liggen in zowel distributie als producten. De geschetste technologische ontwikkelingen en de verwachte impact op verzekeraars, maakt dat we dit waarschijnlijk achten. Beprijzing en acceptatie zal (veel) verder personaliseren, de distributie wordt meer embedded, het advies wordt gedeeltelijk tot volledig geautomatiseerd. Bovendien kunnen deze technieken op elkaar ingrijpen: een embedded verzekering kan na een geautomatiseerd advies gepersonaliseerd worden beprijsd. Dit geheel vindt plaats in een internationaliserende context, waardoor het beheersen van cross border-problematiek ieder jaar belangrijker wordt. Verzekeraars kunnen enerzijds meegaan in de geschetste beprijzing- en distributietechnieken en door embedded verzekeringen meer microproducten ontwikkelen.

Anderzijds kunnen verzekeraars (en eventueel ook andere financiële ondernemingen) doorgroeien tot een platform of een (belangrijk onderdeel vormen van een) eco-systeem.

De essentie van toezicht blijft daarmee in veel opzichten hetzelfde, maar de uitwerking verandert. Voor effectief gedragstoezicht blijft de behoefte aan de expertises van de accountant, econoom, actuaris, jurist, gedragskundige en data-scientist. Deze zullen hun expertise echter op een andere manier moeten invullen gelet op de veranderingen in verzekeringsproduct, -distributie en -rol. Daarnaast vindt er naar verwachting een verschuiving plaats: in 2033 zullen de expertises rondom technologie en datascience en rol van de IT-auditor nog belangrijker zijn geworden dan in 2023.

De AFM heeft met deze verkenning beoogd een beeld te schetsen van de invloed van technologische ontwikkelingen op de verzekeringssector en het toezicht daarop. We zullen ons toezicht de komende jaren zoveel mogelijk voorbereiden op de genoemde ontwikkelingen. Daarnaast roepen we verzekeraars en beleidsmakers op om na te denken over de mogelijke implicaties van deze ontwikkelingen. Wat betekenen deze bijvoorbeeld voor het beleid? Want alleen door de genoemde risico's zoveel mogelijk tegen te gaan, kan eenieder de vruchten plukken van de technologische vooruitgang.



Heeft u vragen of opmerkingen over deze publicatie?

Stuur een e-mail naar: redactie@afm.nl



Autoriteit Financiële Markten

Postbus 11723 | 1001 GS Amsterdam

Telefoon

020 797 2000

www.afm.nl

Volg ons: →



Auteurs: Robbert Barth, Mirèl ter Braak, Leonard Franken, René Geerling, Bart Zwartjes

Onder de noemer Occasional Paper publiceert de AFM regelmatig onderzoek dat relevant is voor beleidsmakers, wetenschappers, professionals in de zakelijke en financiële dienstverlening en in sommige gevallen ook het brede publiek. Deze onderzoeken zijn in eerste instantie bedoeld om tot een beter begrip te komen van onderwerpen die het toezicht van de AFM raken. De bevindingen en conclusies komen niet noodzakelijkerwijs overeen met de officiële standpunten van de AFM, maar worden wel gebruikt om tot beter toezicht te komen.

De tekst van deze publicatie is met zorg samengesteld en is informatief van aard. U kunt er geen rechten aan ontlelen. Door veranderende wet- en regelgeving op nationaal en internationaal niveau is het mogelijk dat de tekst niet actueel is op het moment dat u deze leest. De Autoriteit Financiële Markten (AFM) is niet aansprakelijk voor de eventuele gevolgen – bijvoorbeeld geleden verlies of gederfde winst – ontstaan door of in verband met acties ondernomen naar aanleiding van deze tekst.

© Copyright AFM 2023