

Trendrapport 2020

7 trends die de verzekerings- branche in 2020 ingrijpend veranderen

Concurrentie van InsurTech, krimpende marges, Brexit, blockchain en private investeerders die verzekeraars aankopen; het zijn maar een aantal van de trends die de verzekeringsbranche ingrijpend veranderen. In dit trendrapport lees je hoe verzekeraars relevant blijven in een digitale economie.

De verzekeringsbranche is de afgelopen jaren sterk in beweging. Digitale innovaties, nieuwkomers op de markt, veranderende wet- en regelgeving en een harde Brexit die boven een volatiele financiële markt hangt dwingen verzekeraars tot actie. De tijd van stil zitten is allang voorbij. De verwachting is ook dat verzekeringsbedrijven er over enkele jaren totaal anders uitzien. Omarmen verzekeraars niet de nieuwste digitale technologieën, dan lopen ze de kans ingehaald te worden door concurrenten of door niet-branchegenoten.



1. Nieuwe concurrenten uit onverwachte hoek

Verzekeren is het zo precies mogelijk inschatten van risico. Dat doen verzekeraars door het verzamelen en analyseren van zoveel mogelijk relevante data. Hoewel verzekeraars hiervan doordrongen zijn, loopt de sector toch achter op andere industrieën op het gebruik van data en nieuwe technologie. Denk bijvoorbeeld aan de bankensector en zeker de tech-sector. Op internet laten mensen zeer veel gegevens achter. Het is daarom niet verwonderlijk dat tech-bedrijven als Amazon en Google al investeren in de verzekeringsmarkt en dat het instapmoment niet lang op zich laat wachten. In Europa is Amazon op zoek naar experts op het gebied van verzekeringen, zo bleek uit verschillende advertenties.

Dankzij het gebruik van allerhande gegevens is het ook mogelijk veel meer maatwerk aan te bieden in vergelijking met de traditionele one size fits all-polis. De wereldwijde verzekeringsindustrie blijft zich vernieuwen, maar de innovatie lijkt vooral van kleine, technologiegedreven nieuwkomers te komen. InsurTech is de marktontwrichtende innovatie in de verzekeringssector, op basis van technologische ontwikkelingen. Dankzij digitale technologie en snelle schaalbaarheid maken nieuwe spelers tegen lagere kosten veel impact op de verzekeringsmarkt.



Insurtech start-ups beginnen met slimme data-analyses, chatbots en kunstmatige intelligentie-oplossingen. Hierdoor kunnen ze onder andere claims-management, klantenservice en de opsporing van fraude veel kostenefficiënter regelen. Omdat ze slim inspelen op data, social media, digitale marktplaatsen voor assurantiën kunnen ze ook beter en tegen lagere kosten klanten werven. Bij deze bedrijven loopt het overgrote gedeelte van de communicatie (semi-)geautomatiseerd via internet. Claims worden niet meer bij mensen ingediend, maar via chatbots gebaseerd op AI die weer draaien in de cloud. Hierdoor zijn deze bedrijven schaalbaar en veel flexibeler dan bedrijven die eigen hardware hebben staan. Voorbeelden van Insurtech start-ups zijn Knip Schutzclick, en GetSafe in Duitsland, en het Amerikaanse Insurify.

Verzekeraar Gavin gooit het hele verzekeren dan weer over een nieuwe boeg via risksharing. Verzekerden binnen een groep bepalen aan de hand van de schades hoeveel de deelnemers betalen. Hierbij vervalt dus de vaste, maandelijkse vooruitbetaalde premie. Het bedrijf biedt tot nu toe alleen juridische hulp en reis-, fiets- en telefoonverzekeringen aan. Gavin claimt tot 50% goedkoper te zijn en sommige maanden hoeven verzekerden zelfs helemaal geen premie te betalen. Een ander voorbeeld van een innovatieve verzekeraar is By Miles. Dit is een pay-per-mile-autoverzekering met een maandelijks abonnement dat het voertuig dekt.

2. Oude data nieuw leven inblazen

Traditionele verzekeraars hebben een weinig rooskleurig toekomstbeeld over de wijze waarop ze technologie omarmen en hoe ze op klantgedrag inspelen. Uit onderzoek van KPMG onder 70 bestuurders bij internationale verzekeringsbedrijven kwam naar voren dat de helft verwacht een groot aandeel van de omzet te verliezen aan InsurTech- of FinTech-bedrijven. De ondervraagde verzekeraars zien dat ze zich nog onvoldoende richten op de (digitale) transformatie die cruciaal is om bestaansrecht te garanderen.

Verzekeraars realiseren zich dat hun ervaring en de bekende parameters voor risico-evaluatie binnenkort niet meer toereikend zijn voor een concurrerend verzekeringsmodel. Om tot nog betere producten te komen moeten ze meer data gebruiken. Verzekeraars zijn van oudsher al data-specialisten, ze beschikken over een goudmijn aan informatie. Helaas blijven deze waardevolle gegevens vaak onontgonnen omdat het verborgen zit in verouderde informatie-infrastructuur.

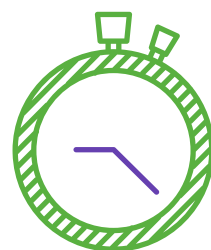
Data-integratie is het instrument dat alle data bij elkaar brengt en inzichtelijk maakt. Dit is de eerste stap om eerst tekst-mining, later machine learning, en uiteindelijk kunstmatige intelligentie (AI) in te kunnen zetten. Dit levert hen geautomatiseerde workflows met dashboards waardoor verzekeraars sneller en beter beslissen. Dankzij snellere, beter gekoppelde datasets en bijhorende analyses krijgen verzekeraars actiegerichte meldingen van het systeem. Toekomstige winnaars van de traditionele spelers binnen de branche investeren in digitale transformatie, opleidingstrajecten, online zichtbaarheid en acquisitie en klantenbinding.





3. Marges onder druk, verzekeraars groeien door overnames

De meeste bestaande verzekeringen lopen via assurantietussenpersonen, maar dat lijkt een doodlopende weg. De consumenten van vandaag zijn kritisch en zoeken zelfstandig, prijsbewust online naar de beste verzekering. Consumenten sluiten polissen steeds vaker direct af bij de verzekeraar via vergelijkingssites die prijzen en voorwaarden transparant maken. Hierdoor is klantenbinding voor tussenpersonen een must, maar ook een hele opgave. Onderzoek van de Rabobank laat zien dat zowel de omzet als de marges van tussenpersonen hierdoor verminderen. Tezamen met het provisieverbod voorziet de bank verdergaande krimp in deze markt, zowel qua aantal bedrijven als qua omzet en marge per bedrijf. Tussenpersonen zullen moeten investeren om hun online aanwezigheid en zichtbaarheid te garanderen. Consolidatie in de sector lijkt verder door te gaan.



Dit wordt gestaafd door het sentiment onder verzekeraars. Meer dan 70 procent van hen verwacht dat ruim de helft van de omzetgroei in de komende vijf jaar bereikt wordt door fusies en overnames. In 2020 is organische groei niet meer voldoende om mee te kunnen doen in de branche. Dat blijkt uit een grootschalig onderzoek van Deloitte onder verzekeraars uit het Midden-Oosten, Europa en Afrika. Sinds 2008 daalde het totaal aantal verzekeraars al met een derde. De verwachting is dat deze trend stevig doorzet.

Een nieuwe ontwikkeling is de aankoop van verzekeraars door privaat geld. Vivat van het Chinese Anbang werd bijvoorbeeld gekocht door Athora, een private equity bedrijf op Bermuda. Vivat heeft in Nederland zo'n 2,5 miljoen klanten. DNB moet die overname nog goedkeuren, maar heeft aangegeven dat dit soort aankopen mogelijk zijn. Er kunnen dan geen garanties geven worden dat gekochte Nederlandse polissen onder Nederlands toezicht blijven. Nieuwe eigenaren kunnen ze bijvoorbeeld naar een Europees land brengen waar het toezicht minder streng is.

4. Chatbots: 24/7 service tegen lagere kosten

Op websites staan robots bezoekers steeds vaker te woord. Onderzoeksbureau Gartner becijfert dat 85% van alle klantenservice in 2020 via chatbot-interactie verloopt. Verzekeraars en banken zetten daarom ook steeds vaker in op deze technologie. In deze on-demand maatschappij verwachten klanten 24/7 snel antwoord. Dat is met mensen te realiseren, maar erg duur. Service verbetert en de kosten verminderen als slimme communicatie-robots het klantcontact (deels) automatiseren.

Verzekeraar Centraal Beheer brengt in het najaar een nieuwe chatbot uit op basis van AI. Het belooft nog menselijker contact. Dus in plaats van lappen tekst krijg je een reactie in kleine blokjes tekst, inclusief emoticons. De verdere ontwikkelingen van deze virtuele assistenten ligt voor de hand want de vorige chatbot verlaagde in een jaar tijd het aantal klantvragen per e-mail met 40 procent. Hierdoor is het e-mailteam gehalveerd en die mensen beantwoorden nu de servicedesk van de live chat.

De verzekeraar uit Apeldoorn lanceerde onlangs ook als eerste verzekeraar een volledig geautomatiseerde advies tool voor arbeidsongeschiktheidsverzekeringen. Deze chatbot stelt na een gesprek van ongeveer een half uur een adviesrapport op. De verwachting is dat intermediairs deze tool binnenkort ook kunnen gebruiken.

SNS Bank ziet dan weer meer heil in persoonlijk contact en bindt via slimme software klanten aan een persoonlijke hulp van echte mensen.





5. Blockchain zet de verzekeringsbranche op zijn kop?!

Blockchain belooft de bancaire en verzekeringsbranche stevig te veranderen. Deze technologie maakt het mogelijk om automatisch de authenticiteit van transacties te garanderen. Via een openbaar grootboek elimineert blockchain verdachte en dubbele transacties door elke transactie vast te leggen.

Door de inzet van blockchain kunnen de contracten waarmee verzekeraars het risico van hun portefeuille herverzekeren met 30 procent verlagen. Neem bijvoorbeeld de slimme contracten die automatisch worden gesloten. AXA zet deze technologie in voor hun parametrische verzekering fizzy. Hierbij is een bewijs van schade niet nodig om een claim uitbetaald te krijgen. Het bewijs wordt geleverd door een variabele uit databases. Het raadpleegt Flightstats.com en ziet welke vlucht vertraagd is. Op basis van deze gegevens berekent fizzy direct, en volledig automatisch, het schadebedrag en het aantal gedupeerden. Op deze manier komt er geen menselijk handelen meer aan te pas.

Een ander voorbeeld is Etherisc dat verschillende soorten verzekeringen aanbiedt. Van crypto currency wallet-verzekeringen tot stormschaade voor lage inkomens en gewasverzekering voor boeren in ontwikkelingslanden. Deze boeren hebben meestal geen verzekering vanwege de lage marges van verzekeraars. Omdat blockchain-technologie de marges verhoogt kan dit prototype goedkoper gewassen verzekeren waardoor boeren zich wel kunnen verzekeren.

Startup Everledger zet blockchain in om de echtheid van diamanten te garanderen. Via de gevalideerde transactieschiedenis is de controle bij een roof gemakkelijk na te gaan. Dit verbetert en versnelt het proces aanzienlijk. Hoewel de meeste projecten nog in testfasen zitten, lijkt de blockchain grote voordelen voor de branche in petto te hebben. Dat grote verzekeraars in deze technologie investeren, onderstreept deze gedachte.

6. Politieke onzekerheid

De handelsoorlog, een dreigende recessie en de Brexit hangen al geruime tijd boven de markt. Vooral een dreigende afscheiding zonder akkoord van Groot-Brittannië van de EU lijkt nogal wat voeten in de aarde te hebben voor verzekeraars. Denk hierbij aan contractbeheer en toegang tot infrastructuur. Hoewel verzekeraars aanzienlijke vorderingen boekten qua noodplanning, zullen ze nog zaken moeten regelen. Voortzetting van internationale bank- en verzekeringsdiensten na een harde Brexit is onduidelijk. Banken en verzekeraars in Groot-Brittannië en de EU kunnen na Brexit mogelijk geen diensten meer verlenen aan klanten in een andere jurisdictie. De Britse bankensector is groot en bedient ongeveer de helft van de zakelijke markt in Europa. De overheid raadt met klem aan om hun voorbereidende maatregelen uiterlijk op 31 oktober 2019 af te ronden.

7. Het gevecht om nieuw talent

De grootste organisatorische uitdaging is waarschijnlijk dat verzekeraars zich voortdurend moeten aanpassen aan de nieuwe realiteit. Een van de manieren is het aantrekken van nieuw talent en daarmee nieuwe ideeën en businessmodellen. Dat vergt niet alleen een goed salaris, maar vooral goede randvoorwaarden als kansen op ontwikkeling en toegang tot de digitale middelen waarmee deze generatie gewend is te werken. Zo'n digitale werkplek moet een aantrekkelijke ervaring bieden op het gebied van samenwerking en moet de werknemers ondersteunen en keuzevrijheid bieden. Alleen als de werkgever en de werkplek de werknemer centraal stelt, zal deze zich aangetrokken voelen tot een nieuwe baan in de verzekeringsbranche.



DIGITALE TRANSFORMATIE?

Wil je ook het talent van nu en de toekomst aan je binden en vooroplopen in de digitale transformatie?
Wil jij voordeel halen uit deze ontwikkelingen en je bedrijf veiligstellen voor de toekomst?
Neem dan contact met ons op en samen kijken we waar technologie jou een helpende hand kan bieden.



Waarom Wortell?

Wij helpen organisaties voorop te lopen door de slimme inzet van technologie zodat zij de (nieuwe) consument en medewerkers kunnen blijven bedienen. We begeleiden organisaties graag door het hele proces: van advies, implementatie, wegwijs maken van de eindgebruikers (adoptie) tot en met zorgeloos beheer.

Wortell heeft maar liefst negen Microsoft Gold competenties. We zijn twee keer verkozen tot beste Microsoft partner van Nederland en daar zijn we trots op.

Koffie doen?

Heeft deze brochure je nieuwsgierig gemaakt? Pak de afslag 'Lijnden' en je ziet ons al van ver: de kenmerkende kerktoren van Wortell. Je kunt trouwens ook langskomen op onze vestiging bij Microsoft Spaces of in Gouda. Alle drie plekken waar we graag vertoeven! Digitaal kennismaken kan natuurlijk ook.

Bel ons: **020-7505050**

Mail ons: **info@wortell.nl**

