



Beschrijving challenges

Jongeren Innovatie Programma 2023

Subthema: Voor alles een verzekering

1 AI en verzekeren

Er komen steeds meer AI-toepassingen, ChatGPT rocks the boat, AVASTARS is op TV en voor blockchaintoepassingen start een nieuw hoofdstuk. Parallel verandert de publieke opinie over privacy, speelt Europa hierop in met digitale identiteiten en uitlegbare AI die weer hand in hand gaan met veel belovende privacy enhancing technology-concepten. Het is duidelijk dat de klant meer regie krijgt, maar er ontstaan ook veel meer mogelijkheden tot bijvoorbeeld personalisatie van de klantbeleving.

Wat voor ontwikkelingen verwachten jullie in de komende 5 tot 10 jaar en wat betekent dit voor de verzekeringswereld van de toekomst?

Voorbeelden waaraan je kan denken zijn, maar niet beperkt tot:

- a. Hoe kunnen we diensten en producten gemaakt door AI-toepassingen (i.c.m. input van een gebruiker) verzekeren?
- b. Hoe ziet de klantreis over 10 jaar eruit als AI toepassingen overal zijn en de klant hyperpersonalisatie verwacht?
- c. Verzekering om fouten gemaakt door AI systemen en de daaruit voortvloeiende aansprakelijkheid te dekken - bijv. 'AI Hallucinaties' [een AI die volledig overtuigd plausibele, maar foute informatie/antwoorden geeft waar schade uit voortkomt]

2 Vervoer van de toekomst

In 2021 legden we in Nederland 168,4 miljard reizigerskilometers af, gemiddeld zo'n 10.000 kilometer per persoon per jaar. Er wordt dus flink wat gereisd, met meerdere voertuigen en verschillende reismotieven. Dat levert behoorlijke uitdagingen op, zeker met een groeiende bevolking en groeiende economie, met mensen die steeds ouder worden en waar ruimte een uitdaging is: files, vervuiling en verkeersongevallen.

Moderne technieken en slimme oplossingen kunnen het vervoer veiliger, vlotter en schoner maken. Denk aan reisinformatiediensten (mobility as a service), rijhulpsystemen/ zelfrijdende auto's, maar ook aan deelmobiliteit, elektrisch vervoer/waterstof, drones of een hyperloop. Of functies die elkaar gaan overlappen, de auto van de toekomst wordt misschien wel een rijdend kantoor.

We zijn op zoek naar een stip op de horizon én de weg daar naartoe. Hoe ziet het vervoer van de toekomst eruit en waar zouden we als verzekeraars op moeten inzetten?

Voorbeelden waaraan je kan denken zijn, maar niet beperkt tot:

- a) Verzekeren van deelvervoer/mobiliteit als een dienst: verschuiving van object naar persoon? (voorbeeld: pilot rijbewijsverzekering Aon)
- b) Verzekeren van nieuwe (soorten) vervoersmiddelen: geïntegreerde verzekering/embedded insurance
- c) Innovaties voor verkeersveiligheid

3 Virtuele eigendommen

Vandaag de dag is veel om ons heen digitaal en deze digitalisering gaat steeds sneller. Zo is de gaming industrie wereldwijd al meer waard dan de video en muziek industrie samen. De waarde van virtuele (persoonlijke) eigendommen en- bedrijfsmiddelen neemt steeds meer toe. Soms ook gemeten in de tijd die in het verwerven ervan gestopt is. Echter zijn dit vaak immateriële zaken die emotioneel geladen zijn en die waarde is niet of nauwelijks verzekeraar. Gezien deze ontwikkelingen rijst de vraag hoe we deze virtuele eigendommen zouden kunnen verzekeren.

Wat voor ontwikkelingen verwachten jullie in de komende 5-10 jaar op dit gebied en hoe kunnen verzekeraars hierop insprijngen?

Voorbeelden waaraan je kan denken zijn, maar niet beperkt tot:

- a. Non-fungible tokens (NFT's)
- b. (Eigendommen van) je account. Denk aan in-game currency, skins, eigendom van een deel van een online omgeving. Maar ook aan je level(s)/rank/highscore in een spel of toegang tot een online omgeving.
- c. Een klantenbestand, de boekhouding, de webcatalogus of unieke ontwerpen van een bedrijf.¹

Subthema: Voor iedereen een verzekering

4 De toekomstige jonge klant

De verschillen tussen generaties zijn groot. Waar oudere generaties hun financiële zaken nog veelal op papier regelen, doen jongeren dat al vele jaren online. En waar ouderen vaak hun hele leven bij die ene verzekeraar 'om de hoek' blijven, veranderen jongeren met enige regelmaat van verzekeraar. Ook naar de toekomst toe zal de wereld niet stilstaan. Welke trends komen er op ons af? Wat voor wensen heeft de generatie die in het komende decennium meerderjarig wordt op het gebied van verzekeringen?

De uitdaging voor jullie is om met een creatieve blik naar de toekomst te kijken en de verzekeraars uit de toekomst te adviseren hoe zij moeten omgaan met de toekomstige jonge klant.

Voorbeelden waaraan je kan denken zijn, maar niet beperkt tot:

- a. Meer behoefte aan automatisme. Bijvoorbeeld een reisverzekering die automatisch inschakelt als een klant met zijn mobiel de landsgrens overgaat.
- b. Grotere groep mensen met minder in eigendom. Bijvoorbeeld mensen die alles delen/lenen/huren.
- c. Digital nomads die een fluide vorm van leven hebben waarin ze wonen, werken en reizen combineren.

a. ¹ De gevolgen van verlies (of ontoegankelijkheid) kunnen in principe gedekt worden onder een bedrijfscontinuïteitsverzekering, maar meestal alleen als gevolg van materiele schade. In de praktijk zien we overigens dat ZZP'ers en kleine ondernemers deze dekking [bedrijfscontinuïteits-verzekeringen] niet of nauwelijks afnemen.

5 Kwetsbaren van de toekomst

Je hoort en leest de laatste tijd veel over een toenemende kloof of tweedeling in de maatschappij. Sommige mensen gaat het op veel vlakken voor de wind en anderen hebben het zwaar(der). En er zijn groepen waarbij de kwetsbaarheden zich opstapelen. Ze vinden geen betaalbare woning, hebben vaak een onzeker arbeidscontract, weinig inkomen en vermogen, hoge maandlasten en een slechtere gezondheid.²

Alhoewel meer en meer mensen (en ook beleidsmakers) doordrongen raken van deze problematiek, ziet het er niet naar uit dat deze ontwikkelingen op korte termijn worden gekeerd. Ook op de middellange termijn, bijvoorbeeld over vijf jaar, zal een deel van de Nederlandse bevolking (financieel) kwetsbaar zijn. Dat betekent niet per se dat zij allemaal erg arm zijn, maar dat zij zich niet veel (financiële) tegenslag kunnen veroorloven.

Hoe ziet de groep Nederlandse (financieel) kwetsbaren er over 5 tot 10 jaar uit en hoe kunnen verzekeraars hun maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen?

Voorbeelden waaraan je kan denken zijn, maar niet beperkt tot:

- a. Toegankelijkheid financiële producten voor kwetsbare groepen vergroten
- b. De rol van de verzekeraar om kwetsbaren te voorkomen
- c. Wat kunnen verzekeraars doen om de eerder genoemde kloof of tweedeling in de maatschappij te verminderen/dichten.

6 Solidariteit onder druk?

Met meer data krijgen verzekeraars meer inzicht in de precieze kenmerken van klanten met hoge risico's. Het kan daardoor voor deze groepen moeilijker worden om een verzekering te krijgen. Bijvoorbeeld door hogere premies of doordat ze niet langer worden geaccepteerd. Tegelijkertijd kan data sommige risico's ook beter verzekeraar maken, want als een risico niet bekend is, is het immers lastiger (en dus vaak ook duurder) om te verzekeren.

Overigens is 'meer data' niet alleen een risico voor de klant, het kan ook een probleem zijn voor de verzekeraar. Als de klant beter weet welke risico's hij of zij precies loopt, verzekeren wellicht alleen de mensen met de hogere risico's zich nog. De verzekeraar komt dan in de problemen. Data is dus een tweesnijdend zwaard. Het is zowel een kans als een risico, voor zowel klant als verzekeraar. De sector belooft in de Gedragscode Verzekeraars: *Wij maken het mogelijk dat zoveel mogelijk (potentiële) klanten risico's financieel af kunnen dekken en zullen ons inspannen te voorkomen dat mensen tegen hun wil onverzekerd zijn.*

Wat voor ontwikkelingen verwachten jullie over 5 tot 10 jaar en wat kunnen verzekeraars doen om de ambitie van de gedragscode zo goed mogelijk waar te maken?

Voorbeelden waaraan je kan denken zijn, maar niet beperkt tot:

- a. Met rijgedrag verzekeringen kunnen jonge automobilisten bewijzen dat zij wel voorzichtige bestuurders zijn: jongeren die dat niet kunnen, zullen nóg duurder uit zijn voor hun autopremie.
- b. Klanten kunnen met behulp van DNA analyse misschien heel goed weten, of zij vroegtijdig zullen komen te overlijden en vervolgens op tijd een dure levensverzekering sluiten. Dit kan de verzekeringsbranche op hoge kosten komen te staan.
- c. Als je mensen vraagt of ze een solidair verzekeringsstelsel willen, zegt een groot deel 'ja': hoe kapitaliseren we op die bereidheid tot solidariteit?³

² Zie bijvoorbeeld: [Aantal huishoudens stapelt kwetsbaarheden \(dnb.nl\)](https://www.dnb.nl/nieuws/2018/04/aantal-huishoudens-stapelt-kwetsbaarheden)

³ Dit was de conclusie van een onderzoek in opdracht van Verbond van Verzekeraars