



Consumentenmonitor 2024

Hoe denken Nederlanders over verzekeringen en de verzekeringsbranche?

De Consumentenmonitor

De Consumentenmonitor beschrijft de mening van Nederlandse consumenten van 18 jaar en ouder over de verzekeringssector (excl. ziektekostenverzekeraars) en daaraan gerelateerde onderwerpen. In februari 2025 zijn 1.035 consumenten bevraagd. Het is de 21^{ste} keer dat het Verbond van Verzekeraars de Consumentenmonitor uitbrengt. De Consumentenmonitor vormt een hulpmiddel bij het bepalen en evalueren van beleid in het kader van het platform Klantbelang en Reputatie. Voor u ligt de ledenversie, een vertrouwelijk document bestemd voor leden van het Verbond van Verzekeraars.

De Consumentenmonitor over de jaren

De Consumentenmonitor wordt vanaf 2022 uitgevoerd door onderzoeksbureau Miles Research. Vorig jaar heeft er geen meting plaatsgevonden. Dit jaar hebben er verschillende wijzigingen in de vragenlijst plaatsgevonden; er zijn vragen toegevoegd, geschrapt en een aantal vragen is opnieuw gesteld. Daar waar mogelijk wordt in deze rapportage een vergelijking gemaakt met voorgaande jaren.

Contact

Voor vragen met betrekking tot de Consumentenmonitor kunt u contact opnemen met:

Data Analytics Centre (DAC)
infodac@verzekeraars.nl



Inhoudsopgave

01	Samenvatting
02	Imago
03	Klantbelang
04	Profiel
05	Achtergrondkenmerken
06	Onderzoeksverantwoording



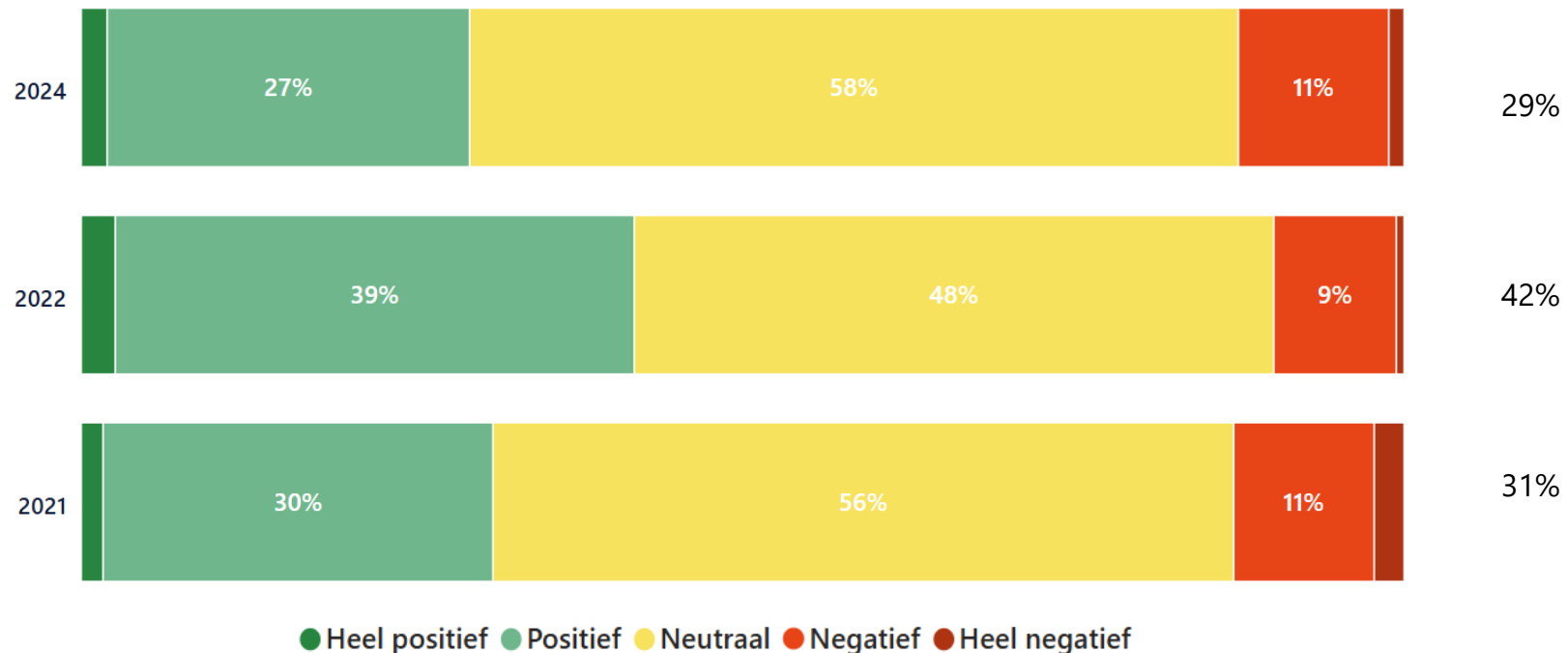
A large circular image on the left side of the slide. It shows a person's hand reaching up, with the sun positioned between the fingers, creating a bright starburst effect. The background of the circle is a panoramic view of a city, likely Oslo, with dense residential buildings and a forested area in the foreground. The sky is a mix of light blue and white clouds.

1. Imago

Consumenten hebben een minder positief beeld over verzekeraars in vergelijking met twee jaar geleden

Wat is je algemene beeld van verzekeraars? (excl. 'weet niet') (2024: n=1.012)

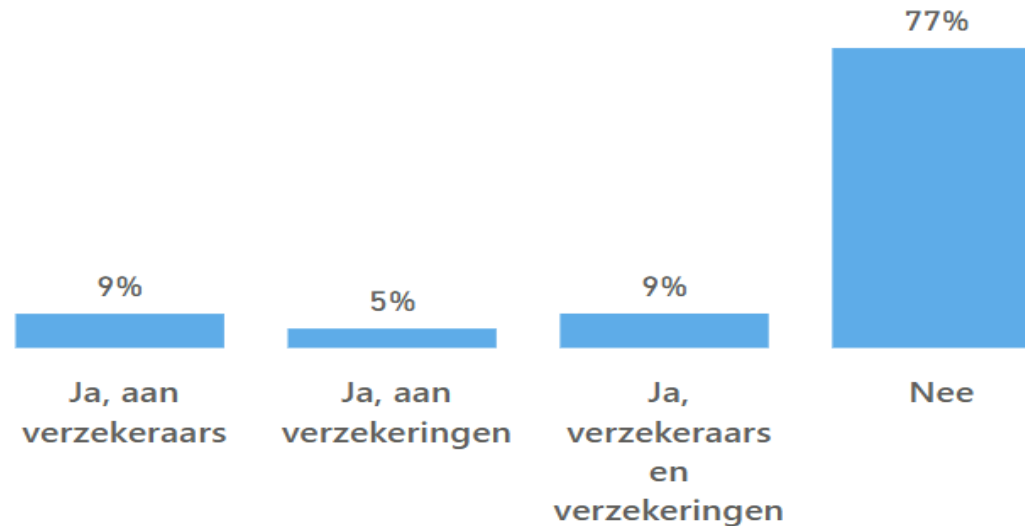
% (heel) positief



- Drie op de tien (29%) consumenten heeft een positief beeld over verzekeraars. Dat is een afname ten opzichte van 2022 (42%) maar wel vergelijkbaar met 2021 (31%). 58% is neutraal en 13% heeft een negatief beeld.
- Consumenten met hoge inkomens hebben vaker een positief beeld dan consumenten met lage inkomens (41% versus 27%). Daarnaast hebben personen die recent contact hebben gehad met een verzekeraar een positiever beeld (37%), net als personen die tevreden zijn met de afhandeling van een recente claim (51%).

Negatieve beeld ligt voor grootste deel niet aan specifieke verzekeraars/verzekeringen (77%)

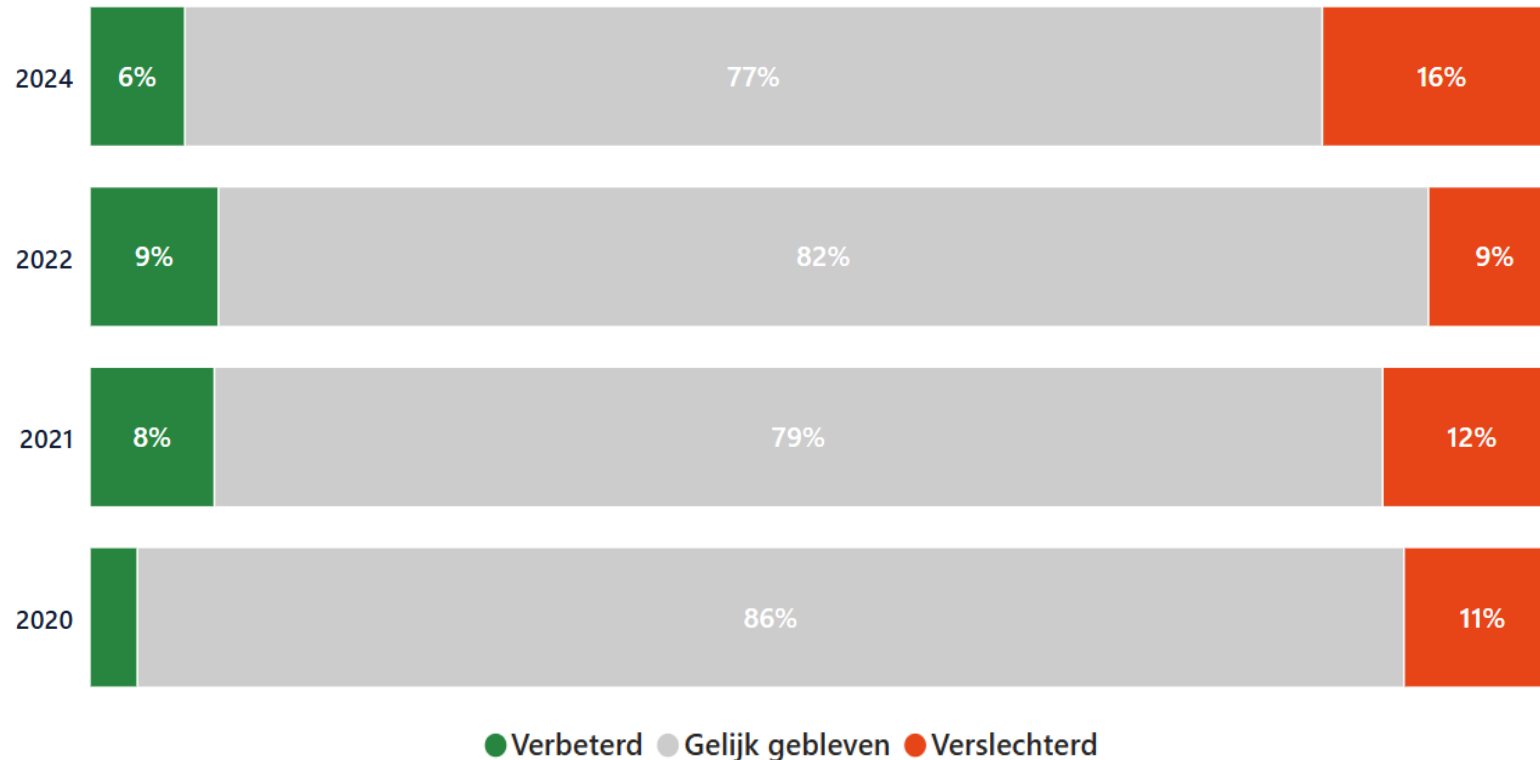
*Je hebt aangegeven een (heel) negatief beeld te hebben van verzekeraars. Licht dit aan specifieke verzekeraars of specifieke soorten verzekeringen?
(n=140)*



- 9% geeft aan dat het aan specifieke verzekeraars ligt, 5% dat het aan specifieke soorten verzekeringen ligt en 9% aan beiden.
- Vrouwen geven vaker aan dat het negatieve beeld te maken heeft met een specifieke verzekeraar/verzekering dan mannen (31% versus 14%).

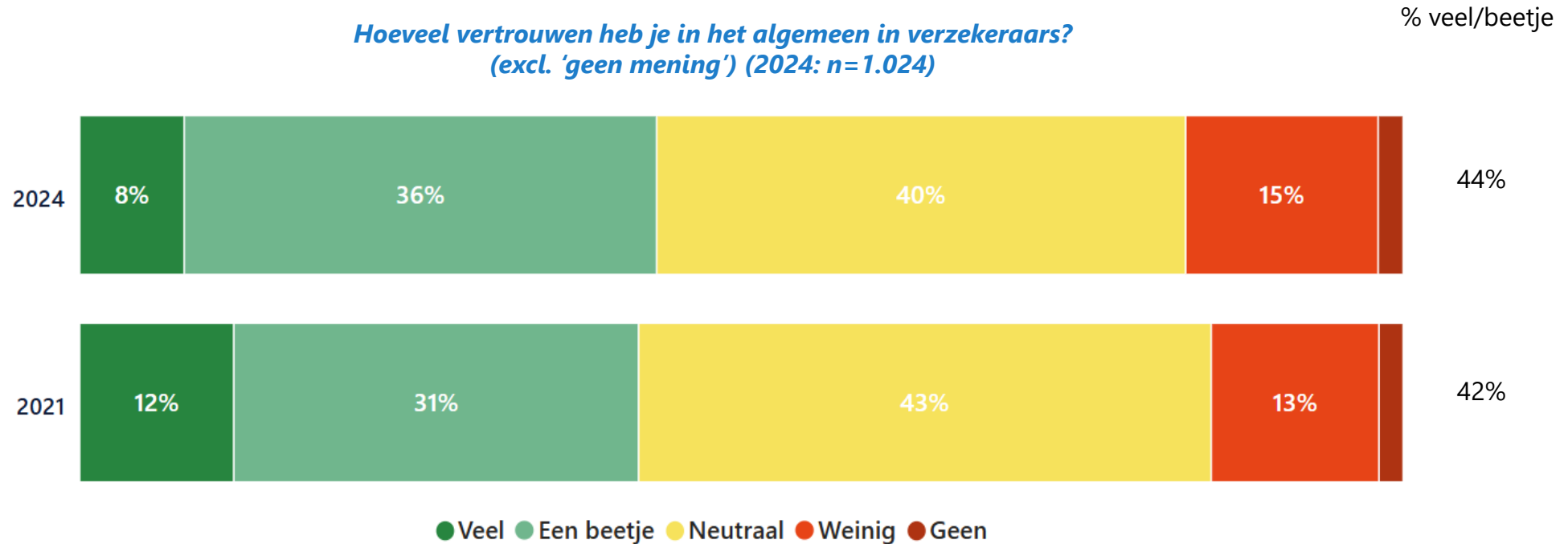
De mening over verzekeraars is het afgelopen jaar voor 16% verslechterd; dit aandeel is hoger dan vorige jaren

Is je mening over verzekeraars het afgelopen jaar verbeterd, verslechterd of gelijk gebleven? (2024: n=1.035)



- 6% van de consumenten geeft aan dat hun beeld over verzekeraars in het afgelopen jaar is verbeterd en bij 77% is het gelijk gebleven.
- Jongeren (18-29 jaar) geven vaker aan dat hun beeld is verbeterd (12%). Hetzelfde geldt voor personen die recent contact hebben gehad met een verzekeraar (11%) en personen die tevreden zijn met de afhandeling van een recente claim (16%).

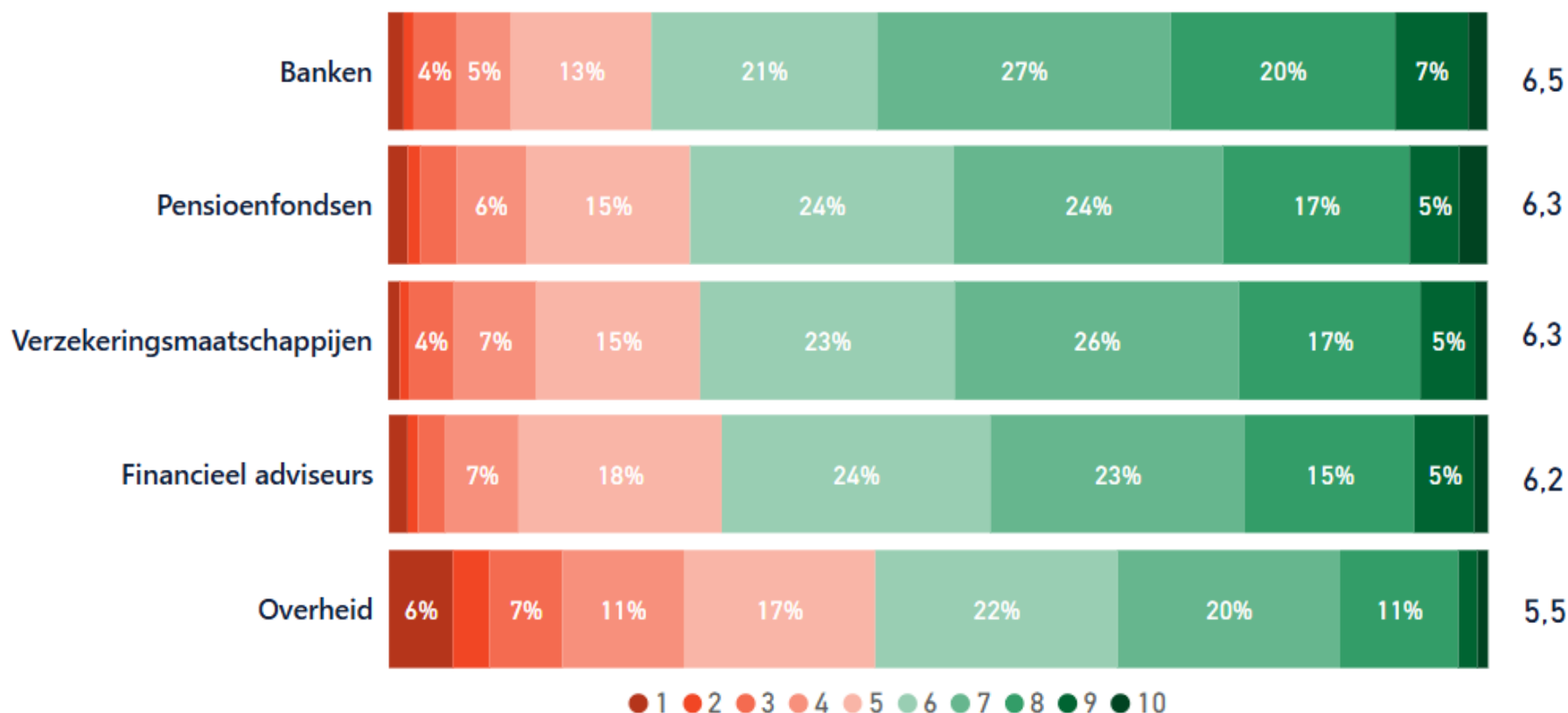
44% heeft in het algemeen veel of een beetje vertrouwen in verzekeraars



- 16% heeft weinig of geen vertrouwen in verzekeraars en vier op de tien heeft een neutrale mening.
- Vergeleken met 2021 is het aandeel 'veel vertrouwen' gedaald (van 31% naar 36%) maar de top 2 box (veel/beetje) is ongeveer gelijk gebleven (44% versus 42%).
- Mannen geven vaker aan veel/een beetje vertrouwen te hebben in verzekeraars dan vrouwen (47% versus 40%). Ook personen die in de afgelopen 3 jaar contact hebben gehad met een verzekeraar (48%) en personen die tevreden zijn met de afhandeling van een recente claim (57%) hebben meer vertrouwen.

Verzekeraars worden met een 6,3 beoordeeld en staan daarmee op een gedeelde tweede plek, samen met pensioenfondsen

*Wat is jouw mening over de mate waarin de organisaties binnen deze sector in het algemeen hun beloftes nakomen?
Druk je mening uit in een rapportcijfer van 1 (komen beloftes nooit na) tot en met 10 (komen beloftes altijd na). (n=1.035)*



- 23% van de consumenten geeft verzekeringsmaatschappijen een 8 of hoger. 28% geeft een onvoldoende
- Banken scoren het hoogst van de voorgelegde instanties (6,5) en de overheid scoort het laagst (5,5).
- 65-plussers en 18-29 jarigen geven verzekeraars een hogere score (6,5 en 6,4) vergeleken met de andere leeftijdsgroepen (6,1/6,0/6,2).
- Personen die recent contact hebben gehad met een verzekeraar geven een hogere score dan personen die langer dan 3 jaar geleden contact hebben gehad (6,4 versus 6,1). Ook personen die tevreden zijn met de afhandeling van een recente claim geven een hogere score dan personen die ontevreden zijn (6,7 versus 4,9).

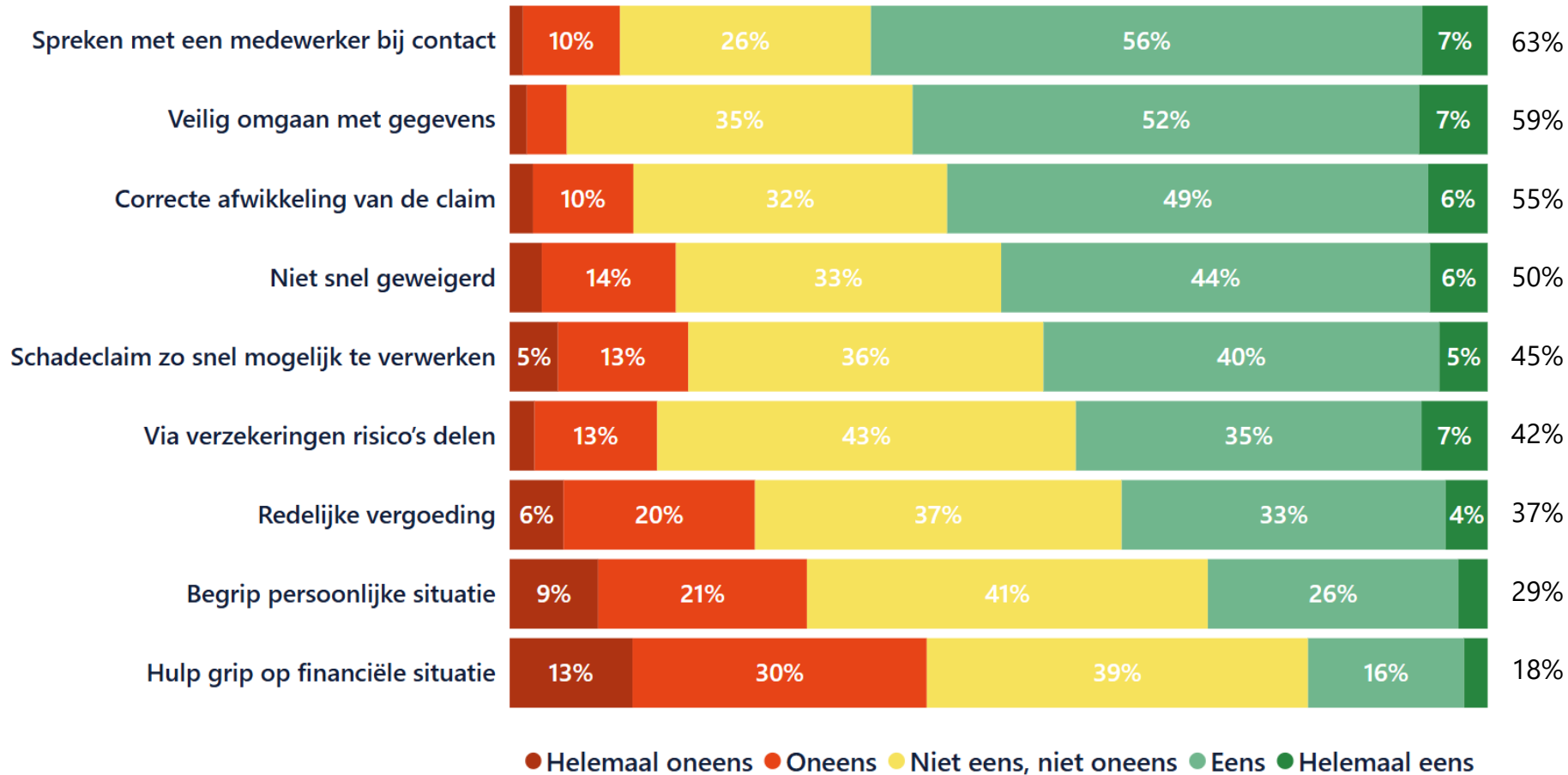


2. Klantbelang

Consumenten zijn het meest positief over persoonlijk contact en over hoe veilig verzekeraars met hun gegevens omgaan

Geef aan in hoeverre je het met de volgende stelling(en) eens of oneens bent.
(excl. 'geen mening') (2024: n=746-955)

% (helemaal)
eens



- Consumenten zijn redelijk vaak positief over het correct afwickelen van een claim (55%), het veilig omgaan met hun gegevens (59%) en het spreken van een medewerker wanneer men contact opneemt (63%).
- Stellingen die lager scoren zijn 'Verzekeraars tonen begrip voor mijn persoonlijke situatie' en 'De kans dat ik een redelijke vergoeding krijg voor mijn schadeclaim is groot' (respectievelijk 29% en 37%).
- Personen die recent een schadeclaim hebben ingediend zijn positiever over de snelheid van de verwerking (54%), de correcte afwikkeling (59%) en de kans op een redelijke vergoeding (50%).
- Personen die tevreden zijn met de afhandeling van een recente claim antwoorden positiever op bijna alle stellingen.

Vergeleken met 2022 ervaart men minder hulp van verzekeraars om grip te houden op de financiële situatie

*Geef aan in hoeverre je het met de volgende stelling(en) eens of oneens bent.
(excl. 'geen mening') (2024: n=746-955)
% (helemaal) eens*

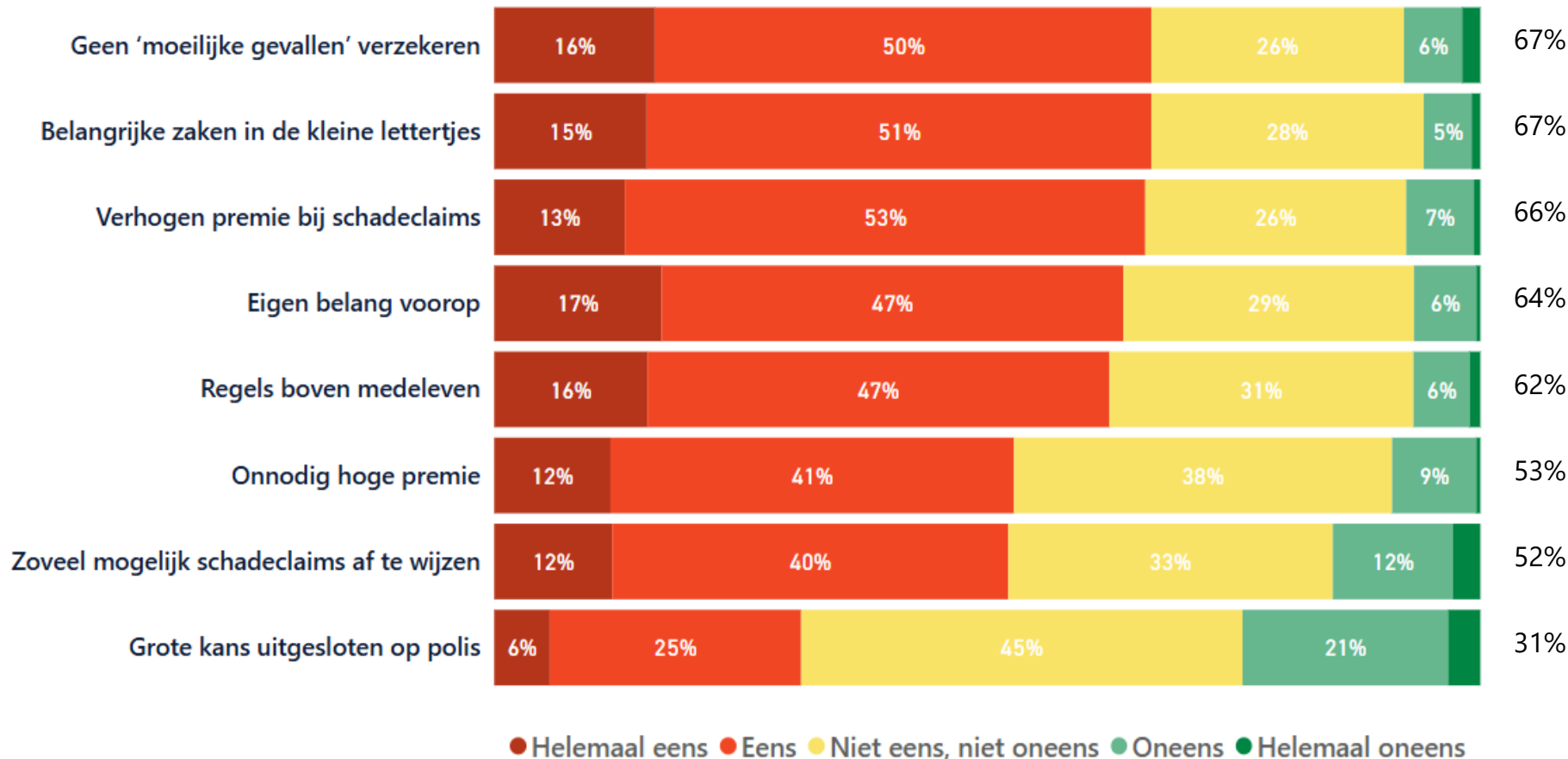
	2021	2022	2024
Veilig omgaan met gegevens	47%	55%	59%
Correcte afwikkeling van de claim	52%	59%	55%
Hulp grip op financiële situatie	16%	24%	18%

- De stelling dat verzekeraars hun klanten helpen om grip te houden op hun financiële situatie is gedaald van 24% naar 18%. In 2021 scoorde deze stelling echter nog iets lager (16%).
- Men ervaart dat verzekeraars steeds veiliger omgaan met gegevens de afgelopen jaren (er is een stijgende trend te zien van 47% in 2021 naar 59% in 2024).
- De stelling over de correcte afwikkeling van de claim laat een daling zien van 59% naar 55% maar deze is niet significant.

Twee derde van de consumenten denkt dat verzekeraars geen moeilijke gevallen willen verzekeren en dat ze belangrijke zaken in de kleine lettertjes zetten

Geef aan in hoeverre je het met de volgende stelling(en) eens of oneens bent.
(excl. 'geen mening') (2024: n=782-958)

% (helemaal)
eens



- Meer dan de helft is het (helemaal) eens met bijna alle negatief geformuleerde stellingen, uitgezonderd: "Als ik een claim indien, is de kans groot dat de schade is uitgesloten op mijn polis".
- Daarnaast zegt tevens twee derde dat verzekeraars de premie verhogen als je vaak schadeclaims indient.
- Hoog opgeleiden zijn het vaker (helemaal) eens met de meeste stellingen en dus negatiever gestemd dan laag opgeleiden. Hetzelfde geldt voor personen die ontevreden zijn met de afhandeling van een recente claim vergeleken met personen die tevreden zijn.
- Daarnaast zijn 30-plussers het vaker (helemaal) eens dan 30-minners met de stellingen Geen 'moeilijke gevallen' verzekeren en Belangrijke zaken in de kleine lettertjes.

Vergeleken met 2020 is men vaker van mening dat verzekeraars belangrijke zaken in de kleine lettertjes zetten

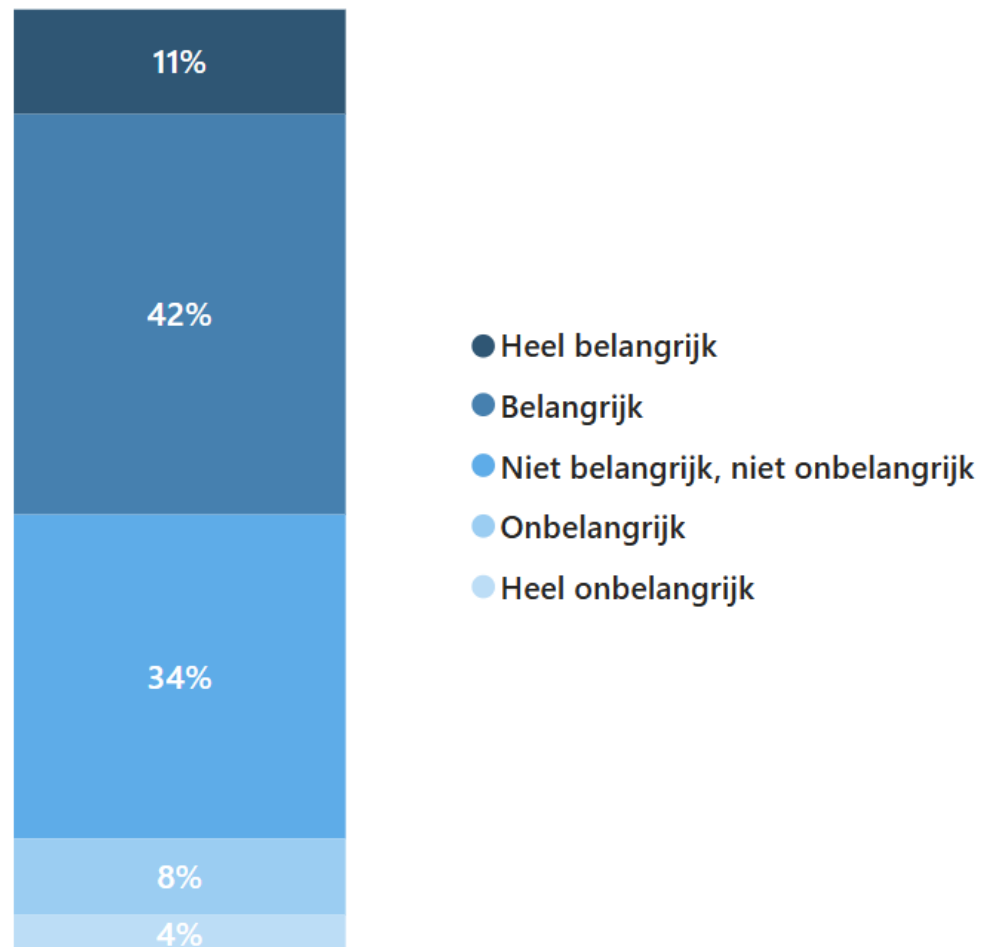
*Geef aan in hoeverre je het met de volgende stelling(en) eens of oneens bent.
(excl. 'geen mening') (2024: n=782-958)
% (helemaal) eens*

	2020	2021	2022	2024
Belangrijke zaken in de kleine lettertjes	56%	68%	62%	67%
Eigen belang voorop	54%	64%	58%	64%
Onnodig hoge premie	47%	54%	55%	53%
Grote kans uitgesloten op polis	21%	34%	29%	31%

- In 2024 is het aandeel dat het (helemaal) eens is met de stelling dat verzekeraars belangrijke zaken in de kleine lettertjes zetten hoger dan in 2020 (67% versus 56%).
- Hetzelfde geldt voor de stellingen over de onnodig hoge premie (53% versus 47%) en de grote kans dat de ingediende claim is uitgesloten (31% versus 21%).
- Met de stelling dat verzekeraars hun eigen belang voorop stellen is men het in 2024 vaker (helemaal) eens dan in 2020 en in 2022 (64% versus 54%/58%).

54% vindt het (heel) belangrijk dat zijn verzekeraar bijdraagt aan maatschappelijke doelen en duurzaamheid

Hoe belangrijk vind je het dat je verzekeraar bijdraagt aan maatschappelijke doelen en duurzaamheid? (n=1.035)

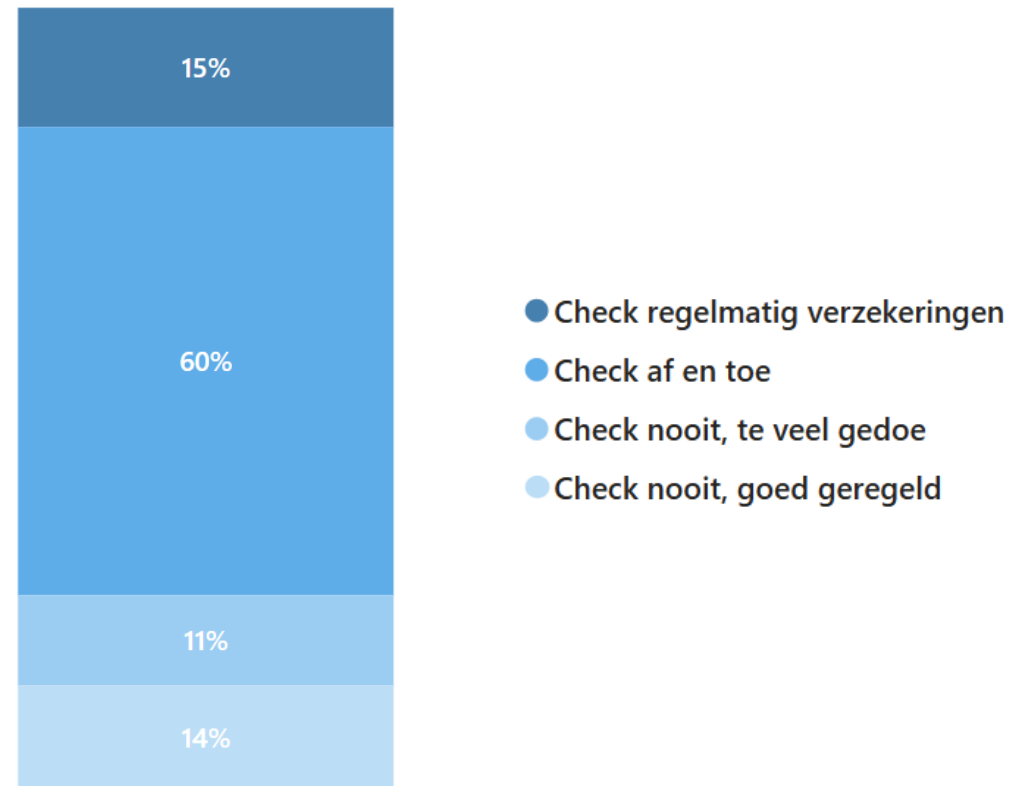


- Een derde (34%) staat hier neutraal tegenover en slechts 12% vindt duurzaamheid (heel) onbelangrijk.
- Hoog opgeleiden vinden dit thema vaker (heel) belangrijk dan midden en laag opgeleiden (59% versus 51%/50%). Mannen geven vaker aan het (heel) **on**belangrijk te vinden dan vrouwen (16% versus 9%).

3. Profiel

Merendeel checkt af en toe de verzekeringen om te kijken of deze nog bij hen passen (60%)

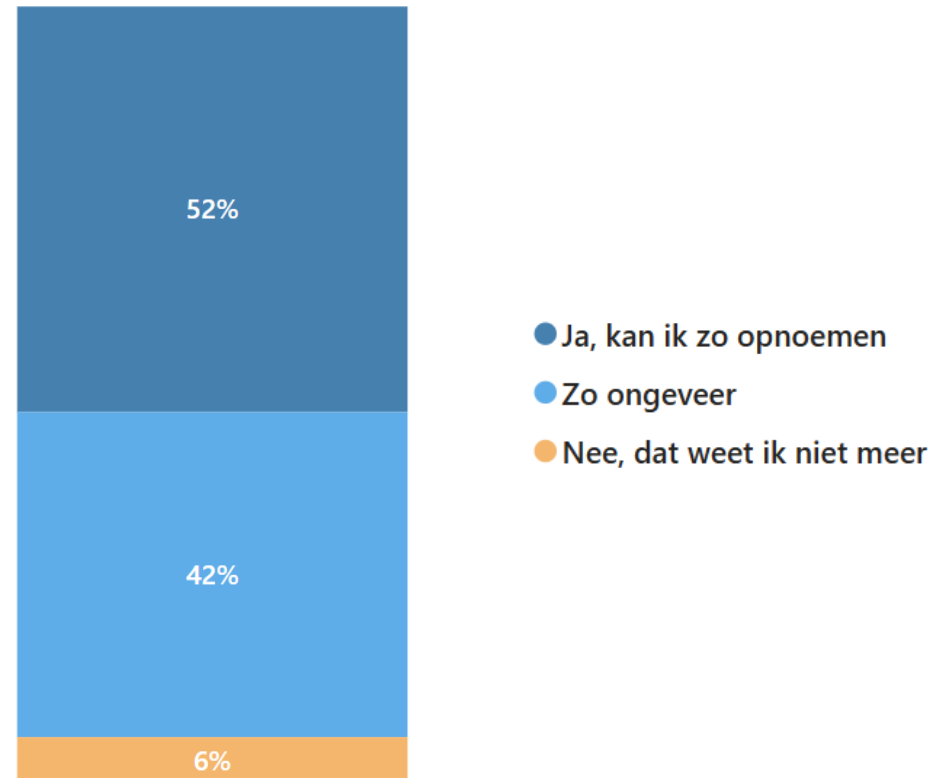
Welke van onderstaande omschrijvingen is het meest op jou van toepassing? (n=1.035)



- 15% checkt regelmatig de verzekeringen om te kijken of ze nog bij hen passen. 14% checkt nooit de verzekering, men is ervan overtuigd dat ze alles goed geregeld hebben en 11% checkt nooit de verzekeringen want dat is te veel gedoe.
- 65-plussers geven vaker aan dat ze nooit de verzekeringen checken omdat ze ervan overtuigd zijn dat ze alles goed hebben geregeld (22%).
- Ditzelfde geldt voor laag opgeleiden (22%) en personen met lage inkomens (17%).

De helft van de consumenten kan opnoemen welke verschillende verzekeringen ze hebben (52%)

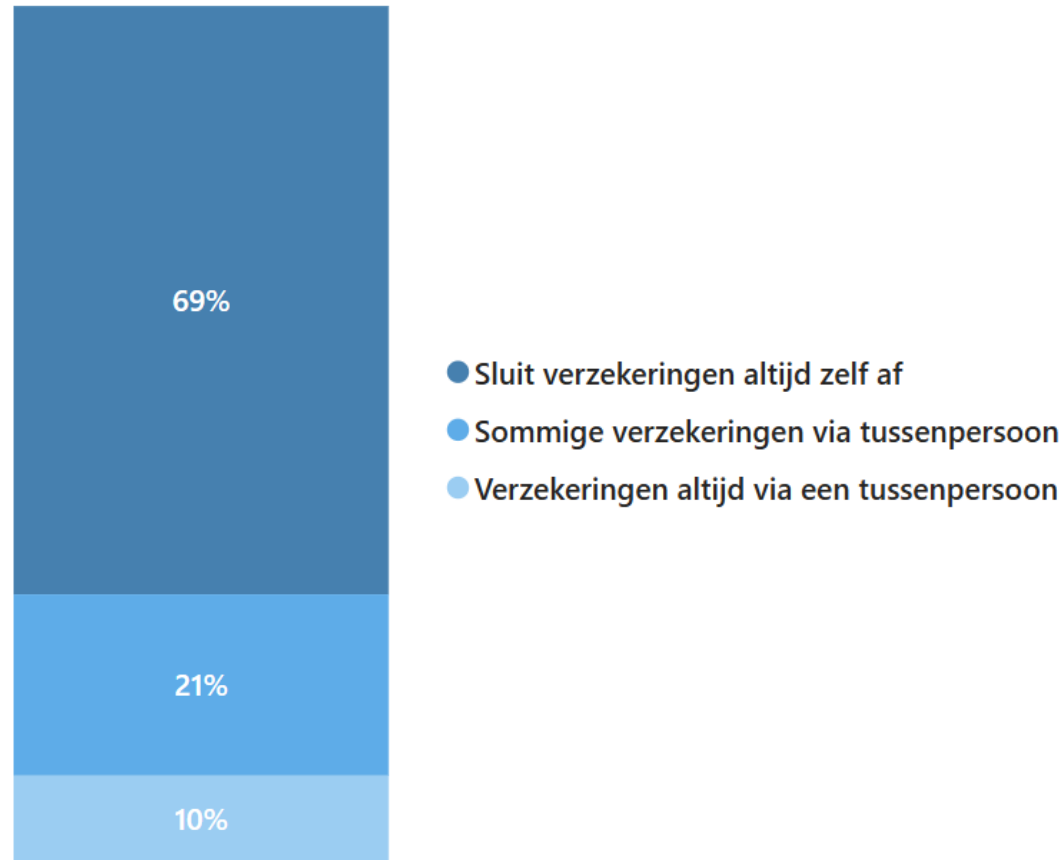
Weet je welke verschillende verzekeringen je allemaal hebt? (n=1.035)



- 42% kan zijn verzekeringen zo ongeveer opnoemen, ze zouden het even moeten nazoeken. Slechts 6% weet het niet (zo goed) meer.
- Jongeren (18-29 jaar) kunnen minder vaak al hun verzekeringen opnoemen (29%). 14% van de jongeren weet het niet meer en 57% weet het ongeveer maar moet het even nazoeken.
- Onder de 50-plussers kan 62% de verzekeringen zo opnoemen.

Ruime meerderheid sluit verzekeringen (bijna) altijd zelf af (69%)

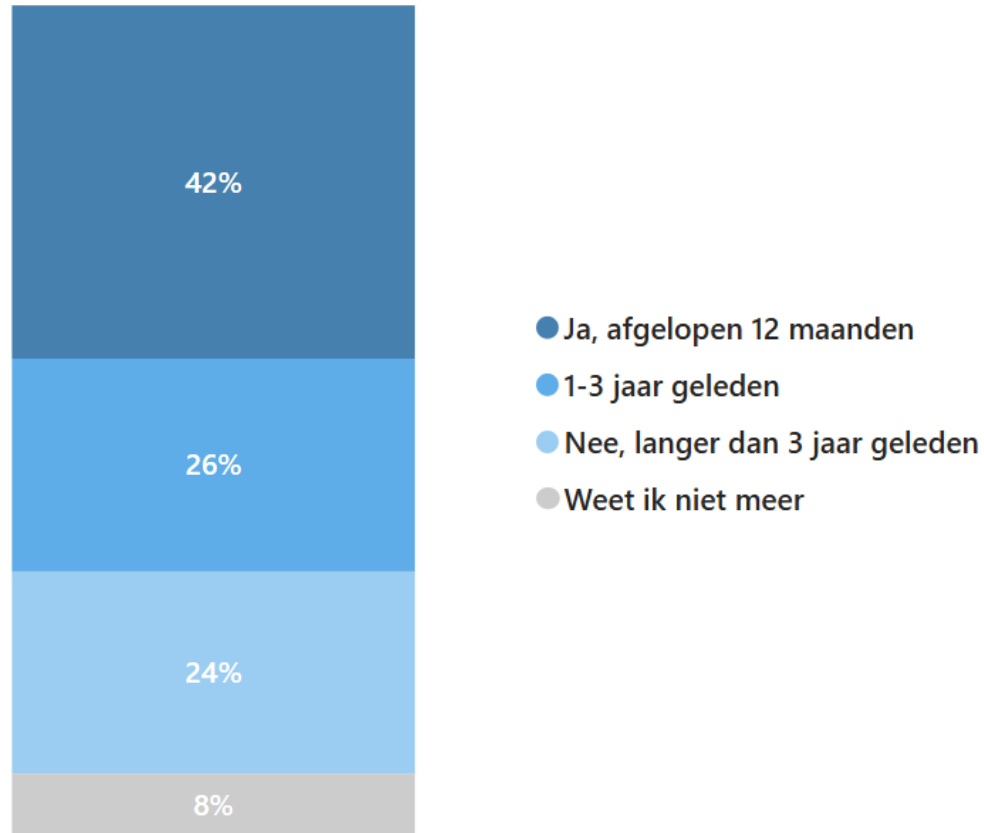
Welk van onderstaande omschrijvingen is het meest op jou van toepassing? (n=1.035)



- Een vijfde sluit sommige verzekeringen via een tussenpersoon af en een tiende sluit zijn verzekeringen (bijna) altijd via een tussenpersoon af.
- Hoog opgeleiden sluiten vaker hun verzekeringen zelf af dan midden en laag opgeleiden (75% versus 66% en 64%).

42% heeft in de afgelopen 12 maanden contact gehad met een verzekeraar

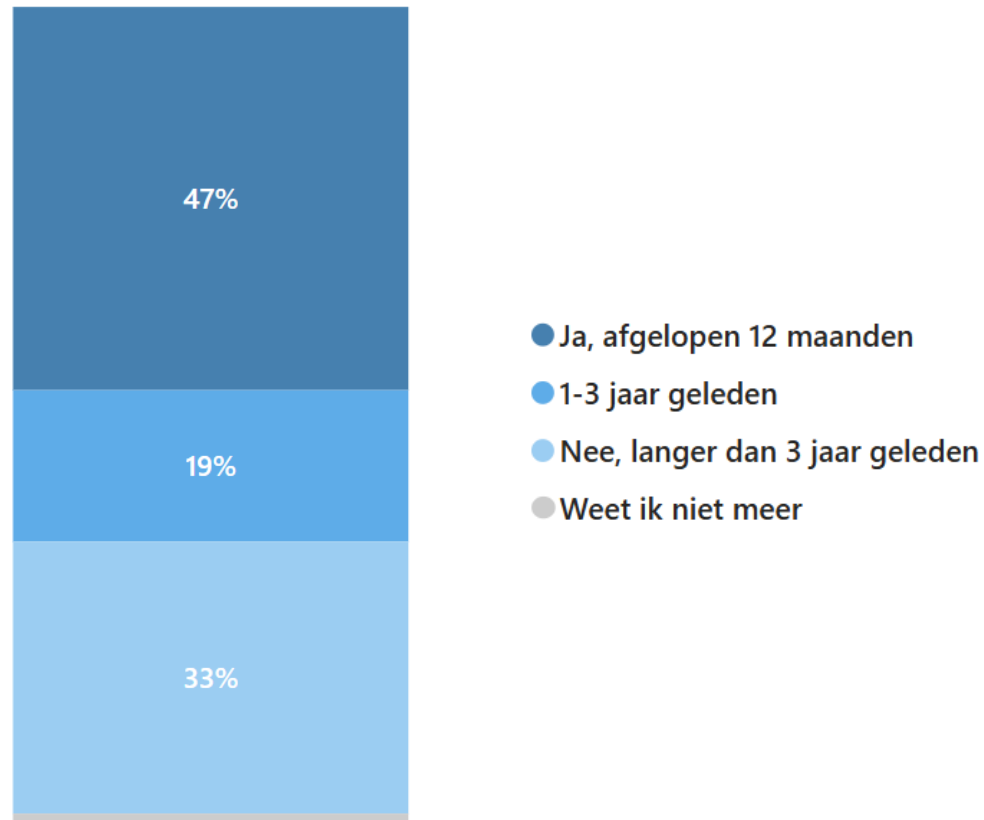
Heb je recent contact gehad met een verzekeraar? (n=1.035)



- Bij 26% was het laatste contact 1-3 jaar geleden en bij 24% was het langer dan 3 jaar geleden.
- Jongeren (18-29 jaar) hebben minder vaak recentelijk contact gehad (32%). Zij geven vaker aan het niet meer te weten (23%).
- Ook laag opgeleiden en personen met een laag inkomen hebben minder vaak recentelijk contact gehad met een verzekeraar (respectievelijk 33% en 37%).

Bijna de helft van de personen die de afgelopen 12 maanden contact hebben gehad, hebben in die periode een schadeclaim ingediend

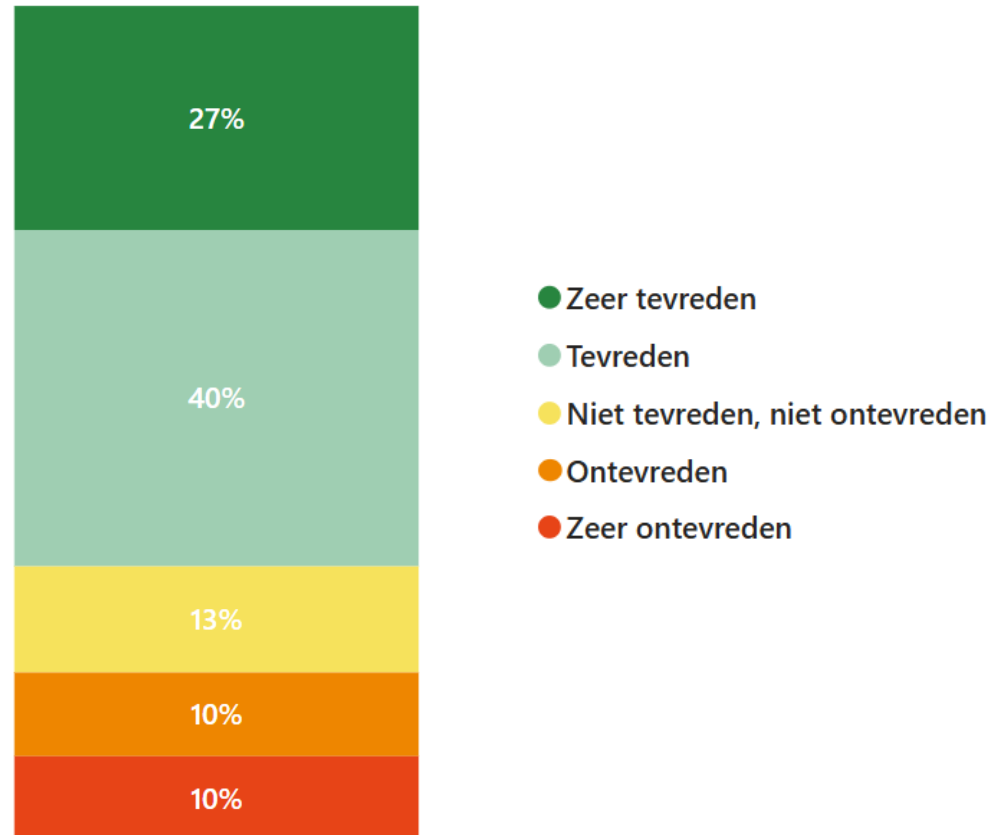
*Heb je recent een schadeclaim ingediend bij een verzekeraar?
(personen die de afgelopen 12 maanden contact hebben gehad met een verzekeraar, n=457)*



- Laag opgeleiden en personen met een laag inkomen die de afgelopen 12 maanden contact hebben gehad met een verzekeraar, hebben minder vaak een schadeclaim ingediend in deze periode (respectievelijk 32% en 38%).

Twée derde van de personen die de afgelopen 12 maanden een schadeclaim hebben ingediend is (zeer) tevreden met de afhandeling

*Ben je tevreden met hoe de verzekeraar je meest recente schadeclaim heeft afgehandeld?
(personen die de afgelopen 12 maanden een schadeclaim hebben ingediend, n=222)*



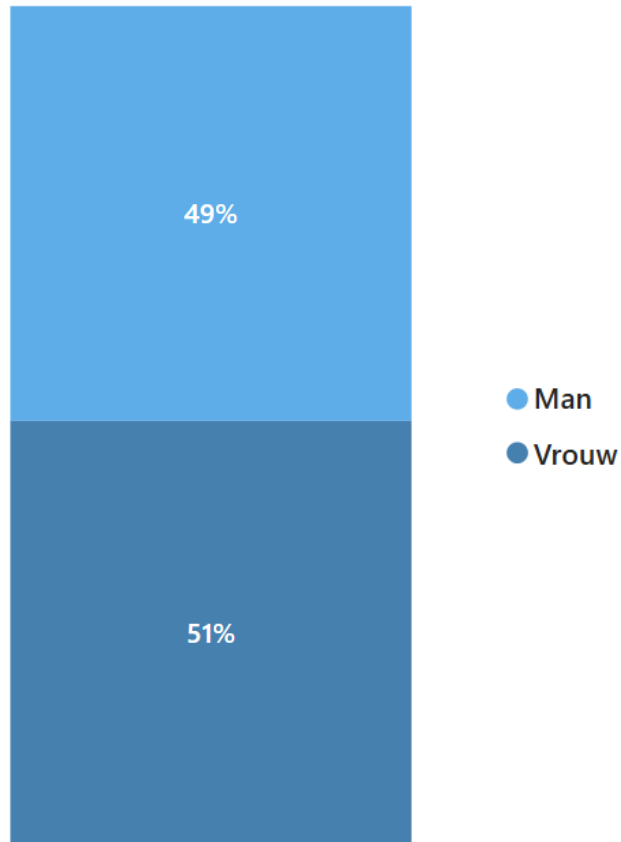
- Twée derde is (zeer) tevreden met hoe de verzekeraar hun meest recente claim heeft afgehandeld. Een vijfde is (zeer) ontevreden en 13% is neutraal.



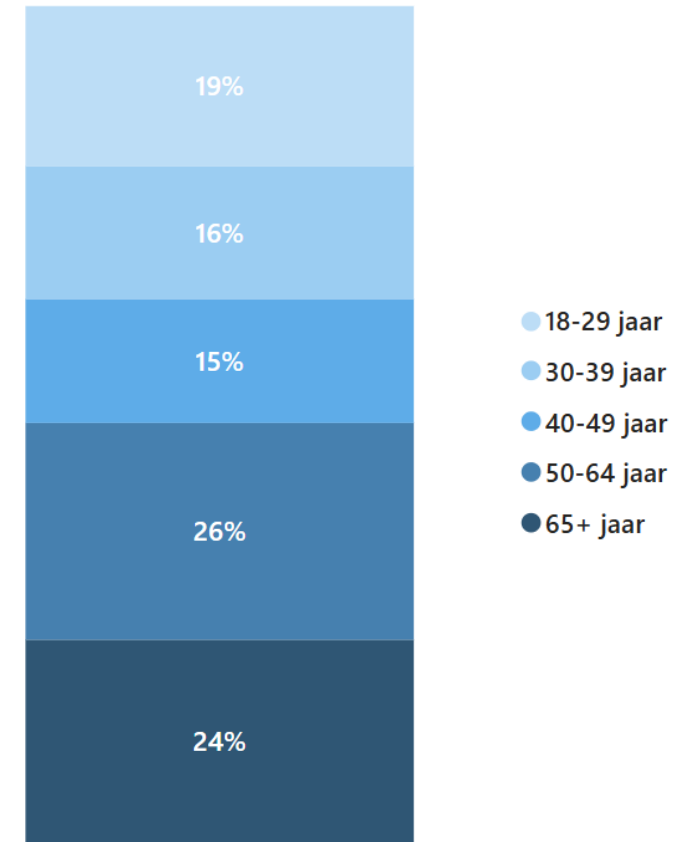
4. Achtergrond- kenmerken

Achtergrondkenmerken steekproef (1)

Geslacht

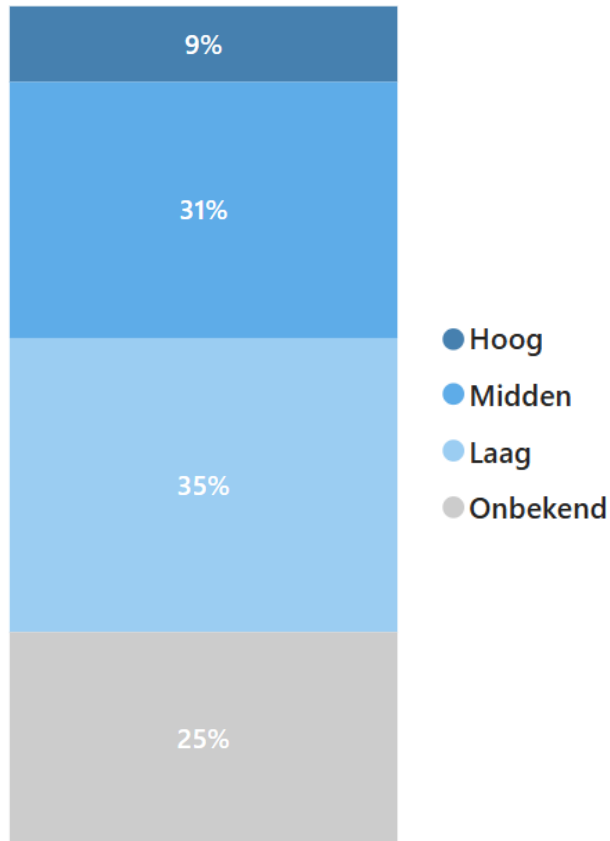


Leeftijd

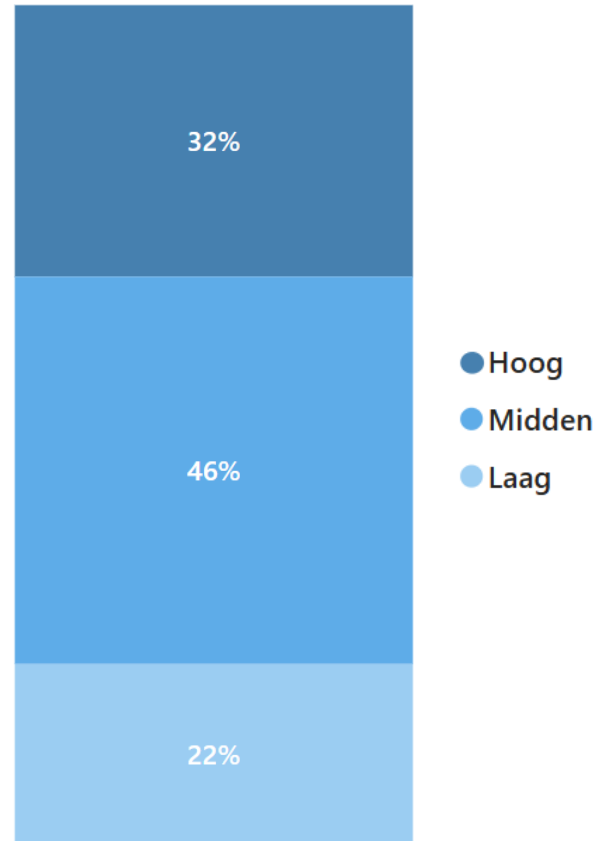


Achtergrondkenmerken steekproef (2)

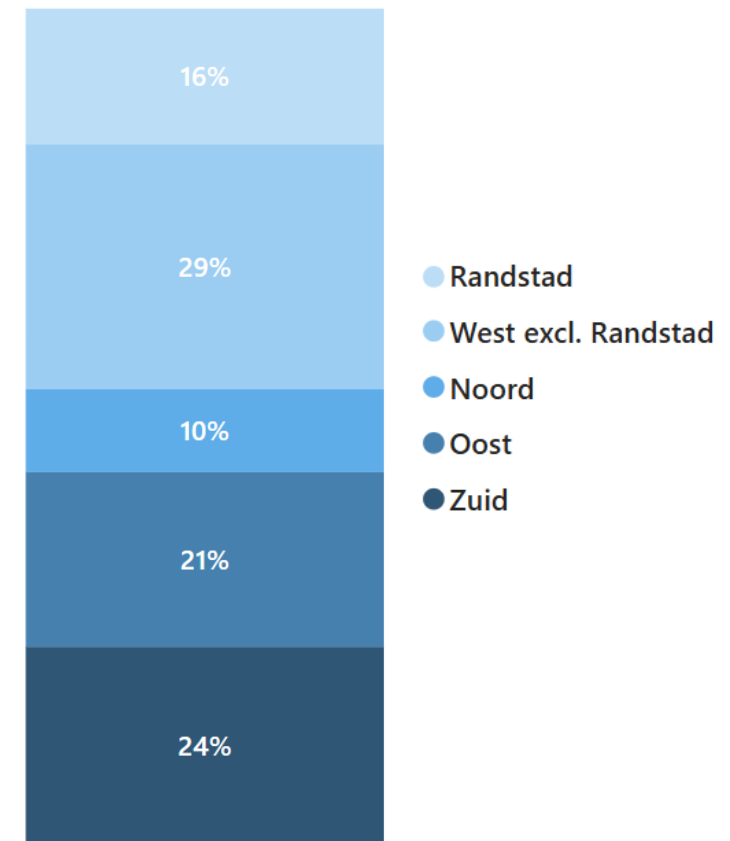
Inkomen



Opleiding



Regio



5. Onderzoeks- verantwoording

Onderzoeksverantwoording en contact

Achtergrond

De vragenlijst van de Consumentenmonitor is samengesteld door het Data Analytics Centre in opdracht van het platform Klantbelang en Reputatie. Consumenten in de leeftijd van 18 jaar en ouder zijn gevraagd naar hun mening over verzekeraars en daaraan gerelateerde onderwerpen.

Methode

De steekproef voor dit onderzoek is getrokken uit een online panel. De leden in dit panel hebben zich bereid verklaard om op regelmatige basis aan verschillende typen onderzoek mee te doen. Door de grootte van het panel is het mogelijk om een goede afspiegeling te krijgen van de Nederlandse samenleving.

Respons

Voor de Consumentenmonitor 2024 hebben 1.035 personen meegedaan aan het onderzoek.

Weging

Om een goede verdeling in de steekproef te verkrijgen, is tijdens het veldwerk gezorgd voor voldoende respons voor alle groepen naar leeftijd, geslacht, opleiding en regio. Daarnaast zijn de resultaten gewogen naar leeftijd, geslacht, opleiding en regio zodat zij hierdoor altijd direct de situatie in Nederland weergeven (binnen de onderzochte doelgroep).

Veldwerkperiode

24 - 26 februari 2025



Eric Landwaart

Directeur / Consultant

+31 (0) 6 5144 6310

eric@miles-research.com



Dionne Thijssen

Projectmanager

(0)85 086 7818

dionne@miles-research.com