

InfoPlus bevat actuele informatie voor leden van het Verbond van Verzekeraars. InfoPlus is een speciale uitgave die wordt gebruikt om bepaalde informatie extra onder uw aandacht te brengen en verschijnt als de actualiteit daartoe aanleiding geeft.

## Waarvoor zijn wij op aarde?

De vraag werd een paar keer gesteld. Zowel door deelnemers aan de Innovatiesessie *The internet of things* als door sprekers: *Waarvoor zijn wij op aarde?* De eerste sessie van wat een lange(re) reeks belooft te worden, heeft de tongen in verzekeringsland behoorlijk losgemaakt.

De Innovatiesessies, die door het Verbond worden geïnitieerd, worden beurtelings georganiseerd door één van de partners van het Innovatielab. Na deze eerste, die op 21 januari plaatsvond bij Microsoft, waren de conclusies ietwat somber, maar wel helder. Verzekeraars moeten zich verdiepen in ecosystemen, de solidariteit opnieuw organiseren en het debat over privacy opzoeken.

### Turbulente tijden

Na een welkomstwoord van Albert Welgraven, gastheer namens Microsoft, benadrukte Richard Weurding dat de technologische ontwikkelingen zo snel gaan dat Google zijn Google Glass al weer van de markt heeft gehaald. Het zijn turbulente tijden. “De toekomst is dynamisch en komt met grote stappen op ons af. Solidariteit komt onder druk, zowel vanuit de klant als vanuit verzekeraars. Wat wordt ons antwoord?”

Een samenvatting van zijn presentatie is te vinden op pagina 2.

### Noodlot

Na Weurding was het de beurt aan René Munnik, die zijn lezing de titel ‘Morrelen aan het Rad van Fortuna’ had meegegeven. *Good luck, bad luck?* Als filosoof zet Munnik een groot vraagteken achter de vraag: Wat komt eraan? “Willen we het noodlot wel temmen?”, vroeg hij zich hardop af. Het antwoord op die en andere vragen staat op pagina 4. Als Technology Officer mag Hans Bos zich bij Microsoft met veel dingen bemoeien. Dat doet hij dan ook dagelijks. Zijn boodschap: “Technologie is veel minder neutraal dan wij ons realiseren. U heeft, door een cursus Word Perfect, geleerd met de computer om te gaan. Tegenwoordig draaien we het om en moet de computer leren met u om te gaan.” Zie verder pagina 5.

### Internet of things – wat is dat?

Het is lastig om een goede omschrijving te vinden van *Internet of things*, afgekort IoT. Denk aan machines, apparaten en producten die digitaal met elkaar in contact staan en zowel onderling als met mensen communiceren. Voorbeelden zijn auto's met ingebouwde sensoren, een smart watch en slimme thermostaat-systemen of wasmachines/drogers die gebruikmaken van wifi voor controle op afstand. Naar schatting staan 412 miljard dingen in 2020 met elkaar in contact. Het zal geen verrassing zijn dat dit een schat aan nieuwe informatie oplevert, die verzekeraars naast kansen ook bedreigingen biedt.

### Who's next?

Kees Smaling, Chief Information Officer bij Aegon, viel met zijn eerste sheet (Disrupted industries, die dachten niks te hoeven doen) behoorlijk met de deur in huis. De vraag “Who's next?” is volgens hem wel gerechtvaardigd. Praktijkvoorbeeld? “Tien jaar geleden kostte een DNA-test 50.000 euro, pas heb ik er een in Amerika gehad voor 80 dollar.” Op pagina 6 gaat Smaling vooral in op het belang van innovatie.

Tot slot is op de pagina's 7 en 8 het verslag te vinden van een van de zes break-out sessies, waarin drie vragen centraal stonden: leidt *The internet of things* tot een andere rol van verzekeraars, tot minder solidariteit of tot nieuwe (en andersoortige) toetreders?



Richard Weurding, algemeen directeur Verbond

## “De toekomst komt met grote stappen op ons af”

Een foto van een treincoupé, vol met zakenmannen die zittend de krant lezen, uit pak 'm beet 1970 versus een foto uit het openbaar vervoer vandaag de dag: jongeren met oortjes in en stuk voor stuk starend naar één beeld: hun eigen mobiel. Algemeen directeur Richard Weurding begon zijn inleiding met twee plaatjes die alles zeggen: het gaat hard!

Als Bond-liefhebber zag Weurding zijn kans schoon. Hij liet een plaatje zien van de Aston Martin DB5 uit Goldfinger en benadrukte dat ‘wij altijd al verwoede pogingen hebben gedaan om de toekomst te voorspellen.’ “In de ultieme jaren tachtig serie Knight Rider, waarin David Hasselhoff met zijn futuristische, zelfrijdende Kitt het onrecht bestrijdt, wordt de auto immers al bediend via een horloge. Dan hebben we het over dertig jaar geleden.”

### Gamechanger

Weurding liet er geen twijfel over bestaan: de nieuwe wereld komt eraan. “We zitten in een transitie. Of, om met Jan Rotmans te spreken: we leven niet in een tijdperk van verandering, maar in een verandering van tijdperk. We zien fundamentele trends van centraal naar decentraal, van top down naar bottom up en van verticaal naar horizontaal. De toekomst is dynamisch en komt met grote stappen op ons af.”

Hij benadrukte nog maar eens dat de voornaamste conclusie uit het TNO-rapport ‘Oog voor innovatie’ is dat de technologie een gamechanger van jewelste is. “Als sector onderschatten we veel technologische ontwikkelingen. De 3D-printer vind ik een mooi voorbeeld. Die gaat nogal wat teweegbrengen hoor, voor aansprakelijkheidsvraagstukken, maar ook voor goederenstromen. En voor wie denkt dat het nog niet zover is, de 4D-printer is inmiddels ook al in gebruik genomen.”

### Schaakbord

Weurding wilde met zijn inleiding vooral waarschuwen. Volgens hem heeft de technologie zich tot nu toe geleidelijk ontwikkeld, maar wordt het vanaf nu exponentieel, en zelfs disruptief. Hij versterkte zijn boodschap met een metafoor over het schaakbord. “Naar verluidt vond een wijze uit India ongeveer 1500 jaar geleden het schaakspel uit. Hij leerde de koning het spel en



die was zo enthousiast dat het als voorbeeld voor het hele volk moest dienen: de boeren (pionnen) moesten als een eenheid samenwerken met de adel (de stukken). De koning beloofde daarom de wijze man een beloning die hij zelf mocht kiezen. De wijze man vroeg om één rijstkorrel op het eerste veld van het schaakbord, twee op het tweede veld, vier op het derde, acht op het vierde, enz. De koning toonde zich beledigd door het bescheiden voorstel, totdat de rekenmeesters hem hadden voorgerekend om hoeveel rijstkorrels het ging: 1<sup>e</sup> rij: 128; 2<sup>e</sup>: 32.768; 3<sup>e</sup>: ruim acht miljoen, 4<sup>e</sup>: ruim twee miljard, 5<sup>e</sup>: ongeveer 550 miljard, 6<sup>e</sup>: 141 biljoen, 7<sup>e</sup>: circa 36.000 biljoen, 8<sup>e</sup>: ruim 9 triljoen.”

Gelukkig had Weurding aan het einde van zijn inleiding ook goed nieuws voor de aanwezigen. Uit een enquête die onder de deelnemers aan de bijeenkomst is gehouden (pagina 3), blijkt namelijk dat de overgrote meerderheid van de sector zich goed doordrongen is van de invloed van technologie. “Het is mooi en veelzeggend”, aldus Weurding, “dat 38 mensen *Internet of things* zien als een kans en slechts vier personen het als een bedreiging beschouwen.”

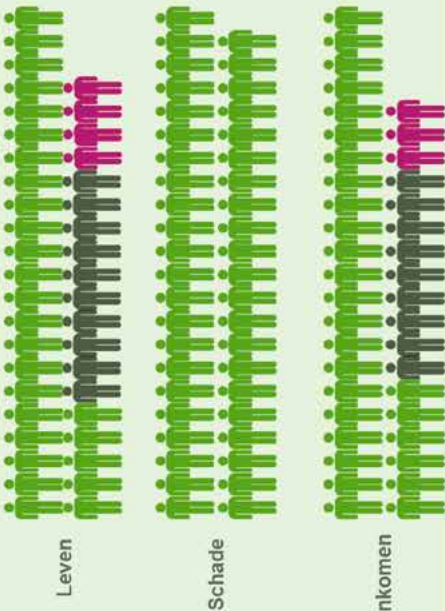




# The internet of things

Resultaten enquête – januari 2015

In hoeverre gaat The internet of things de verzekeringssector de komende 10 jaar beïnvloeden?



Mijn maatschappij heeft zich in 2014 (...) bezig gehouden met The internet of things



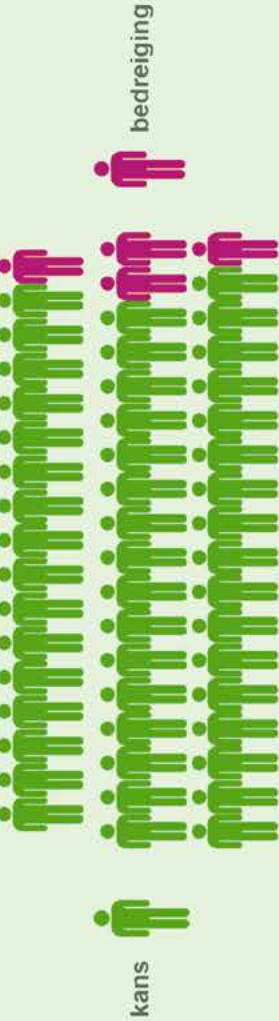
Mijn maatschappij is van plan zich in 2015 (...) bezig te houden met The internet of things



## Mogelijkheden voor verzekeraars om de dienstverlening te verbeteren door The internet of things

- Voorbereid zijn op de toekomst, in plaats van achter de feiten aanlopen.
- Shift van dekking naar diensten.
- Beïnvloeding van de wearables door inschatting van risico's en daarmee beïnvloeding van premiestelling.
- Producten ontwikkelen die aansluiten bij het gebruik i.p.v. het bezit. Daarbij een betere relatie krijgen tussen risico en premie en zo uitkomen bij een betere afstemming op het gebruik van het individu.
- Data via smart intelligence bij elkaar brengen in app waar klanten/consumenten echt iets aan hebben.
- Het echt beginnen met de interactie tussen het gebruik, risico en premie voor het gebruik van de dingen.
- Multi access niet laten beginnen bij de actie van de klant maar bij de dingen die de klant gebruikt.

The internet of things zie ik voor mijn maatschappij vooral als:



### Vraagstukken eigen maatschappij

- Wat kunnen we er concreet mee en kunnen we dit snel genoeg in business- en verdienmodel incorporeren?
- Hoe gaan we deze beweging een plek geven in ons (verouderde) business model?
- Wat zijn logische eerste stappen als je een vergelijking maakt met andere sectoren?
- Hoe zit het met privacy wetgeving en het concretiseren van baten?

### Vraagstukken voor de sector

- Impact op huidige producten en processen, kansen voor nieuwe business modellen en toepassingen. Impact op de totale verzekeringsmarkt in omvang; toe of afname van de markt?
- Hoe verander je de werkwijze zodanig dat het in het belang van de klant is?
- Ethische vraagstukken; we gaan naar een op het individu afgestemde premie; wat is de maatschappelijke relevantie van verzekeren als iedereen zijn eigen risico draagt?
- Privacy en verregaande individualisering.
- Virtuele toezichthouders en rechtshandhavers moeten voorkomen dat de virtuele wereld een jungle wordt.
- Waar ligt de aansprakelijkheid bij schade veroorzaakt door 'things'?
- In hoeverre heeft het invloed op onze levensverwachting?

René Munnik, bijzonder hoogleraar Wijsbegeerte

## Morrelen aan het Rad van Fortuna

Hij noemde zichzelf een beetje een vreemde eend in de bijt. "Toen ik me op vandaag voorbereide, kwam ik al snel op de titel: Morrelen aan het Rad van Fortuna. Dat kan op een directe manier, simpelweg door een stok in het rad te steken en de dingen naar je hand te zetten. Het kan ook op een indirecte manier, door Fortuna zelf te verleiden. Mijn verhaal gaat die kant op."



René Munnik, bijzonder hoogleraar Wijsbegeerte aan de Universiteit van Twente, hield een gloedvol betoog over het temmen van het noodlot. Volgens hem is de techniek cultuurscheppend. "We willen zo graag innoveren, maar als we het wezen van de techniek willen bekijken, moeten we verder kijken dan het instrument." Als voorbeeld noemde hij de introductie van het alfabet: "Een gigantische revolutie. Voor de drie religies (Jodendom, Christendom en de Islam), de geschiedenis (orale culturen hebben immers geen geschiedenis, alleen verhalen), ons denken (de opkomst van de Griekse filosofie is bijvoorbeeld te danken aan het alfabet) en voor ons hele rechtssysteem."

### Onzekerheden

Volgens Munnik staat *Internet of Things* niet op zichzelf, maar maakt het deel uit van de informatietechnologische revolutie. "Natuurlijk", zei hij, "moeten we anticiperen op de beloften (kansen dus) en de risico's." Het liefst zouden we een glazen bol hebben, maar feit is dat we altijd te maken hebben met drie onzekerheden:

1. De feitelijke maatschappelijke consequenties: "Toen ik nog kind was en in Eindhoven woonde,

ontwikkelde mijn vader microchips. Leuk, maar wat de maatschappelijke consequenties gingen worden? Ze hadden geen idee joh. Je weet niet wat technologie gaat doen als die in de samenleving komt."

2. Morele consequenties, oftewel de impact van technologie op onze normen en waarden. "Neem de anticonceptiepil, bedoeld als anticonceptiemiddel, maar het had enorme gevolgen voor onze denkwijzen over seksualiteit."
3. Consequenties voor de 'symbolische orde'. "Denk aan het schuiven van begrippen die we niet goed kunnen definiëren, zoals het verschil tussen levend en levenloos of tussen mens en machine. Bij een treinongeluk kun je nog achterhalen wat waar fout is gegaan en of de machinist of de machine een fout heeft gemaakt. Dat onderscheid is een stuk moeilijker als de piloot van een Apache-helikopter per ongeluk schiet op een ziekenhuis. Zijn fout? Apparaatfout?"

Die grenserving tussen mens en machine is kenmerkend voor de



informatietechnologie, maar maakt het lastig voor verzekeraars, meent Munnik. Ondanks de noodzaak om actief op technologische ontwikkelingen in te spelen, zet hij als filosoof een dik vraagteken achter toekomstvoorspellingen.

### Noodlot

De vraag of we het noodlot wel willen temmen, is ook niet zo makkelijk met ja of met nee te beantwoorden, benadrukt hij. "Enerzijds geldt: hoe meer zekerheid verzekeraars bieden, des te meer mensen de resterende onzekerheid als een last ervaren. Anderzijds moet de mogelijkheid van verlies altijd aanwezig zijn. Geluk is pas echt als er ook kans is op mislukking. Dus ja, we willen het noodlot graag temmen, omdat we niet aan de goden willen zijn overgeleverd. Maar er is ook een 'nee', omdat een wereld waarin iedereen gelukkig en veilig is een erg saaie wereld is. Het leven moet een uitdaging blijven."

### Van regel naar deugd

Hoewel hij het "vreselijk pretentius" noemde om als filosoof verzekeraars te vertellen wat ze moeten doen, had Munnik wel een suggestie: steek je licht 'ns op bij de hedendaagse techniek-ethiek. "Die neemt afstand van een ethiek die alleen regels kent die je vertellen wat je moet doen. Dat heeft alleen maar zin voor de technologie die er al is. Mosterd na de maaltijd dus. Dergelijke ethiek komt altijd te laat en is nog betuttelend ook. Dus moeten we terug naar de wortels van de ethiek: de deugd. Ik raad verzekeraars aan zich niet meer zo te richten op het wat, maar op het hoe. Ga veel dichterbij de technologische ontwikkelingen zitten. Verzekeraars moeten betrokken zijn bij de kwaliteit van het leven en op de technologieën die het leven vormgeven."



Hans Bos, National Technology Officer Microsoft

## “We leven in een digitale wereld”

“U heeft geleerd om met computers om te gaan, onder meer door een cursus Word Perfect. We zijn nu in een fase beland waarin we het omkeren en de computer met u moet leren omgaan.” Dat zei Hans Bos, National Technology Officer bij Microsoft.



Bos mag zich als “ambassadeur van technologie” met veel dingen bemoeien bij Microsoft en blijkt een bevlogen man te zijn. Hij praat snel en betreft de zaal geregeld bij zijn verhaal. “We leven in een digitale wereld. Hoeveel telefoonabonnementen heeft u thuis? En hoeveel apparaten staan er bij u in huis?”

### Cortana

Net als Richard Weurding liet ook Bos een plaatje van Kitt (de auto van de Knightrider) zien, met een enorm dashboard. “Toen ik vanmorgen met mijn auto hierheen reed, kreeg ik een voorzichtige melding dat er een halve liter motorolie bij moet. Geen Kitt-achtig dashboard, maar één klein lampje dat brandt. En Cortana (een intelligente app) geeft mij onderweg boodschappen door, bijvoorbeeld dat ik het niet ga halen in een uurtje naar Den Haag, omdat er files staan. Geeft mijn auto die melding dan, mijn telefoon of mijn speakers?”

Bos haalde een uitspraak van zijn CEO (Satya Nadella) aan om zijn woorden kracht bij te zetten: ‘U bepaalt, niet het apparaat’. Anders dan veel anderen werkt ons land met een doel aan de digitale snelweg. Bos: “Het CBS hanteert een conceptueel model van de economie waar helemaal bovenaan ‘het maatschappelijke resultaat’ staat. Wat we

doen met IoT heeft dus alles te maken met maatschappelijk resultaat. Direct daaronder staat het bnp, dan de arbeidsproductiviteit en de arbeidsinzet, vervolgens de innovatie en helemaal onderaan staat de infrastructuur.

### Stopcontacten

Persoonlijk ervaart Bos bijna dagelijks wat technologie kan en doet. “Wij hebben stopcontacten in dit gebouw die een soort ingebouwde meter hebben en het energieverbruik meten. Klein detail, maar wel leuk: in het weekend schakelen de koelkasten automatisch uit.” Infrastructuur is overal vertegenwoordigd, maar de technologie is veel minder neutraal dan wij ons realiseren, waar-



schuwt Bos. “Ik wilde pas voor een lezing twee deskundigen tegenover elkaar zetten. De een (Jaron Larnier) werkt bij Microsoft Research en hanteert de slogan ‘You’re not a gadget’. De ander (Kevin Kelly) is niet aan Microsoft verbonden en richt zich meer op ‘What technology wants’. Ik mailde Larnier, een echte wetenschapper, om aan te geven dat ik van plan was zijn boodschap tegenover die van Kelly te zetten. En kreeg twee zinnen terug: ‘That sounds about right. By the way: Kevin and I are best friends’. Wij denken de wereld te verbeteren, maar staan te weinig stil bij de consequenties.”

### Mens overbodig?

Volgens Bos moeten we de techniek omarmen. “De uitspraak van Bill Joy (toen werkzaam bij de Sun), *Why the future doesn’t need us*, in 2000 leidde tot de nodige paniek. Dit terwijl Mark Weiser tien jaar eerder al een pleidooi hield dat de computer zich aan moet passen aan de mens.”

Met een mooi rekenvoorbeeld maakte Bos zijn zienswijze duidelijk. “William Stanley Jevons (1835-1882) was zijn tijd ver vooruit. Hij maakte zich zorgen om de toenemende efficiëntie van de stoommachine en was bang dat de mens overbodig zou worden en de prijs van de grondstof kolen zou kelderen. Hij begon te analyseren en te rekenen: wat betekent deze efficiëntie voor de kooleconomie die zo belangrijk was voor Engeland? Er zijn immers minder kolen nodig als stoommachines steeds efficiënter worden. In de praktijk bleek echter dat door de efficiëntie, de vraag naar stoommachines toenam, waardoor juist méér kolen werden verbruikt. Jevons paradox is de geschiedenis ingegaan als elasticiteit tussen grondstoffen, efficiëntie en vraag. Hij was een van de eerste denkers van *Internet of things* en was zijn tijd echt ver vooruit. Het is namelijk exact de staat waar wij ons nu in bevinden. Informatie en Communicatie Techniek is efficiënter dan ooit, goedkoper dan ooit, en de inzet en het potentieel neemt toe. Het is een mooie tijd!”

Kees Smaling, CIO Aegon Nederland

## Kans of bedreiging?

Zijn eerste sheet, met daarop de zogenoemde 'Disrupted industries' liet weinig aan de verbeelding over. Kees Smaling, CIO bij Aegon Nederland, benadrukte dat bijvoorbeeld de filmindustrie volledig is overgenomen door een partij als Netflix. "De filmindustrie dacht niks te hoeven doen. En waar vind je tegenwoordig nog een videotheek?", voegde hij er aan toe.

Smaling wilde er vooral mee duidelijk maken dat *Internet of things* (IoT) geen hype is. Het is zo gek niet te verzinnen of het is allemaal afhankelijk van de computer. "In 2048 is de computer intelligenter dan de mens", zo benadrukte hij. Het zijn vooral de combinaties van technologieën die maken dat het nog sneller gaat en de hele maatschappij wordt geraakt. Of, zoals Smaling het verwoordde: "We printen schedels of het niks is."

### Wasmachine

Na de korte, maar krachtige wake-up call stapte Smaling direct over naar de combinatie tussen IoT en verzekeren. "Het belang van innovatie is groot, maar is het voor onze sector nou een kans of een bedreiging?" Het zal geen verrassing zijn dat Smaling vooral in kansen dacht. "Neem nou zoiets als waterschade als gevolg van het overlopen van een wasmachine. Hoe mooi zou het zijn als de klant niet meer naar het callcenter hoeft te bellen bij schade, maar wij toegang hebben tot de data

van de sensoren in en rond die machine waarmee we de klant vooraf kunnen waarschuwen? Dat zorgt niet alleen voor meer klantcontact, maar ook nog eens plezieriger contact."

### Ethiek

Aan de andere kant zijn er uiteraard ook nadelen, vooral op het terrein van ethiek en privacy. "Het gebeurt echt dat je dagenlang met mensen praat over wat er allemaal kan, iedereen is enthousiast en dan op de laatste dag moet het kopje ethiek nog worden behandeld en trapt menig een ineens vol op de rem. Hetzelfde zie je bij privacy gebeuren. De verleiding van het gemak wint het vaak. Mensen kopen maar wat graag tegelijk met hun hardloopschoenen een armband bij Nike, maar ze hebben geen idee wat Nike er allemaal mee doet." Smaling voorspelt voor beide terreinen dan ook een "voortdenderend maatschappelijk debat".

### DNA

Hij riep de aanwezige verzekeraars op pro-actiever te zijn als het gaat om het



kostbaarste bezit van klanten, ons lijf. "Met technologie komt zoveel data beschikbaar, onder meer over ons gedrag, dat daar zeker kansen liggen. In zekere zin is monitoring van gedrag niks anders dan het vragen of iemand wel of niet rookt."

Anders wordt het, meent Smaling, als het gaat om DNA. "Hoe ver willen we daarin gaan? Zeggen we over tien jaar tegen onze klanten: hé, waarom heb je je DNA niet aangepast?", grapte hij. Hij pleitte in ieder geval voor een stevige discussie (hoe ver kunnen we gaan met solidariteit versus individuele premies?) en een veranderende werkwijze. "Soms moeten we dingen gewoon uitproberen. We weten niet altijd of het werkt. Maar we weten wel dat het vijf voor twaalf is."



### Ecosystemen

Een van de belangrijkste trends die Smaling ziet, is een verkleining van de markt door een dalend aantal claims. Dat biedt in zijn ogen de kans om proactief te zijn en meer relevant klantcontact te hebben. Bijvoorbeeld door meer (en ook andere) klantdata te verzamelen rondom gedrag, liefst in combinatie met partners waarmee nieuwe ecosystemen worden opgebouwd. "De mogelijkheden zijn legio", aldus Smaling, die de aanwezigen met name opriep om de awareness te verhogen: "Verander de context, verhoog de awareness!"

Break out-sessie

## Andere rol voor verzekeraars?

**De stellingen zijn duidelijk. Het zijn er drie: krijgen verzekeraars een meer faciliterende rol? Moeten ze meer denken/doen in ecosystemen? En leidt IoT tot minder schade en dus minder inkomsten? Eén van de aanwezigen aan de break out-sessie gooit meteen de knuppel in het hoenderhok: "Leuk voorbeeld hoor van die wasmachine, maar dat gaat natuurlijk niet werken. Ik denk niet dat een fabrikant zoiets uit handen geeft."**

Het voorbeeld van de wasmachine is eerder die middag geopperd door Kees Smaling (Aegon) en komt erop neer dat klanten niet langer hoeven te bellen naar het callcenter van hun verzekeraar bij waterschade, omdat verzekeraars via sensoren in de machines kunnen waarschuwen bij dreigend gevaar. "Waarom zou dat niet werken?", vraagt Verbondsdirecteur Leo De Boer zich af. Hij is als moderator aangewezen om deze sessie te leiden en ziet wel mogelijkheden tot samenwerking. "De verzekeraar kan toch gewoon even met de fabrikant bellen?" "Dat zou ik niet willen als klant", antwoordt een van de mannen. "Dat ding zit toch achter mijn voordeur!" De enige vrouw in de groep vraagt zich daarop af wat het perspectief is voor de klant. "Hij komt veel te weinig voor in dit verhaal. Als er al een sensor in zijn wasmachine komt, dan wil de klant toch zelf bepalen of dat de fabrikant is, of de verzekeraar, of helemaal niemand." "Eens", zegt een andere man, "maar je

kunt dan wel differentiëren. Als iemand het wel wil, kun je de premie verlagen." Aan de andere kant van de tafel schudt iemand zijn hoofd. "Met de verschuiving naar meer dienstverlening ben ik het eens, maar jullie zijn veel te pessimistisch over de producten. Kijk naar onze teksten en onze voorwaarden. We kunnen zoveel ontzorgen als we willen, zolang wij het hebben over 'links instromend water' dat wel is gedekt en rechts niet, hebben we nog wel wat te doen."

### Privacy versus premiekorting

"Vergeet het ethisch aspect niet", zegt de vrouw. "Dat is zo belangrijk. Mensen die kanker hebben gehad en geen hypotheek kunnen krijgen ... Als we het dan hebben over stappen zetten." "We denken inderdaad vaak te traditioneel", zegt haar buurman. "Daarnaast vraag ik me af of klanten zitten te wachten op zo'n hype. Je doet je privacy toch niet weg voor vijftien euro korting." "Volgens mij doen mensen die privacy



vaak voor niks weg", meent De Boer. Een man lacht. "Maar mensen hebben dan wel het gevoel dat ze zelf aan de knoppen zitten." Hét woord valt: vertrouwen. Er moet vertrouwen zijn voordat mensen hun gegevens uit handen willen geven. "Als ik Europa-dekking heb, en in Amerika uit het vliegtuig stap, zou ik het wel fijn vinden als mijn verzekeraar mij een seintje geeft."

"Denk je dat een klant zich dan niet afvraagt hoe jij weet dat hij in Amerika is?" "Misschien wel, maar kom op, als we met de auto Duitsland inrijden, vinden we het toch ook niet meer irritant dat we een berichtje 'Welkom in Duitsland' op onze mobiel krijgen?" De één noemt dat "anders", want dat is een operator en geen verzekeraar. Een ander kan zich er wel in vinden, want "als klant wil je toch gewoon goed verzekerd zijn". De term "ontzorgen" valt nog een keer. "Laten we niet vergeten, dat het merendeel van de Nederlanders niet geïnteresseerd is in verzekeren. Als de auto is verzekerd en ze kunnen bellen bij schade is het goed. Of ze dan honderd of honderdentien euro premie betalen, maakt niet uit." "Dat vraag ik me af. De nieuwe generatie verzekert alleen wat wettelijk moet. Dus het maakt wel degelijk uit." De Boer grijpt in de discussie in en vraagt: wie denkt dat we te maken hebben met een disruptieve ontwikkeling? Bijna alle handen aan tafel gaan omhoog. "Het gaat hard. Mensen delen alles. Ze hebben zowat allemaal een iPhone, maar ik zie mezelf niet volgende week een koppeling met de wasmachines maken. Laten we eerst maar eens beginnen met die polisvoorwaarden op B1-niveau te schrijven, dan kunnen we daarna aan die wasmachines beginnen."





## Distributie in Europa

Na de break out-sessies worden de conclusies en inzichten uiteraard plenair met elkaar gedeeld.

### 1. Leidt IoT tot een andere rol van verzekeraars?

- “Ja.” Als randvoorwaarde staat ‘privacy’ met stip op één.
- Kansen worden gezien, door iedereen: risico’s nemen weliswaar af, maar de impact neemt toe. Bovendien komen er nieuwe risico’s bij.
- Als kansen worden ‘koppelen’ en “ontzorgen” genoemd.
- En bedreigingen worden vooral gevoeld op het terrein van netwerken. Meest genoemd als kanshebber om hier iets mee te doen: Google.
- Ook het korte termijn gedrag van klanten wordt als een bedreiging ervaren.
- Niet direct bedreigend, maar wel onder de noemer ‘zwakte’: verzekeraars zijn niet genoeg vooruitstrevend en het mag wel wat actiever.
- Of, zoals een van de terugkoppelaars het noemde: “Als we niet gaan leiden, wordt het lijden!”
- Hij benadrukte dat “het belang van privacy afneemt als verzekeraars goed kunnen laten zien wat ze doen” (en dus duidelijk maken what’s in it voor de klant).

### 2. Leidt IoT tot minder solidariteit?

- Niet minder, wel anders. Mensen zoeken elkaar eerder op, nemen zelf initiatieven.
- Betekent dat verzekeraars maatschappelijk verantwoord moeten ondernemen en de groepen die overblijven moeten opvangen.
- Privacy speelt ook in dit kader grote rol. Mensen moeten hun eigen data beheren en zelf beslissen.
- Een van de woordvoerders toonde zich een groot voorstander van het Amerikaanse systeem: je mag alles weten, maar misbruik wordt heel zwaar gestraft!
- Solidariteit is en blijft belangrijk thema voor bedrijfstak, die ook een voorlichtende taak heeft. Mensen zijn nu vaak heel onbewust met internet bezig. Mooi voorbeeld: “Een vriend van mij is rechter. Pas vroeg ik hem: als nou alles wat jij in je jeugd hebt gedaan op internet zou staan, was je dan ook rechter geworden?”
- Een van de aanwezigen in de zaal opperde om de faciliterende rol voor verzekeraars te vergroten. Misschien

kunnen we een fonds creëren voor mensen die het minder hebben getroffen met hun DNA?

- Daarnaast hield zij een pleidooi voor positiviteit: liever belonen dan straffen. Dus liever minder premie als je niet rookt, dan meer als je wel rookt.

### 3. Leidt IoT tot nieuwe (en andersoortige) toetreders?

- Ja. Ja en ja.
- Risico’s nemen af, maar verzekeraars reageren vaak te laat en te traag.
- De businessmodellen werken niet meer en dus hoogste tijd om op zoek te gaan naar nieuwe diensten.
- Verzekeraars moeten zich ook meer richten op aanvullende voorzieningen.
- Nieuwe toetreders worden, naast een partij als Google, ook uit de producentenhoek verwacht.
- Aan de andere kant worden er ook kansen gezien: “Een kans is bijvoorbeeld dat we hier met een volle zaal zitten. We zijn er mee bezig, denken erover na.”

## Publicatie

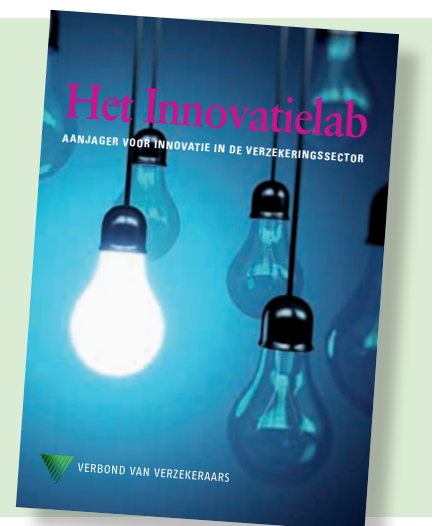
De eerste innovatiesessie van het Innovatielab heeft op 21 januari plaatsgevonden bij Microsoft. Het centrale onderwerp was *The Internet of things*. Maar, zoals Erik Landwaart van GfK tijdens de sessie aangaf, leven er bij verzekeraars twee grote vragen: wat wordt er precies bedoeld met *Internet of things*? En wat kunnen verzekeraars ermee?

Om die vragen te beantwoorden, heeft het Innovatielab een brochure ontwikkeld. Hierin wordt duidelijk uitgelegd wat het fenomeen inhoudt en wordt de mogelijke impact ervan op de verzekeringsbranche besproken.

De brochure bevat ook een aantal voorbeelden van wat er op dit moment wereldwijd speelt in de branche, en dient daarmee als inspiratiebron voor hoe verzekeraars met bepaalde ontwikkelingen kunnen omgaan.

De brochure is via onderstaande link te downloaden:

<https://www.verzekeraars.nl/verzekeringsbranche/publicaties/Publicaties/Brochure%20Innovatielab.pdf>



Samenstelling en productie: afdeling Dienstverlening & Informatie

Fotografie pagina 6 en 7: Ad Minnaar (Aegon)

Voor meer informatie over de inhoud van deze InfoPlus:

Ton de Bruin, telefoon: 070-3338688, e-mail: t.de.bruin@verzekeraars.nl

Annemieke Keppel, telefoon: 070-3338624, e-mail: a.keppel@verzekeraars.nl