



Speech Leo De Boer, titel: KEEP ON ROLLIN'

Uitgesproken tijdens het Focwa-congres woensdag 17 februari 2016

(alleen het gesproken woord geldt)

Geachte dames en heren,

Vorig jaar op deze dag luidde de kop van de krant Metro "Zelfsturende auto is gevaar voor humeur". In het artikel dat bij deze kop hoort, wordt betoogd dat zelfsturende auto's het humeur van mannen, en ook vrouwen, danig zullen beïnvloeden. Op het moment dat je mensen het autorijden ontnemt, verliezen ze een belangrijke uitlaatklep voor hun frustraties, zo wordt gesteld. Verkeerspsycholoog Gerard Tertoolen zegt: twee dingen moet je nooit afschaffen: voetbal en autorijden.

Dames en heren, gelukkig bent u gewoon zelf naar dit congres komen rijden. En of zelfstandig autorijden ooit wordt afgeschaft dat zal de toekomst leren. Want dames en heren hoe de auto van de toekomst er precies uit gaat zien weet ik net zo min als u. Een ding weet ik wel zeker de toekomst van de automotivebranche verandert snel. Daarover wil ik vandaag graag met u van gedachten wisselen.

Ik begin met een korte schets van de huidige situatie.

We zien al enige tijd dat ons land ongeveer acht miljoen auto's telt en dat het totale wagenpark nauwelijks nog groeit. Een toename van de omzet kan dan ook alleen worden bereikt door ten koste van de concurrent het marktaandeel te vergroten of te besparen op de kosten. Een andere trend is de toenemende vraag naar het combineren van verschillende vormen van mobiliteit. De consument wil eenvoudig kunnen kiezen tussen auto, fiets en het openbaar vervoer. Het is niet voor niets dat BMW nu al roept dat ze in de toekomst mobiliteit mogelijk willen maken in plaats van alleen auto's produceren. Langzaam zien we ook een verschuiving van het bezit van een voertuig naar het gebruik ervan. Worden deze deelplatforms uw grootste concurrent? Daarnaast hebben we te maken met de opkomst van vergelijkingssites die ervoor zorgen dat producten, zoals verzekeringen, en diensten, waaronder het repareren van voertuigen, makkelijker met elkaar kunnen worden vergeleken. En we ervaren dat door de economische crisis de consument meer dan voorheen prijsbewust handelt en aankopen en diensten waar mogelijk uitstelt. Baanbrekend ten slotte is de toename van technologie in voertuigen. Technologische hulpmiddelen in voertuigen, zoals parkeersensoren, dragen eraan bij dat er minder schades plaatsvinden.



Het gevolg van deze trends is dat bedrijven in de keten concurreren op prijs. En dat vertaalt zich in kostenbeheersing en een nadruk op efficiency. U weet daar alles van. Wij trouwens ook. Ik leg dat uit.

Een deel van deze verschijnselen, zoals de afname van het aantal schades is gunstig voor autoverzekeraars. Omdat de letselschadelast per schade de afgelopen jaren echter is gestegen weegt de afname van het aantal schades niet op tegen de toenemende letselschadelast. De letselschadelast stijgt als gevolg van heel verschillende oorzaken zoals de toename van het aantal spelers in de keten, maar ook als gevolg van een terugtrekkende overheid. Vanwege de moordende concurrentie zijn de premies de afgelopen jaren echter vrijwel gelijk gebleven. Die combinatie zorgt voor een financiële situatie waardoor onze toezichthouder, DNB, zich in juni 2015 genoodzaakt zag verzekeraars op te roepen maatregelen te nemen. Dat is uniek. Branchebreed komen verzekeraars al enige jaren niet uit met de premie voor de WA-verzekering. Voor iedere euro premie die binnenkomt geven zij zeven procent meer uit. En ondertussen hebben zij in januari Solvency II ingevoerd. Dat kost veel geld. En dat in een extreem lage rente omgeving, een grimmig reputatieklimaat, branchevervaging en een zoektocht naar nieuwe verdienmodellen. U ziet dat het klassieke beeld van de marmeren paleizen al lang niet meer klopt! Ondertussen houden de autoverzekeraars binnen het Verbond vast aan de lijn en nemen wij ook in 2016 de speerpunten (1) maatschappelijke Veiligheid, (2) efficiency in de keten en schadelastbeheersing en (3) klantbelang centraal als uitgangspunt van beleid. Innovatie en een mogelijke nieuwe verzekeringsvorm komt daarbij als een (4) langszij. Ik kom daar dadelijk op terug.

Wat staat ons in de automotive branche de komende jaren te wachten?

Veruit de belangrijkste ontwikkeling waarmee wij de komende jaren te maken krijgen en die de branche zal ontwrichten, is de enorme toename van technologie in voertuigen. Dat heeft gevolgen voor de hele keten zoals die op dit moment functioneert.

1. Aansprakelijkheid

Misschien wel de belangrijkste vraag daarbij is wie er straks waarvoor aansprakelijk wordt. Nu kan de bestuurder aansprakelijk gesteld worden. Maar als die straks niet meer of niet volledig rijdt, wat heeft dat dan voor zin. En een auto heeft geen pingleuf. Dus dan kom je al snel uit bij de fabrikant. Volvo gaf aan dat zij zoveel vertrouwen heeft in haar auto's dat zij de volledige aansprakelijkheid aanvaardt voor ongevallen met haar voertuigen die in een autonome modus rijden. Dat klinkt natuurlijk fantastisch maar daarmee komt er ook ongelooflijk veel macht te liggen bij de autoproducent. Een autoproducent die zelf de data genereert over zijn voertuigen. We moeten zorgen voor *checks and balances* in de keten. Juist in het belang van het slachtoffer. Dat sluit aan bij de wens naar flexibele vormen van mobiliteit. En als we dan werken met een directe verzekering, een verzekering waarbij je claimt bij je eigen verzekeraar in plaats van de verzekeraar van de aansprakelijke partij, dan kunnen we de klant ook echt centraal stellen. Wat mij betreft sluit het aanbieden van een directe verkeersverzekering het



beste aan bij de wensen van de consument. De overheid trekt zich steeds meer terug. Het sociale zekerheidsstelsel kalft af. Alle redenen om een verzekering te introduceren waarmee mensen na bv een verkeersongeval een uitkering krijgen waarmee ze verlies aan inkomsten, smartengeld en andere schade kunnen opvangen. We doen onderzoek naar deze intrigerende verzekeringsvorm, die overigens niet nieuw is. Wellicht is de tijd daar nu rijp voor.

Een andere ontwikkeling die door de technologie mogelijk wordt gemaakt is

2. Voertuig en hersteller kunnen op verschillende plekken zijn

Waar men je vroeger snel weer op weg kon helpen na pech of een ongeval, is daarvan tegenwoordig maar al te vaak geen sprake meer. Technologische problemen kunnen nog niet langs de kant van de weg worden opgelost. En het is vaak de technologie die voor uitval van het voertuig zorgt. Op dit moment worden de meeste technologische problemen in voertuigen in de garage opgelost, maar de verwachting is dat dat al snel ook van afstand kan worden gedaan. Kijk naar Tesla die via een update uitgevoerd in de Verenigde Staten al haar voertuigen wereldwijd voorziet van nieuwe mogelijkheden. Hoe meer de auto wordt aangestuurd via computers hoe eenvoudiger het wordt om deze van afstand te repareren.

Natuurlijk zal dat niet voor alle handelingen gelden. Reparaties aan bv. de carrosserie van het voertuig kunnen nog lang niet op afstand worden hersteld.

3. Werken met originele onderdelen

Ook bij het herstellen gaan er mogelijk dingen veranderen. Waar nu soms wordt gewerkt met niet-originele onderdelen is het de vraag of de klant daarmee in de toekomst nog zal instemmen. Net als Apple aangeeft dat een iPad het beste met een iPad-stekker kan worden opgeladen, verkondigen veel autoproducenten dat de technologie in voertuigen zo nauw luistert dat zij niet kunnen instaan voor de veiligheid als andere dan hun eigen onderdelen worden gebruikt. En welke consument durft dan nog in te stemmen met het gebruik van niet-originele onderdelen?

De vraag is of deze claim van de autoproducent leidend moet zijn in de discussie. Mijns inziens is het uitgangspunt de wens van de consument. En omdat er niet 1 consument is betekent dat dat we verschillende keuzes moeten aanbieden. Voor de een zal de prijs heel belangrijk zijn terwijl voor de ander kwaliteit doorslaggevend is. Kiest de consument voor een goedkope verzekering dan is het aannemelijk dat werken met originele onderdelen daar niet in past. Kiest een consument juist voor kwaliteit dan ligt werken met originele onderdelen voor de hand.

Wat daarbij belangrijk is, is een goede voorlichting van de consument. Een uitstekend voorbeeld daarvan is mijn inziens de discussie in de vleesindustrie over kiloknallers. Daar was de boodschap heel duidelijk 'beste consument als u kwaliteit wilt moet u bereid zijn daarvoor te betalen'. En beseft goed dat aan kwaliteit ook een duurzaamheidsaspect zit; hoe gaan we om met onze planeet? Vragen als op welke wijze kunnen we onderdelen hergebruiken of duurzaam vernietigen spelen daarbij een rol. Ik zie een gezamenlijke verantwoordelijkheid



voor ons allen om de consument daarover voor te lichten, zodat deze op de juiste gronden zijn keuzes kan maken.

En dames en heren dat moet me toch even van het hart. Daarbij moeten we elkaar wel kunnen vertrouwen. Uit een grootschalige steekproef van verzekeraars vorig jaar bleek dat er regelmatig wordt gesjoemeld, om het maar eufemistisch uit te drukken. Een nieuw onderdeel rekenen, maar een gebruikt onderdeel of een niet-origineel onderdeel plaatsen. Of een stukje spuitwerk op de bon zetten en dat vervolgens achterwege laten. Dat komt het vertrouwen van de consument en van verzekeraars niet ten goede. Een integere bedrijfsvoering is cruciaal om in deze tijd te overleven. Er zal uiteraard hard worden opgetreden tegen bedrijven die het vertrouwen schaden, ook in het belang van hun andere collega's in de branche.

4. Vakbekwaamheidseisen

Vanuit het oogpunt van voertuigveiligheid is het heel belangrijk dat de onderdelen op vakkundige wijze in het voertuig worden geplaatst. Dat vraagt goede vakkennis. Zeker nu voertuigen steeds meer van elkaar verschillen. Het vervangen van technologische onderdelen vraagt ook andere kennis dan het spuiten van een bumper. En wellicht bent u over een aantal jaren wel de partij die een onderdeel uit de 3D-printer laat rollen. Het wordt een klus om bij te blijven in deze ontwikkelingen.

5. Sturen door verzekeraar of autoproducent?

Dan kom ik nu aan de laatste ontwikkeling toe. En dat is het sturingsinstrument dat de autoproducenten in handen krijgen. Steeds meer zien we dat een voertuig zelf aangeeft dat er een probleem is en wat het probleem is. Over niet al te lange tijd zal het voertuig dan ook aangeven bij welke hersteller de bestuurder het beste met zijn schade terecht kan. Daarmee krijgt ook de autoproducent een instrument in handen om de schadestroom te sturen. Een goed voorbeeld daarvan is e-call, waar de rol van verzekeraars buiten beschouwing is gebleven. Deze ontwikkeling vraagt om een goede samenwerking met verzekeraars en herstellende.

Dames en heren, veel vraagstukken. Toch meen ik dat er alle reden is om met een positieve blik naar de toekomst te kijken. Er liggen namelijk ook veel kansen. En het is aan u als ondernemers om die kansen te grijpen. En daarvoor heeft u nodig: kennis, innovatiekracht en ondernemerschap.

Kennis

Een van de sleutels om in de toekomst van toegevoegde waarde te zijn voor de consument ligt in het vergaren van kennis. De consument begrijpt heel goed dat een autoproducent een bepaald belang heeft bij de uitlatingen die zij doet. Het is daarom goed als er ook vanuit uw en onze branche met kennis van zaken kan worden gesproken. Door - ik zei het al eerder - de consument goed voor te lichten over de voor- en nadelen van het gebruiken van bijvoorbeeld originele onderdelen. In de complexe wereld waarin we leven hebben consumenten daar



behoefte aan. Zoals ze er ook behoefte aan hebben dat u met ze meedenkt om het herstelproces op een zo goed mogelijk wijze in te passen in hun drukke schema. Denk aan de glasherstellers die veel positieve reacties ontvingen toen consumenten niet meer naar een garage hoefden maar de ruit op een door hen gekozen plek hersteld kon worden.

Om deze rol richting de consument te vervullen is kennis nodig. Kennis van het voertuig zelf en kennis en inzicht in de wereld van consumenten. Als u daarover beschikt en dat op een goede wijze inzet zult u voor de consument van toegevoegde waarde zijn.

Als Verbond van Verzekeraars helpen wij onze leden op dit vlak via de Insurance Academy met opleidingen en kennisuitwisseling. Ongetwijfeld vervult de FOCWA deze rol ook naar haar leden.

Innovatie

Innovatie, ofwel vernieuwing, is het toverwoord van deze tijd en niet voor niets. De veranderingen gaan razendsnel. Ik schetste u eerder al dat ook de automotive branche enorme ontwikkelingen staan te wachten. Dat vraagt ook van u een andere, vernieuwende manier van denken. Innovaties op bijvoorbeeld het gebied van onderdelen maken wellicht een andere herstelwerkwijze mogelijk. En zelfrijdende voertuigen vragen ook een andere wijze van herstel hetgeen gevolgen heeft voor uw bedrijfsvoering. En zo zijn er vele trends te duiden die meer of minder invloed hebben op uw branche.

Het Verbond heeft voor haar leden een insuranceLAB en innovatiestrategie ontwikkeld. Net als vele andere brancheverenigingen. Ik weet dat uw voorzitter daar ook druk mee is en een solide koers aan het uitstippelen is. Dat lijkt mij een goede zaak.

En dan kom ik na kennis en innovatie toe aan ondernemerschap als kans bij de ontwikkelingen die onze branche gaan raken.

Ondernemerschap

Ondernemerschap staat voor ondernemen, in actie komen. En dat is precies waar de ontwikkelingen om vragen; om actie. Gaat u zich ontwikkelen tot specialist in het herstel van bepaalde automerken of kiest u er voor om generalist te blijven. En wat betekent die keuze dan voor de eerdere twee punten kennis en innovatie. Blijft u alle herstelwerkzaamheden doen of werkt u samen met anderen? Allemaal keuzes die om actie vragen. Keuzes die mijn inziens gemaakt dienen te worden vanuit de vraag op welke wijze het beste een toegevoegde waarde kan worden geleverd voor de consument. Want in de dienstverlenende sector waarin wij allen actief zijn is het uiteindelijk de consument die bepaalt en die daarom in onze keuze centraal hoort te staan.

Een integere bedrijfsvoering is daarbij van groot belang, voor het imago van uw bedrijf maar ook voor het imago van de hele branche.

Dames en heren, er wachten u als ondernemers en de FOCWA als branche boeiende tijden. Autoverzekeraars waren en zijn misschien niet altijd en overal populair in uw wereld. Maar mijn voorspelling is dat de trends nu dusdanig groot en impactvol zijn dat wij over tien jaar met nostalgie terugdenken aan ons ravotten. Er gaat veel veranderen. Spelers veranderen. Dit jaar



viert u het 80jarig bestaan van FOCWA. Ik wens u en de FOCWA nog heel veel meer jaren toe. Waar mogelijk werken wij als Verbond van Verzekeraars graag met de FOCWA samen. Samen kunnen we meer.

Ik wens u een goed congres en de FOCWA daarom een mooie toekomst.

Dank u voor uw aandacht.