



VERBOND VAN VERZEKERAARS



Consumentenmonitor 2019



VERBOND VAN VERZEKERAARS

© Verbond van Verzekeraars
Centrum voor Verzekeringsstatistiek (CVS)
Hesther Konings

infocvs@verzekeraars.nl
december 2019



Inhoud

Samenvatting



04

Prijswijziging en
communicatie



37

Imago



08

Nazorg



42

Zekerheid



17

Veranderingen



46

Loyaliteit



22

Claimen



51

Informatie /
Communicatie



28

Bijlagen



59



Samenvatting

De Consumentenmonitor 2019 beschrijft de mening van Nederlandse consumenten van 18 jaar en ouder over de verzekeringssector (inclusief ziektekostenverzekeraars) en daaraan gerelateerde onderwerpen. In juni 2019 zijn hiervoor 1.014 consumenten bevroegd. Het is de zeventiende 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 programma Klantbelang en Reputatie. Deze samenvatting geeft de belangrijkste conclusies uit ieder hoofdstuk van het rapport.

Imago

In 2019 heeft ruim de helft van de consumenten een positief gevoel bij verzekeraars, 27% weet het niet en 20% heeft een slecht gevoel. Dit is ongeveer gelijk aan dat in de voorgaande twee jaren. Premieverhoging blijft voor consumenten de belangrijkste reden voor een verslechterde mening over verzekeraars. Een goede afhandeling van een claim zorgt juist voor een verbeterde mening. Consumenten vinden duidelijkheid over wat wel en niet is gedekt op de polis het belangrijkste verbeterpunt voor verzekeraars. Opnieuw krijgen verzekeraars in vergelijking met andere bedrijfstakken in de financiële sector het hoogste rapportcijfer. Een grote meerderheid van de consumenten vertrouwt erop dat verzekeraars altijd voldoende geld hebben om uit te keren. Daarnaast vindt ruim de helft van de consumenten dat verzekeraars belangrijke zaken in de kleine lettertjes zetten en dat verzekeraars alleen maar geld willen verdienen.

Zekerheid

In 2019 en 2018 beoordelen consumenten hun financiële zekerheid beter dan in de jaren 2013-2017. Consumenten vinden het echter geen goede tijd om een woning te kopen. Relatief veel consumenten maken zich zorgen over hun spaargeld en pensioen. Over hun verzekeringen maken consumenten zich minder zorgen. Het gevoel van zekerheid bij een verzekeraar wordt voor consumenten allereerst bepaald door de eigen ervaringen met de verzekeraar. Als tweede is een uitgebreide dekking belangrijk.



Samenvatting

Loyaliteit

15% van de consumenten heeft het afgelopen jaar voor een andere verzekeraar gekozen. Dit aandeel is over de jaren 2014-2019 zeer stabiel. Bij een derde van de overstappers gaat het om een ziektekostenverzekeraar. Oudere consumenten zijn vaker trouw aan hun verzekeraar dan jongere consumenten. Betere voorwaarden en een lagere premie bij een andere verzekeraar zijn de belangrijkste redenen voor consumenten om over te stappen, terwijl goede ervaringen met de huidige verzekeraar er juist voor zorgen dat men niet overstapt. Nieuwe verzekeringen worden vaak rechtstreeks bij de verzekeraar afgesloten. Voor een ziektekostenverzekering wordt ook vaak gebruik gemaakt van een vergelijkingssite. Tijdens het oriëntatieproces gebruiken consumenten vaak de websites van verzekeraars en vergelijkingssites.

Informatie en communicatie

Consumenten zeggen over het algemeen goed op de hoogte te zijn van de verzekeringen die zij hebben afgesloten. Echter, de mate waarin consumenten goed op de hoogte zijn van de polisvoorwaarden neemt de afgelopen jaren af. De bekendheid van de Verzekeringskaart en VerzekeraarsInBeeld.nl is nog laag onder consumenten, maar is in 2019 wel toegenomen. Wanneer consumenten zelf contact willen opnemen met de verzekeraar, doen zij dat het liefst via de telefoon. Wanneer de verzekeraar contact opneemt vinden consumenten zowel de telefoon als e-mail prettig.

Premiewijzigingen en communicatie

40% van alle consumenten zegt in het afgelopen jaar te maken gekregen te hebben met een verhoging van de premie of het eigen risico van een schade-, inkomens of levensverzekering. Op de vraag of de premie hierdoor iets hoger, hoger of veel hoger is geworden, antwoordt 45% hoger of veel hoger.



Samenvatting

De meeste consumenten worden middels een brief of e-mail op de hoogte gesteld van een premieverhoging/verhoging van het eigen risico. Wanneer de verhoging groter is, neemt de verzekeraar of (onafhankelijk) adviseur iets vaker via de telefoon contact op (13%) dan bij een kleine verhoging (4%). Bijna 60% van de consumenten waarbij de verhoging van de premie of het eigen risico relatief hoog was kreeg ook een toelichting hierover. Ongeveer 40% van alle consumenten had ook begrip voor de premieverhoging.

Nazorg en verwachtingen van de consument

Bijna 30% van de consumenten wordt één keer per twee jaar of vaker benaderd door de verzekeraar of adviseur om na te gaan of verzekeringen nog up to date zijn. De helft van de consumenten zegt nooit benaderd te worden. Ongeveer de helft van de consumenten controleert minstens jaarlijks zelf hun verzekeringen. Zij kijken dan vooral naar de dekking, polisvoorwaarden en prijs van de verzekering. Een grote meerderheid van de consumenten zou het op prijs stellen als de verzekeraar contact opneemt wanneer dat mogelijk gunstig is. 40% vindt dat de verzekeraar jaarlijks contact op moet nemen om na te gaan of de verzekeringen nog passend zijn. Een derde is het hier mee oneens.

Veranderingen in de sector

In de periode 2015-2019 neemt het aandeel consumenten dat het gevoel heeft dat verzekeraars het belang van de consument voorop stellen toe van 14 naar 21%. Daarnaast geven consumenten in 2019 aan dat hun ervaring met verzekeraars in het afgelopen jaar positiever is dan voorgaande jaren. De drie aspecten die zij het meest verbeterd vinden zijn: “het vinden van informatie op de website”, “de begrijpelijkheid van brieven” en “het overstappen naar een andere verzekeraar”.



Samenvatting

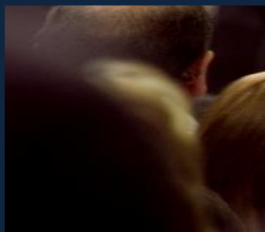
Claimen

Verschillende aspecten van de claimafhandeling beoordelen consumenten in 2019 positiever:

- Het vertrouwen in een goede afwikkeling door de verzekeraar blijft groot en is ook toegenomen ten opzichte van het jaar ervoor.
- Duidelijk meer consumenten hebben in 2019 een beter beeld van het bedrag dat zij ontvangen wanneer hun levensverzekering tot uitkering komt.
- Iets meer consumenten hebben er vertrouwen in dat een eventuele schadeclaim volledig vergoed wordt. Tussen 2015 en 2018 nam dit aandeel consumenten af.
- Ook het aandeel consumenten dat denkt dat een eventuele schade door de polis is gedekt neemt in 2019 toe ten opzichte van 2018.

In de periode 2017-2019 krijgen consumenten duidelijk vaker een uitleg over waarom de verzekeraar een schadeclaim niet (volledig) vergoedt dan in de periode 2014-2016. In 2019 geeft 94% van de consumenten aan dat de verzekeraar een toelichting heeft gegeven.

Ongeveer een kwart van de consumenten heeft het afgelopen jaar een claim ingediend bij een schade-, levens- of inkomensverzekeraar. Voor bijna de helft van de consumenten is dat langer dan 2 jaar geleden. De meeste claims betreffen een autoverzekering en een inboedelverzekering. Niet geheel verwonderlijk is dat consumenten vaker tevreden zijn indien zij deze schadeclaim uitbetaald hebben gekregen dan wanneer zij dat niet kregen. Een duidelijke meerderheid (83%) van alle consumenten vindt het gemakkelijk om een claim in te dienen. De tevredenheid over het medeleven van de verzekeraar is bij de consumenten iets minder groot (64% tevreden).



1. Imago

1. Imago

Positieve gevoel over verzekeraars blijft

Per saldo hebben consumenten in 2019 ongeveer even vaak een positief gevoel over verzekeraars als in 2017 en 2018. In de jaren 2009-2016 waren consumenten duidelijk minder positief. In 2019 heeft 53% van de consumenten een positief gevoel bij verzekeraars, 20% een negatief gevoel en 27% weet het niet. Het saldo komt hiermee op 33 (% positief - % negatief).

Saldo positief-negatief gevoel bij verzekeraars (Q1, n=1.014)



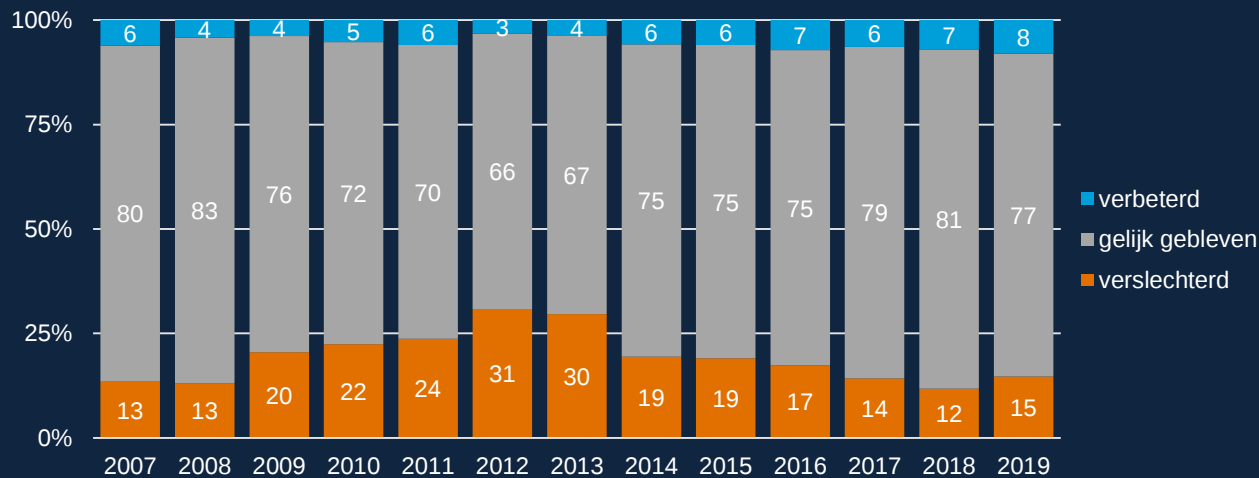
1. Imago

Mening over verzekeraars van consumenten meestal gelijk gebleven

Het grootste deel van de consumenten (77%) geeft in 2019 aan dat hun mening over verzekeraars in het afgelopen jaar gelijk is gebleven. 15% van de consumenten zegt dat hun mening is verslechterd. Dit is net iets meer dan in 2018, waarin 12% van de consumenten zegt dat hun mening is verslechterd.

In de periode 2009-2012 verslechterde het imago van verzekeraars. Van 2014 tot en met 2018 nam het aandeel consumenten dat zei dat hun mening over verzekeraars is verslechterd weer af.

Is uw mening over verzekeraars het afgelopen jaar verbeterd, verslechterd of gelijk gebleven? (Q3, n=1.014)



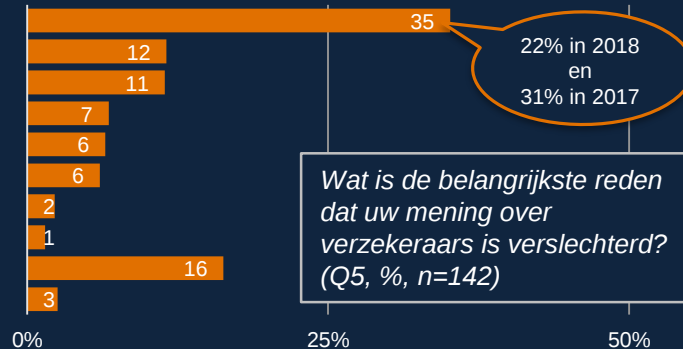
10

1. Imago

Goede afhandeling van claim belangrijkste reden voor positievere mening over verzekeraars;
premieverhoging belangrijkste reden voor ontevredenheid.

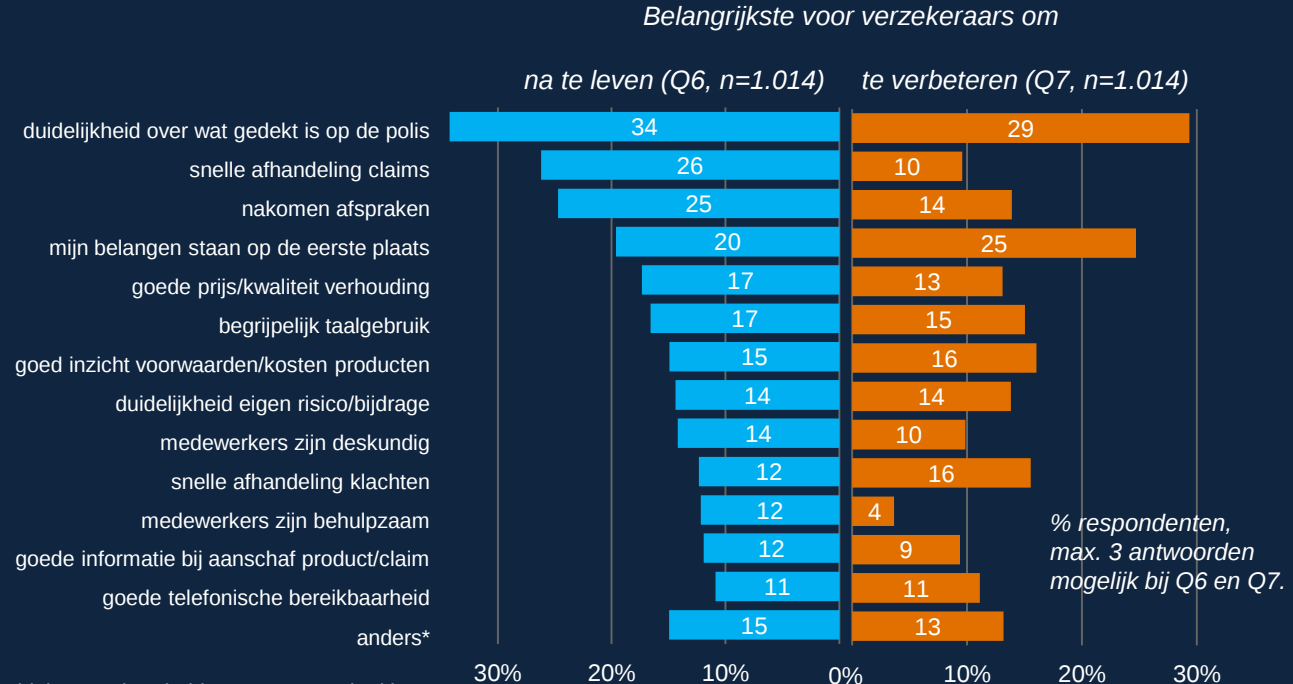
Goede afhandeling van een claim
Deskundig advies van verzekeraar
De verzekeraar geeft mij meer het gevoel van zekerheid
Duidelijke informatie van de verzekeraar ontvangen
Ervaringen van familie/vrienden/kennissen
Product aangeschaft dat beter aansluit op mijn behoefte
Betere bereikbaarheid van de verzekeraar
Positieve berichtgeving over verzekeraars in de media
Anders
Weet niet

Premie verhogingen
Negatieve berichtgeving over verzekeraars in de media
Afgewezen claim
Geen juist advies gekregen van de verzekeraar
Onduidelijke informatie van de verzekeraar ontvangen
Ervaringen van familie/vrienden/kennissen
Verslechterde bereikbaarheid van de verzekeraar
Product aangeschaft dat minder goed aansluit op behoefte
Anders
Weet niet



1. Imago

“Duidelijkheid over wat wel of niet gedekt is op de polis” is volgens consumenten het belangrijkste voor verzekeraars om **na te leven** én om **te verbeteren**.



* eerlijkheid, betrouwbaarheid en transparantie, klantvriendelijkheid en duidelijker worden vaak genoemd



1. Imago

Toelichting belangrijkste voor verzekeraars om te verbeteren

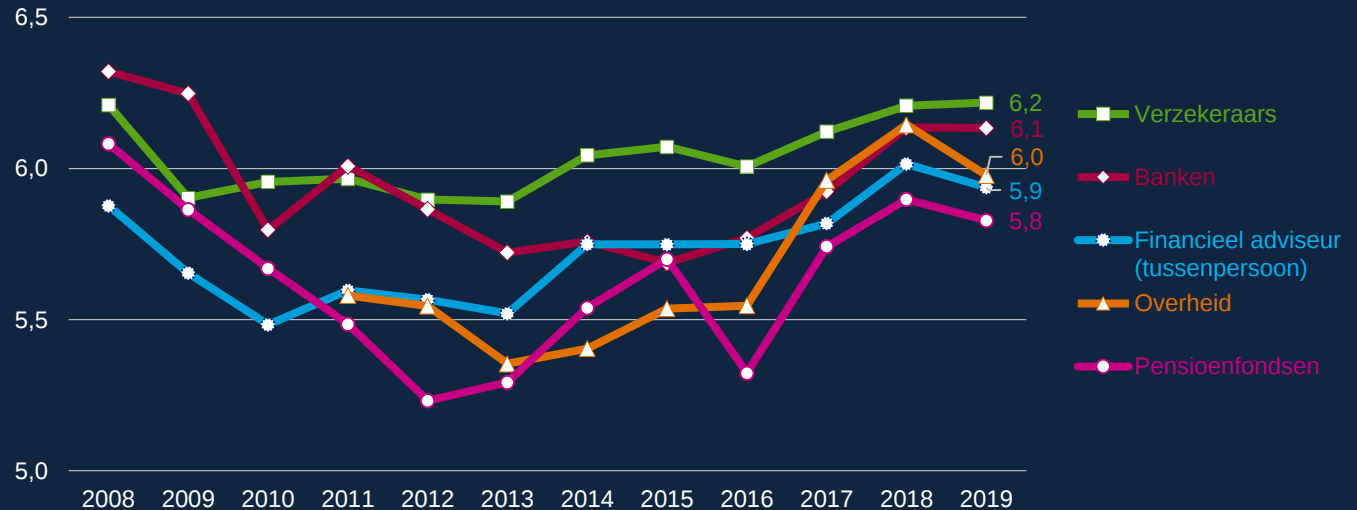


1. Imago

Verzekeraars hoogste rapportcijfer binnen financiële sector

Verzekeraars krijgen in 2019 van consumenten opnieuw een 6.2 als rapportcijfer. Dat is hoger dan het rapportcijfer voor banken, financieel adviseurs, pensioenfondsen en de overheid. Het rapportcijfer voor financieel adviseurs, overheid en pensioenfondsen daalt licht in 2019.

Gemiddeld rapportcijfer per bedrijfstak (Q2, n=1.014)



14

1. Imago

Consument vertrouwt erop dat verzekeraars altijd voldoende geld hebben om uit te keren

Om te peilen welk beeld consumenten hebben van verzekeraars zijn meerdere stellingen voorgelegd. Hieruit blijkt onder meer:

- dat 80% van de consumenten erop vertrouwt dat verzekeraars altijd voldoende geld hebben om uit te keren.
- dat ongeveer de helft van de consumenten vindt verzekeraars noch eerlijk noch oneerlijk zijn.

Kunt u aangeven in hoeverre u het met de volgende stellingen eens of oneens bent (Q58, n=1.014)

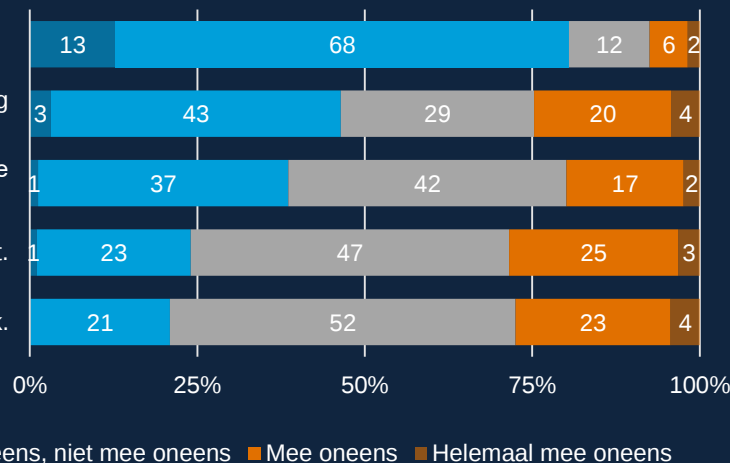
Ik vertrouw erop dat verzekeraars altijd voldoende geld hebben om uit te keren

Verzekeraars staan open om iedereen een verzekering aan te bieden.

Verzekeraars helpen klanten om risico's met elkaar te delen.

Verzekeraars denken aan het belang van de klant.

Ik vind verzekeraars eerlijk.



15

1. Imago

“Verzekeraars zetten belangrijk zaken in de kleine lettertjes zetten” vinden veel consumenten

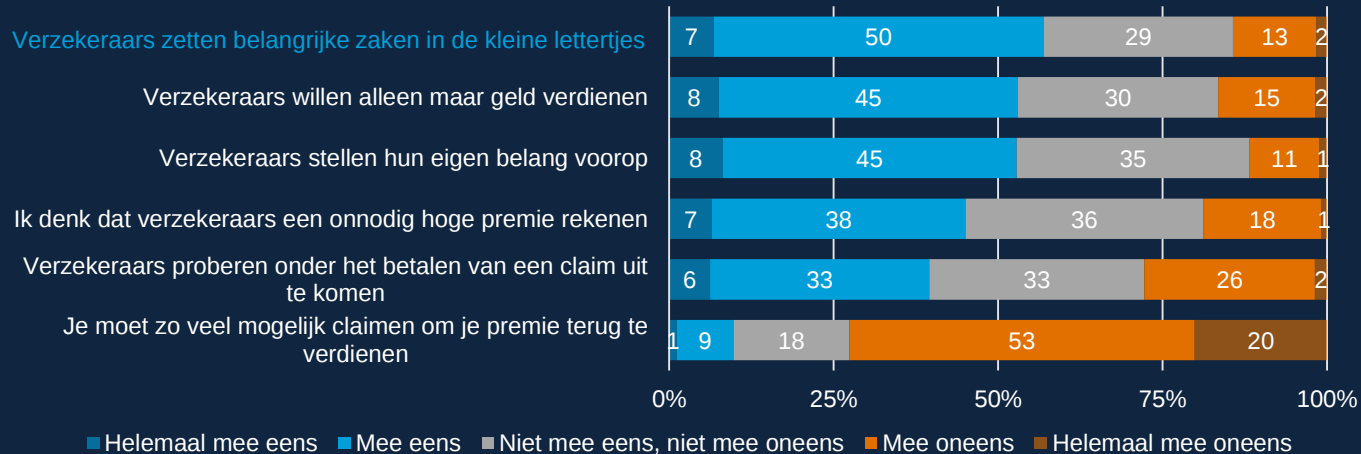
Consumenten hebben lang niet altijd een positief beeld over verzekeraars.

Meer dan de helft van de consumenten is het (helemaal) eens met de volgende stellingen:

- Verzekeraars zetten belangrijke zaken in de kleine lettertjes.
- Verzekeraars willen alleen maar geld verdienen.
- Verzekeraars stellen hun eigen belang voorop.

Daarnaast denkt 45% van de consumenten dat verzekeraars onnodig hoge premies rekenen. Een minderheid van de consumenten (10%) is van mening dat je zo veel mogelijk moet claimen om je premie terug te verdienen.

Kunt u aangeven in hoeverre u het met de volgende stellingen eens of oneens bent (Q58, n=1.014)



16

2. Zekerheid

17

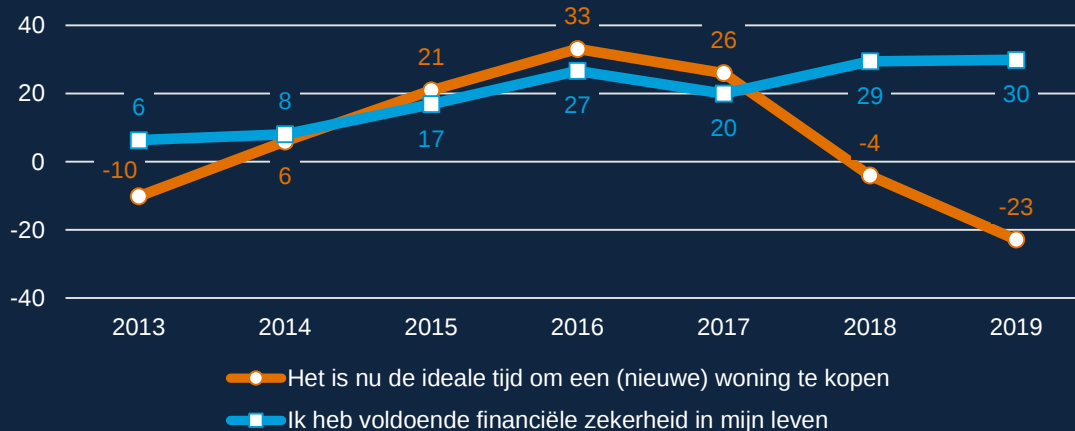


2. Zekerheid

Meer financiële zekerheid, maar steeds minder een goede tijd voor het kopen van een woning

In 2019 en 2018 beoordelen consumenten hun financiële zekerheid beter dan in de jaren 2013-2017. Per saldo zegt 30% in 2019 voldoende financiële zekerheid te hebben. In 2017 was dit nog 20%. De krappe woningmarkt en stijgende huizenprijzen lijken ervoor te zorgen dat consumenten in 2018 en 2019 de tijd steeds minder ideaal vinden om een woning te kopen dan in de jaren 2013 tot en met 2017.

Mate waarin consumenten het eens zijn met stellingen over financiële zaken uitgedrukt in een saldo: % (helemaal) mee eens – % (helemaal) mee oneens. (Q9, n=1.014)

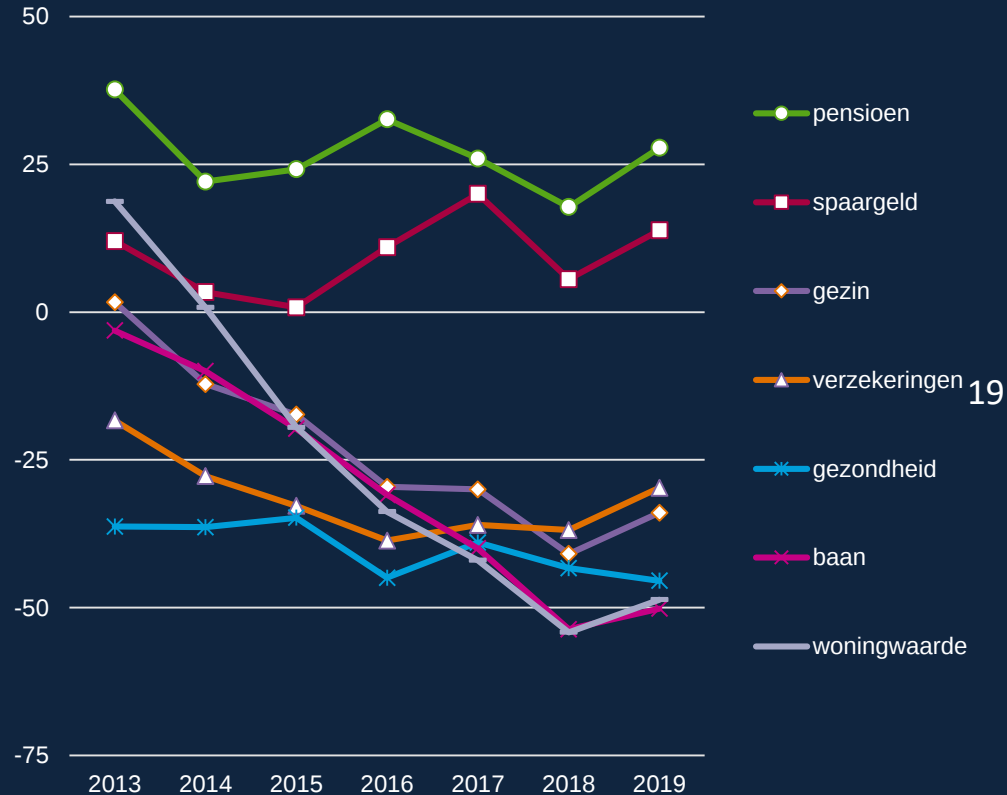


2. Zekerheid

In 2019 meer zorgen over pensioen en spaargeld

Gezien de huidige economische situatie maken consumenten zich vooral zorgen over hun pensioen en spaargeld (saldi 28 en 14 in 2019). De zorgen zijn ook toegenomen ten opzichte van 2018. De situatie rondom gezin, verzekeringen, gezondheid, baan en woningwaarde leidt bij de meeste consumenten niet tot bezorgdheid, wel is bij alle genoemde onderwerpen, uitgezonderd gezondheid, het aandeel consumenten dat zich zorgen maakt in 2019 hoger dan in 2018. Voor wat betreft de verzekeringen in relatie tot de economische situatie neemt de bezorgdheid bij consumenten al sinds 2017 licht toe. In 2019 bedraagt het saldo -30. In 2016 was dit nog -39.

“Ik maak mij zorgen over mijn ... door de huidige economische situatie” (Q9, n=1.014)
Resultaten uitgedrukt in saldi: % (helemaal) mee eens – % (helemaal) mee oneens.

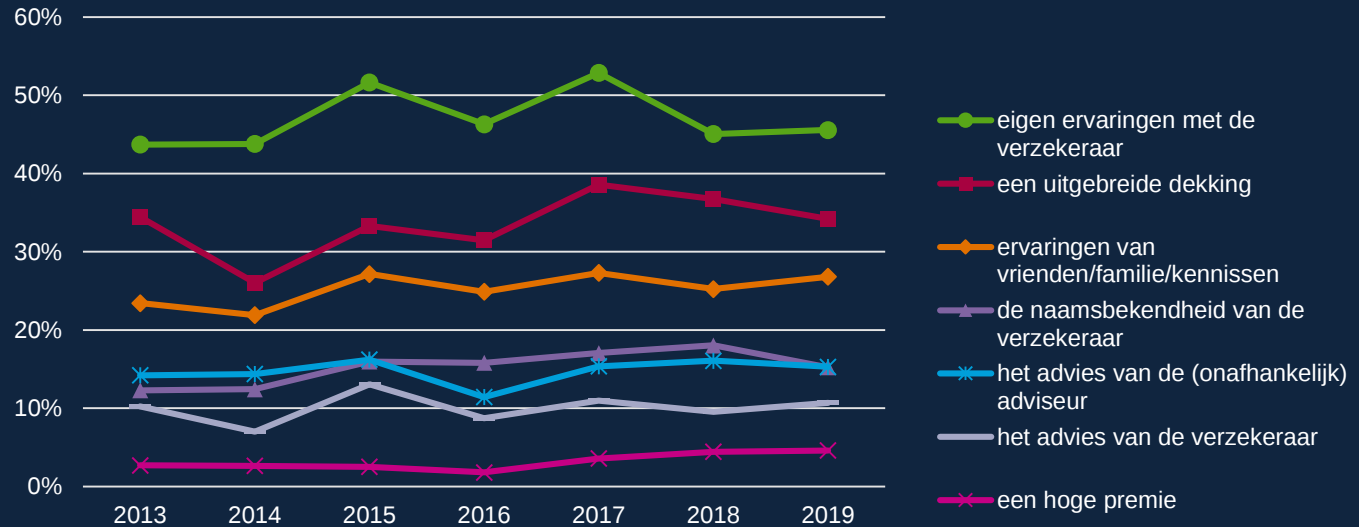


2. Zekerheid

Vooraf **eigen ervaringen** bepalen gevoel van zekerheid bij de verzekeraar

Net als in voorgaande jaren is voor meer dan 40% van de respondenten de eigen ervaring belangrijk voor het gevoel van zekerheid bij de verzekeraar. Een uitgebreide dekking en ervaringen van anderen worden ook dit jaar weer als tweede en derde genoemd.

Welke elementen bepalen voor u het gevoel van zekerheid bij de verzekeraar. Meerdere antwoorden mogelijk. (Q11, % respondenten, n=1.014).





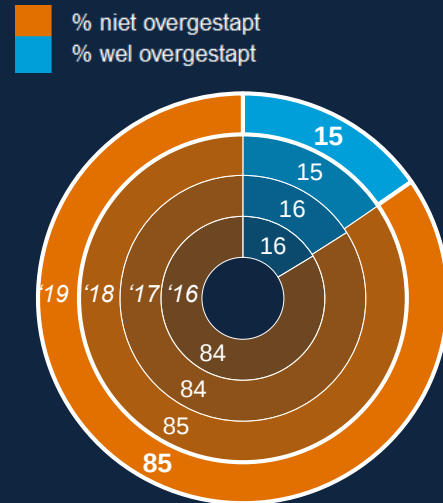
3. Loyaliteit

3. Loyaliteit

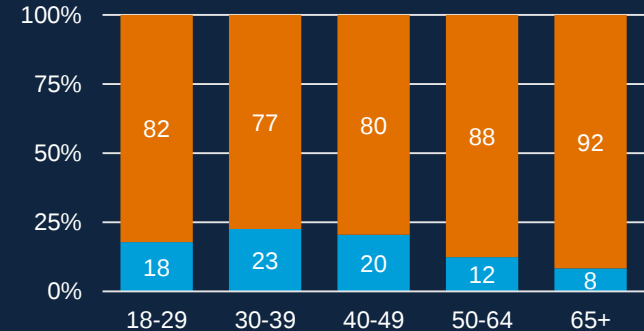
15% van de consumenten is het afgelopen jaar overgestapt naar een andere verzekeraar

Van de consumenten heeft 15% het afgelopen jaar voor een andere verzekeraar gekozen. Dit aandeel is over de jaren 2014-2019 zeer stabiel. Oudere consumenten zijn vaker trouw aan hun verzekeraar dan jongere consumenten. Opmerkelijk is dat in 2019 jongeren in de leeftijd van 18 tot en met 29 jaar minder vaak zijn overgestapt dan voorgaande jaren. In 2017 en 2018 stapten respectievelijk 25 en 28% van de consumenten in deze leeftijdsgroep over naar een andere verzekeraar. In 2019 is dat 18%.

Bent u in het afgelopen jaar overgestapt naar een andere verzekeraar? (Q12, %, n=1.014)



% wel / niet overgestapt naar leeftijd hoofdkostwinner, 2019



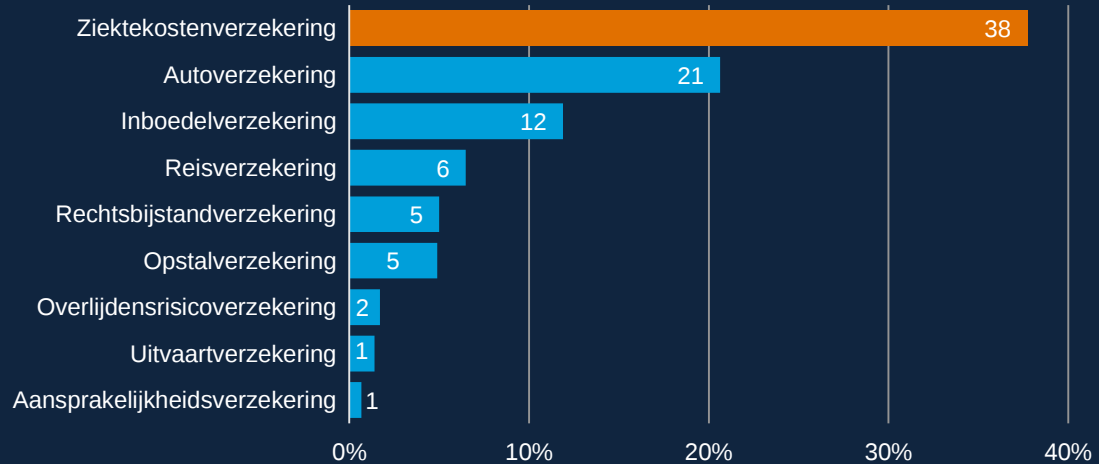
23

3. Loyaliteit

Meestal voor **ziektelkosten** overgestapt naar andere verzekeraar

De (recentste) overstap in het afgelopen jaar naar een andere verzekeraar betrof in de meeste gevallen (38%) een ziektekostenverzekering. Op de tweede plaats staat de autoverzekering met 21%. De resultaten zijn vergelijkbaar met vorig jaar.

Voor welke verzekering bent u in de afgelopen 12 maanden overgestapt naar een andere verzekeraar? (bij meerdere keren: recentste overstap) (Q13, %, n=144)



3. Loyaliteit

Een betere dekking en een lagere premie zijn de belangrijkste redenen om over te stappen

Andere redenen zijn het kopen van een huis of auto, of een collectiviteitskorting.



A hand is shown holding a yellow star-shaped object. Below the hand, a trail of four more yellow stars is visible, suggesting a sequence or a path. The background is dark blue with bokeh light effects.

Andere redenen die vaak genoemd worden zijn: goede ervaringen, vertrouwen, de service, een goede dekking en gemakzucht.

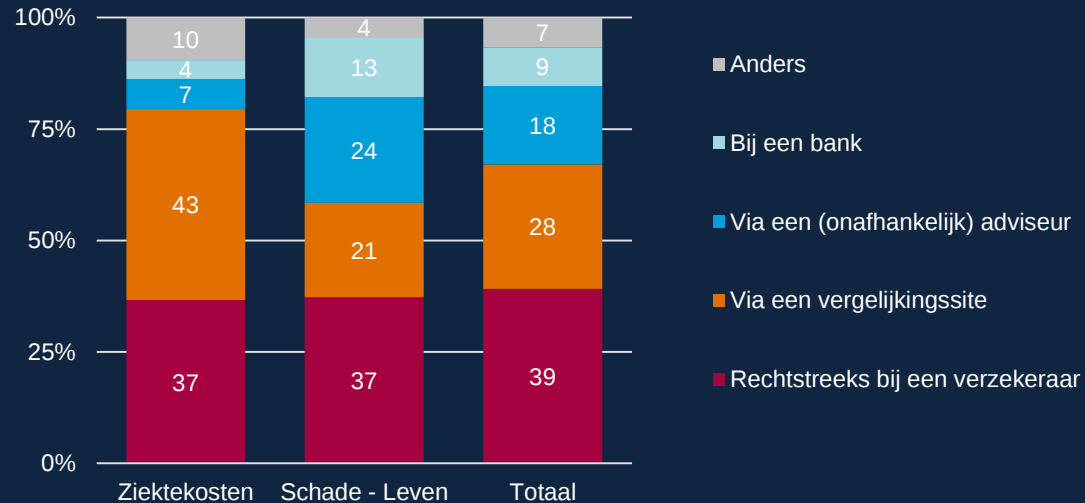


3. Loyaliteit

Vergelijkingsites populair voor afsluiten andere ziektekostenverzekering

- Ziektekostenverzekeringen worden het vaakst (43%) via een vergelijkingssite afgesloten bij de overstap naar een andere verzekeraar. 37% van de consumenten doet dat rechtstreeks bij de verzekeraar.
- Schade- en levensverzekeringen sluiten consumenten het vaakst (37%) via de verzekeraar zelf af.

Hoe heeft u een nieuwe verzekering afgesloten? (Q16, %, n=134)



4.
Informatie /
Communicatie

28





4. Informatie / Communicatie

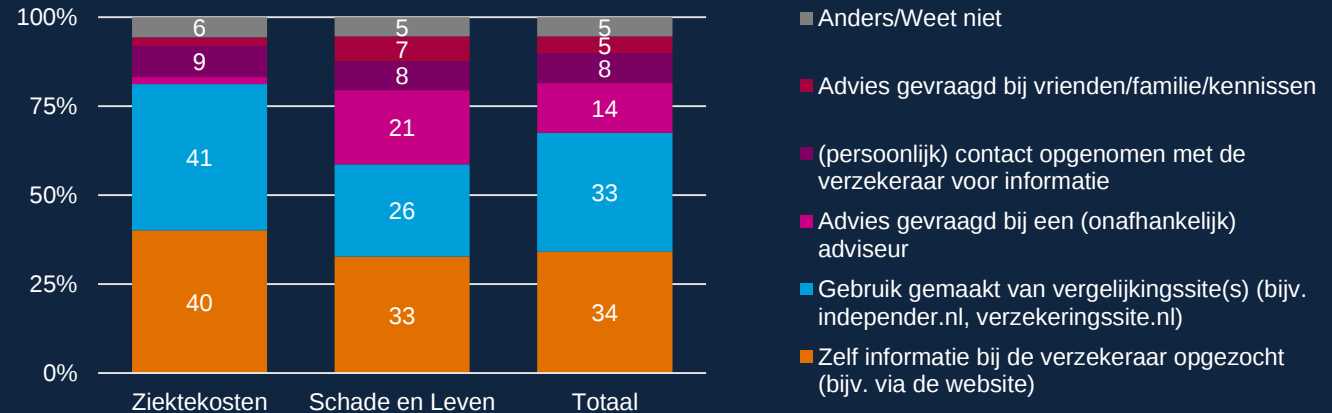
Website verzekeraar populair voor zoeken informatie over nieuwe verzekering

Consumenten is gevraagd hoe zij zich hebben georiënteerd voor het afsluiten van een nieuwe verzekering. Voor bijna alle soorten verzekeringen zijn de belangrijkste informatiebronnen:

- Informatie bij de verzekeraar zelf (bijvoorbeeld de website)
- Vergelijkingsites (bijv. independer.nl, verzekeringssite.nl)

Voor schade- en levensverzekeringen vragen consumenten vaker advies bij een adviseur, bekenden of persoonlijk bij de verzekeraar zelf dan voor een ziektekostenverzekering.

Hoe heeft u zich georiënteerd voor het afsluiten van uw nieuwe verzekering?
(Q17, meerdere antwoorden mogelijk, % van alle antwoorden, n=143)



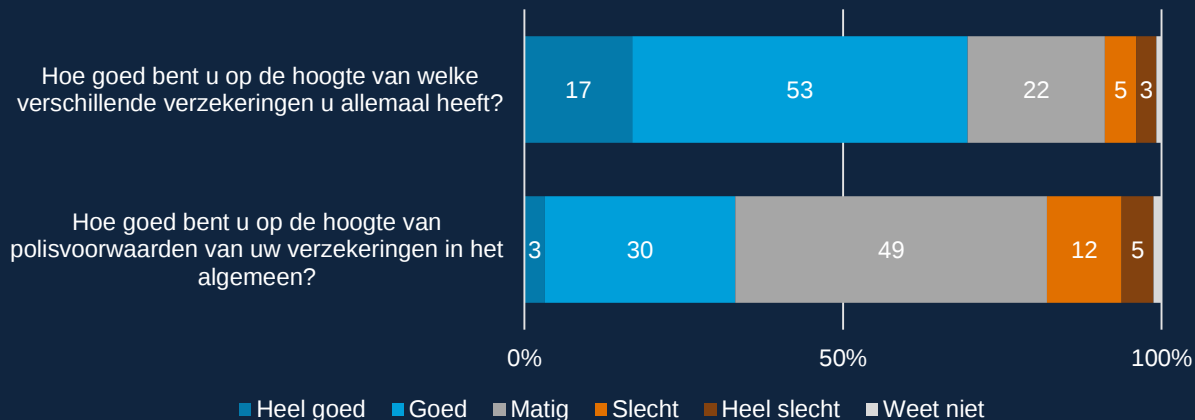


4. Informatie / Communicatie

Meeste consumenten goed op de hoogte welke verzekeringen zij hebben

- 70% van de consumenten zegt goed tot heel goed op de hoogte te zijn van welke verzekeringen zij hebben. Dit percentage is vergelijkbaar met dat in 2016 en 2017.
- De mate waarin consumenten op de hoogte zijn van de polisvoorwaarden is kleiner: 33% van de consumenten zegt (heel) goed van op de hoogte te zijn.

Hoe goed weten consumenten welke verzekeringen zij hebben en hoe goed zijn zij op de hoogte van de polisvoorwaarden in het algemeen? (Q21, Q22, %, n=1.014)



30

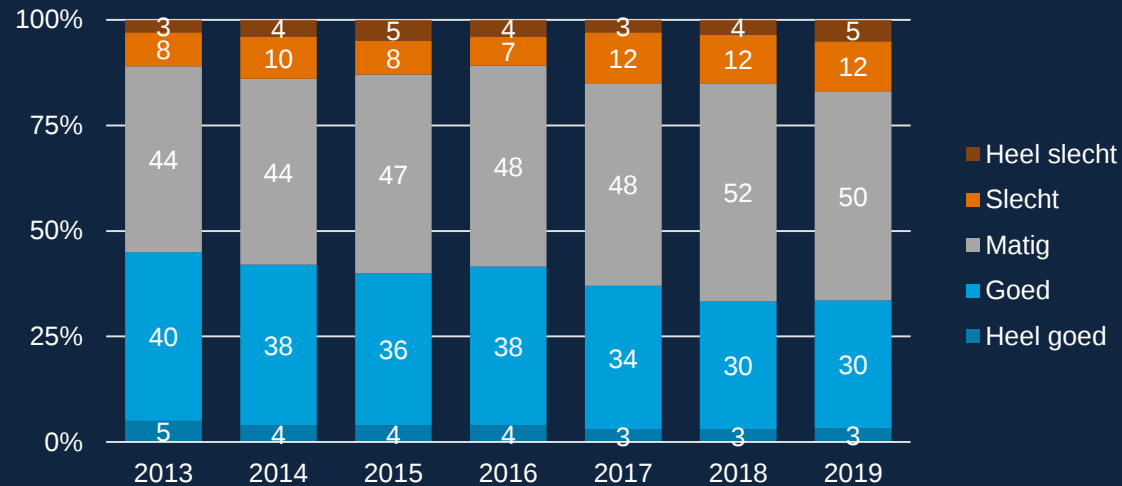


4. Informatie / Communicatie

Bekendheid met poliswaarden neemt af in de loop der jaren

- De mate waarin consumenten op de hoogte zijn van de polisvoorwaarden neemt in de periode 2013-2019 af. In 2019 zegt 33% van de consumenten hier (heel) goed van op de hoogte te zijn. In 2013 was dit nog 45%.

Hoe goed zijn consumenten op de hoogte van de polisvoorwaarden in het algemeen? (Q22, %, n=1.014)



31

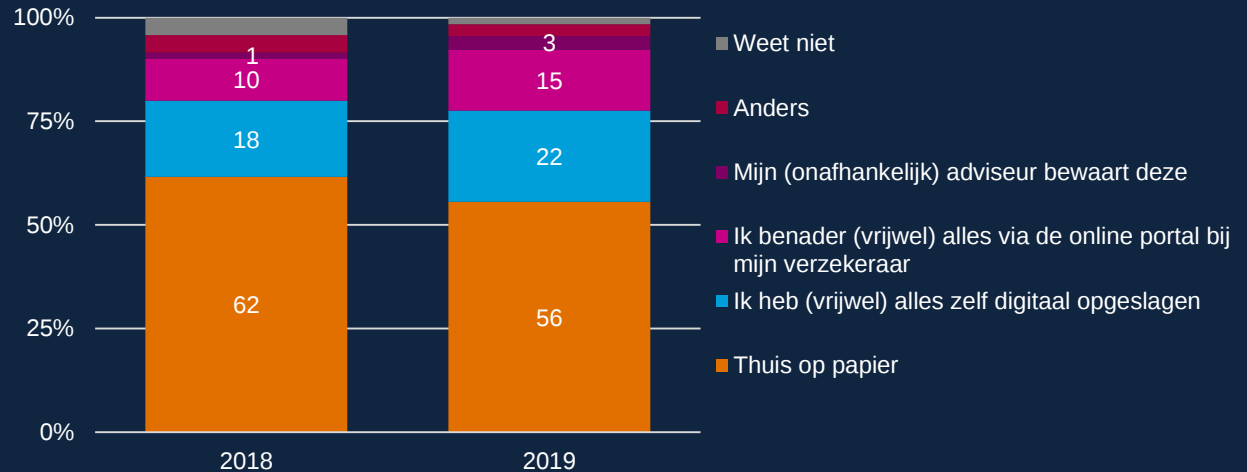


4. Informatie / Communicatie

Minder consumenten bewaren polissen **thuis op papier**

- Hoewel de meeste consumenten in 2019 hun polissen thuis op papier bewaren (56%) is dit aandeel wel kleiner dan vorig jaar.
- 22% van de consumenten heeft de polissen zelf digitaal opgeslagen en 15% bekijkt de polissen vooral via de online portal van de verzekeraar. Deze percentages zijn toegenomen ten opzichte van vorig jaar.

Hoe bewaart u de polissen van uw verzekeringen vooral? (Q23, %, n=1.014)



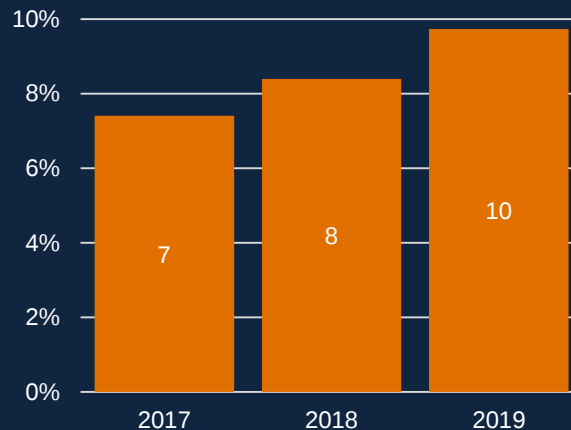


4. Informatie / Communicatie

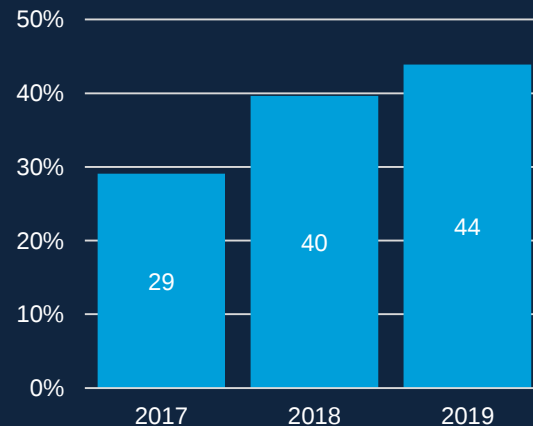
Bekendheid en gebruik Verzekeringskaart opnieuw gestegen

- In 2019 kent **10%** van de consumenten de verzekeringskaart. Hiermee is de bekendheid opnieuw iets gestegen.
- Van de genoemde groep consumenten heeft **44%** de verzekeringskaart ook wel eens gebruikt. Ook het gebruik is hiermee toegenomen ten opzichte van 2018.

Percentage consumenten dat wel eens gehoord heeft van de Verzekeringskaart (Q18, n=1.014)



Percentage respondenten dat wel eens gebruik heeft gemaakt de Verzekeringskaart, (Q19, % van consumenten die gehoord hebben van Verzekeringskaart, n=96)





4. Informatie / Communicatie

Consumenten tevreden over de Verzekeringskaart

- Veruit de meeste consumenten zijn tevreden over de Verzekeringskaart.
- Vooral de overzichtelijkheid en begrijpelijkheid van de informatie wordt hoog gewaardeerd (>85% (helemaal) mee eens).
- Consumenten lijken iets minder tevreden over de vindbaarheid van de Verzekeringskaart op de website van de verzekeraar. Door het kleine aantal respondenten is niet te zeggen of de tevredenheid over de vindbaarheid is afgenomen ten opzichte van vorig jaar.

Stellingen over de Verzekeringskaart (Q20, %, n=35)



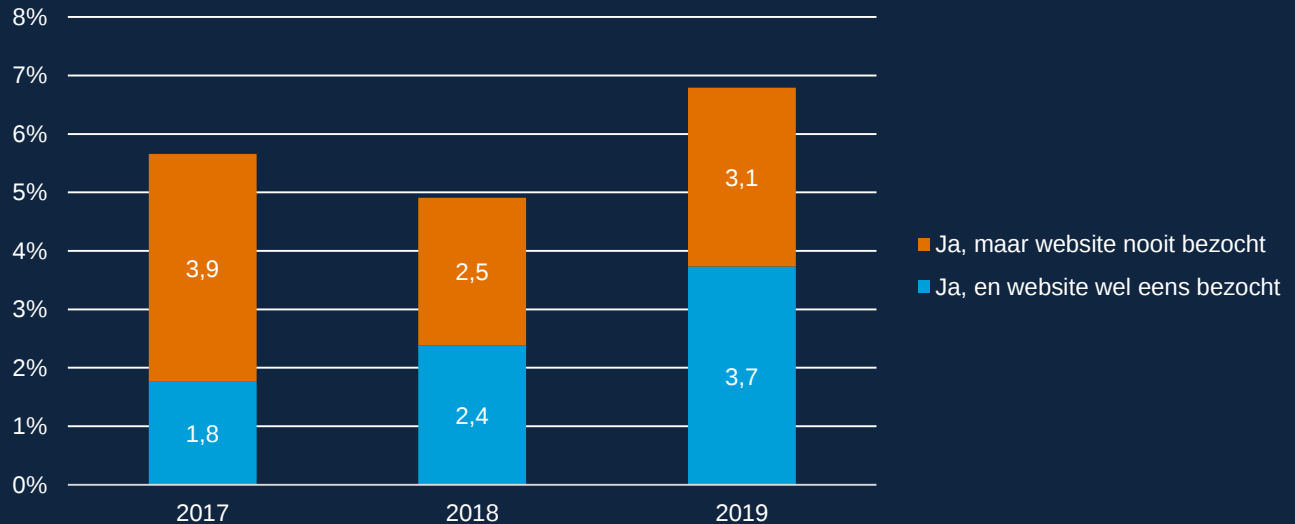


4. Informatie / Communicatie-klaar

VerzekeraarsInBeeld.nl **bekender** en **meer bezocht**

In 2017 is de website VerzekeraarsInBeeld.nl gelanceerd. In 2019 is 7% van de consumenten bekend met de website. Het bezoek aan de website is in 2019 gestegen naar 3,7%. In 2017 had 1,8% van alle consumenten VerzekeraarsInBeeld wel eens bezocht.

Kent u de website VerzekeraarsInBeeld.nl? (Q24, % ja, n=1.014)





4. Informatie / Communicatie

Voorkeur e-mail licht gestegen bij contact opnemen door verzekeraar

- Ruim 80% van de consumenten heeft een voorkeur voor contact met de verzekeraar via telefoon of e-mail.
- Wanneer consumenten zelf contact opnemen doen zij dit het liefste via de telefoon (62%).
- Wanneer de verzekeraar contact opneemt is er een voorkeur voor e-mail (50%), gevolgd door de telefoon (35%). De voorkeur voor e-mail is in 2019 iets gestegen, de voorkeur voor de telefoon bij contact opnemen door de verzekeraar is juist iets gedaald ten opzichte van voorgaande twee jaren.
- Zowel aan andere, 'moderne' communicatiemiddelen (online chat, social media, etc) als aan een brief of een persoonlijk gesprek geeft slechts een klein deel van de consumenten de voorkeur.

Voorkeur voor communicatiemiddel bij contact met verzekeraar. Bij zelf contact opnemen en contact door verzekeraar. (Q56 / Q57, % respondenten, n=1.014).

	zelf			de verzekeraar		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Telefoon	60	63	62	43	41	35
E-mail	24	22	22	44	46	50
Online chat	5	6	5	0	0	
Geen voorkeur	3	3	5	4	4	4
Face-to-face gesprek	3	3	2	2	1	2
Anders	0	2	2	1	1	2
WhatsApp	0	1	1	0	1	1
Brief	1	0	1	5	5	6
Twitter	0	0	0	0	0	0
Facebook	1	0	1	0	0	1
Andere apps	0	0	0	0	0	0

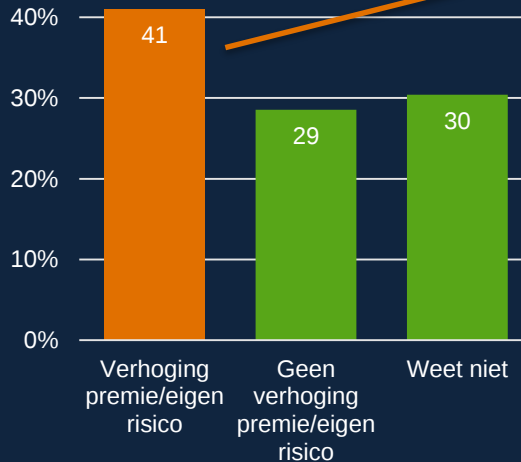
5.
**Prijswijziging
communicatie**

5. Prijswijzigingen en communicatie

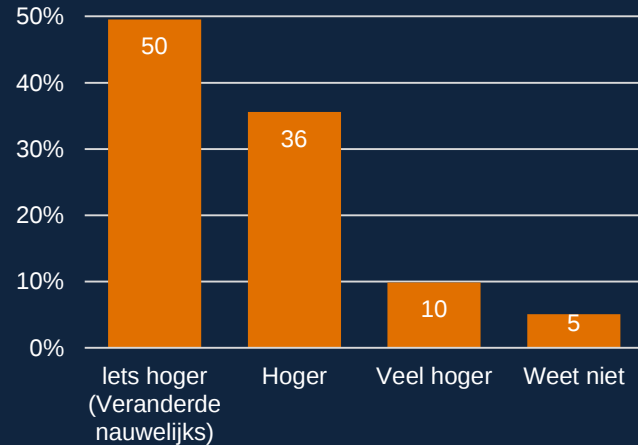
Volgens 40% van de consumenten werd het afgelopen jaar de **premie of het eigen risico (iets) verhoogd**

40% van de consumenten heeft in het afgelopen jaar te maken gekregen met een verhoging van de premie of het eigen risico van een schade-, inkomens of levensverzekering. Op de vraag of de premie hierdoor iets hoger, hoger of veel hoger is geworden, antwoord 45% hoger of veel hoger.

Kunt u aangeven of de premie of het eigen risico van één van uw schade-/inkomens-/levensverzekering het afgelopen jaar verhoogd? Q35, %, n=1.014



Werd deze premie of het eigen risico iets hoger, hoger of veel hoger? (Q36, %, n=416)



5. Prijswijzigingen en communicatie

De meeste consumenten worden middels een **brief** of **e-mail** op de hoogte gesteld van een premieverhoging/verhoging van het eigen risico

Bij een grotere premieverhoging, neemt de verzekeraar of (onafhankelijk) adviseur iets vaker via de telefoon contact op (13%) dan bij een kleine verhoging (4%).

Op welke manier bent u geïnformeerd over de wijziging in de premie of het eigen risico voor uw verzekering? (meerdere antwoorden mogelijk), Q37, % respondenten, n=416)



Wijze van informatie naar mate van verhoging premie of eigen risico (Q36xQ37, % van de respondenten, n=395)

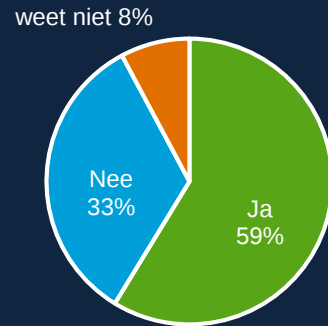
	Iets/ nauwelijks hoger	Hoger/ veel hoger	Totaal
via een brief	51%	37%	44%
via een email	40%	39%	40%
telefonisch	4%	13%	8%
via persoonlijk gesprek	3%	4%	3%
op geen enkele wijze	5%	6%	6%
Anders	4%	8%	6%

5. Prijswijzigingen en communicatie

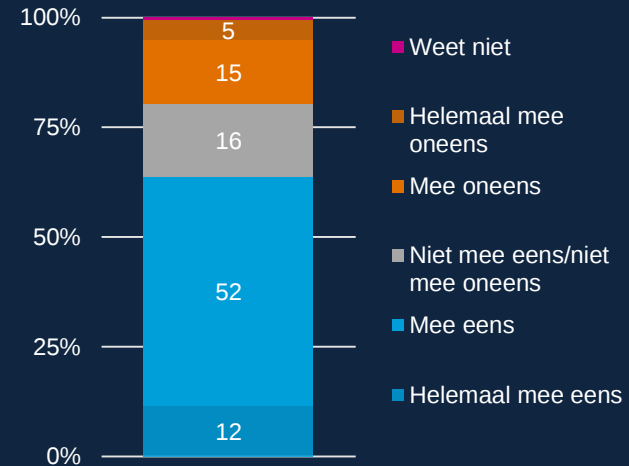
Bijna 60% van de consumenten waarbij de verhoging van de premie of het eigen risico relatief hoog was kreeg een **toelichting** hierover

- Voor twee derde van de consumenten was deze toelichting duidelijk.
- Het aandeel consumenten met begrip voor de premieverhoging was minder groot, namelijk 38%.

Heeft de verzekeraar/adviseur toegelicht waarom de verhoging van de premie/het eigen risico nodig was? (Q38, % n=189)



Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de volgende stelling? De toelichting was duidelijk (Q39, %, n=111)



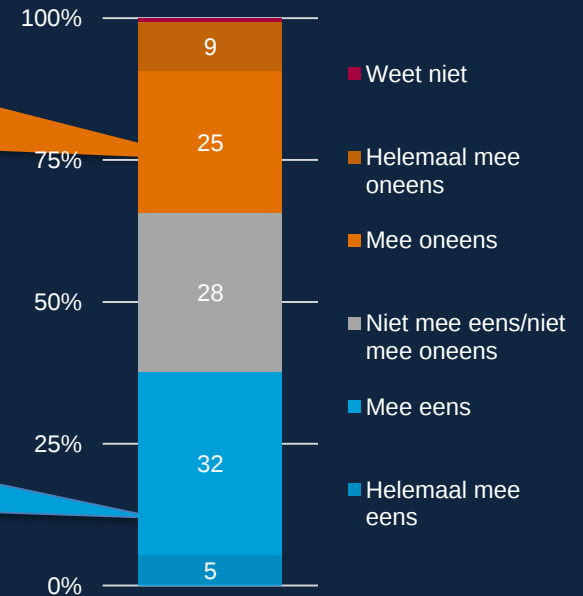
5. Prijswijzigingen en communicatie

Bijna 40% van de consumenten heeft **begrip** voor een verhoging van de premie/het eigen risico

“Zelf nooit schade,
verzekering is al duur
geen toelichting
verhoging was te veel,
premie blijft maar stijgen,
niet meer dekking/service,
na schade premie verhogen niet eerlijk,
niet vooraf geïnformeerd
verzekeraar moet eigen kosten verlagen”

“alles wordt duurder,
verhoging was klein,
logisch want meer schadelast”

*Kunt u aangeven in hoeverre u
het eens bent met de volgende stelling?
De toelichting was duidelijk (Q39, %, n=111)*





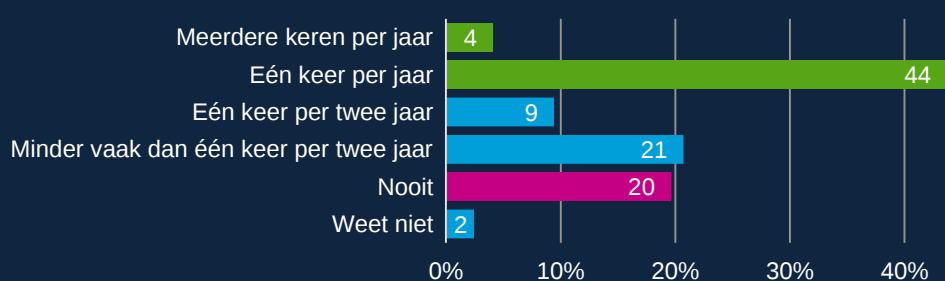
6. Nazorg



6. Nazorg

Een vijfde van de consumenten controleert zijn/haar verzekeringen **nooit**

- Een vijfde van de consumenten controleert **nooit** of er wijzigingen nodig zijn aan verzekeringen. 48% controleert zijn/haar verzekeringen **een keer per jaar of vaker**.
- Consumenten controleren hun verzekeringen vaak bij een **verlenging** of wanneer hun **situatie gewijzigd** is.



Hoe vaak controleert u of er wijzigingen in uw verzekeringen nodig zijn? (Q25, %, n=1.014)



Wat is doorgaans het moment waarop u kijkt of er wijzigingen nodig zijn? (meerdere antwoorden mogelijk) (Q26, % respondenten, n=815)

**aan het einde van het jaar, bij afspraak met tussenpersoon, bij premieverhoging, ontvangen rekening of nieuw polisblad.*

Naar aanleiding van het bekijken en controleren van de verzekeringen doen de meeste consumenten niets, soms past men de verzekering aan of stapt men over.





6. Nazorg

De meerderheid van de consumenten stelt het op prijs als de verzekeraar of adviseur contact opneemt wanneer een **wijziging mogelijk gunstig** is of als de **situatie van de consument is gewijzigd**

Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de volgende stellingen? (Q33, %, n=1.014, V/A=mijn verzekeraar/adviseur)

V/A moet contact opnemen als het wijzigen van mijn verzekeringen mogelijk gunstig voor mij is

V/A mag contact opnemen als mijn omstandigheden zijn gewijzigd, bijvoorbeeld bij verhuizing/scheiding

Ik zou het op prijs stellen als bij een verlenging van een verzekering op een rijtje zet wat de verzekering ook al weer inhoudt

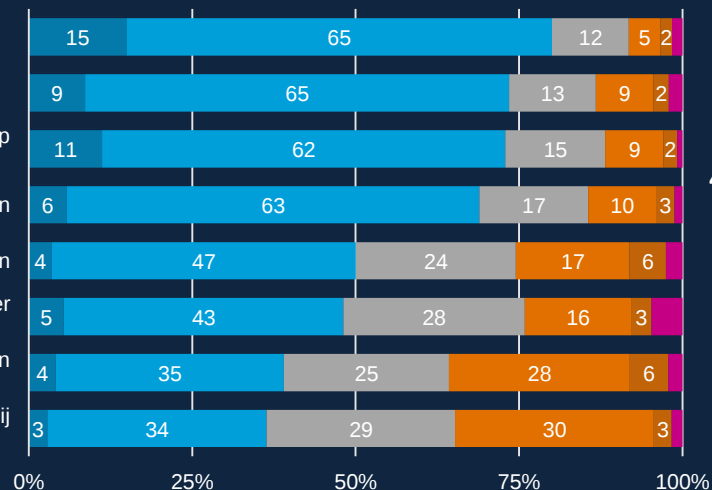
V/A mag contact opnemen bij nieuws over mijn verzekeringen

V/A mag mij gerichte aanbiedingen doen

Ik stel het op prijs als V/A zich bezig houdt met preventie zodat ik minder kans heb op schade/ziekte/arbeidsongeschiktheid

V/A moet ieder jaar contact opnemen om na te gaan of de verzekeringen nog bij mij passen

V/A mag alleen contact opnemen als het noodzakelijk is, bijvoorbeeld bij claim of verlengen verzekering



45

■ Helemaal mee eens ■ Mee eens ■ Niet mee eens, niet mee oneens ■ Mee oneens ■ Helemaal mee oneens ■ Weet niet



6. Veranderingen





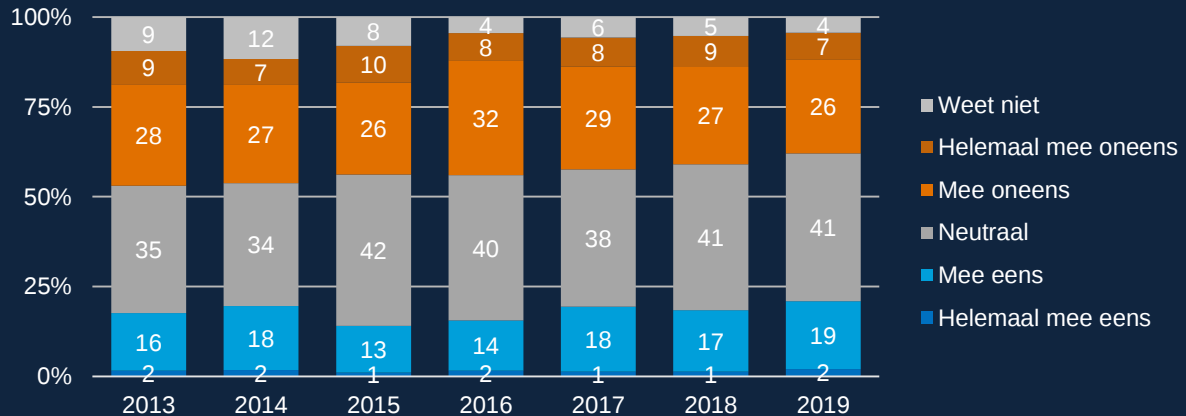
5. Veranderingen in de sector

Consument vaker eens met “Ik heb het gevoel dat verzekeraars mijn belang voorop stellen”

- In 2019 staat het grootste deel (41%) van de consumenten **neutraal** tegenover de stelling dat verzekeraars het belang van de consument voorop stellen.
- Het aandeel consumenten dat het **(helemaal) eens** is met de stelling neemt in de periode 2015-2019 geleidelijk toe van 14 naar 21%.

Mening consumenten over de stelling:

“Ik heb het gevoel dat verzekeraars mijn belang voorop stellen” (Q53, %, n=1.014)



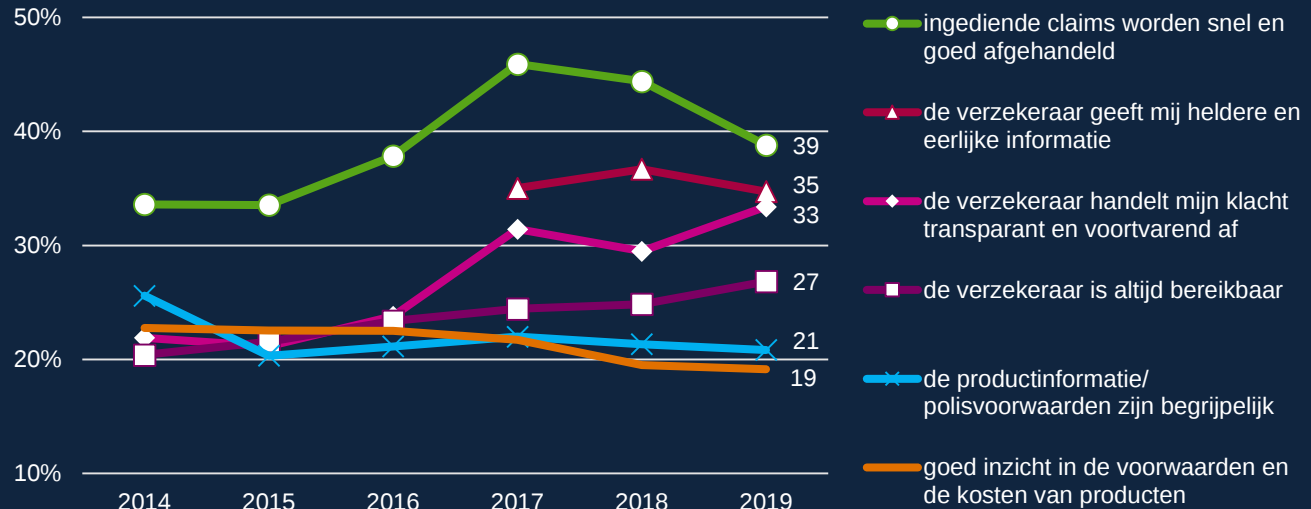


5. Veranderingen in de sector

“Klantbelang vooropstellen betekent vooral **ingediende claims snel en goed afhandelen**”

Over de jaren heen noemen consumenten dezelfde voorbeelden bij wat zij onder “klantbelang voorop stellen” verstaan. In de grafiek hieronder zijn de zes meest genoemde voorbeelden weergegeven.

*Beste voorbeelden van het voorop stellen van klantbelang door verzekeraars (6 **meest** genoemde voorbeelden door respondenten) (meerkeuze met maximaal 3 antwoorden) (Q54, % respondenten, n=1.014).*



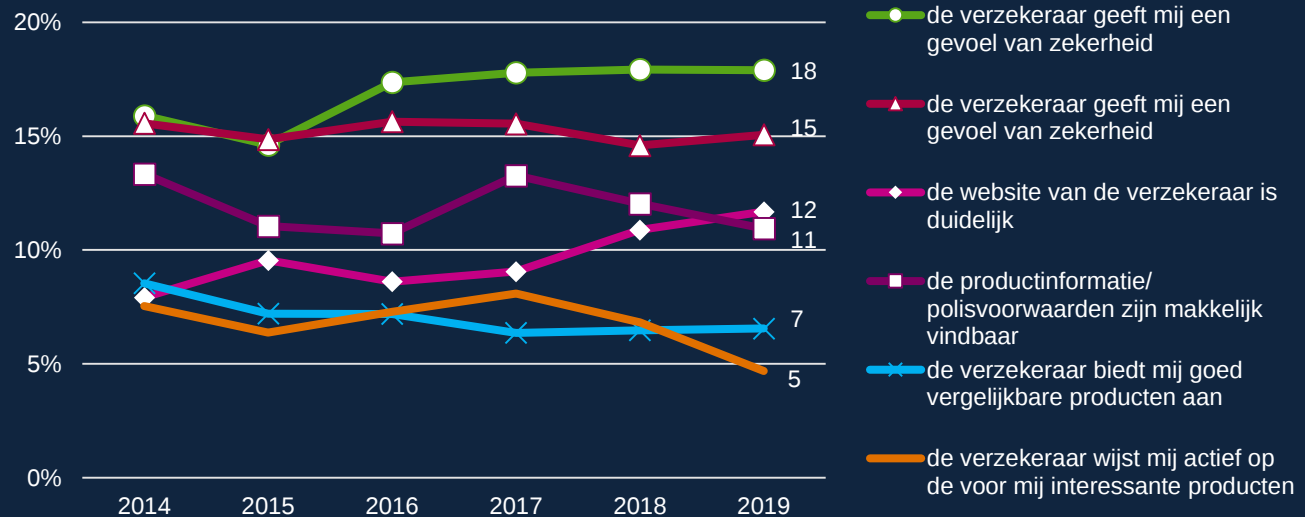


5. Veranderingen in de sector

“Klantbelang voorop stellen betekent vooral ingediende claims snel en goed afhandelen”

Over de jaren heen noemen consumenten dezelfde voorbeelden bij wat zij onder “klantbelang vooropstellen” verstaan. In de grafiek hieronder zijn de zes minst genoemde voorbeelden weergegeven.

Voorbeelden van het voorop stellen van klantbelang door verzekeraars (6 **minst** genoemde voorbeelden door respondenten) (meerkeuze met maximaal 3 antwoorden) (Q54, % respondenten, n=1.014).



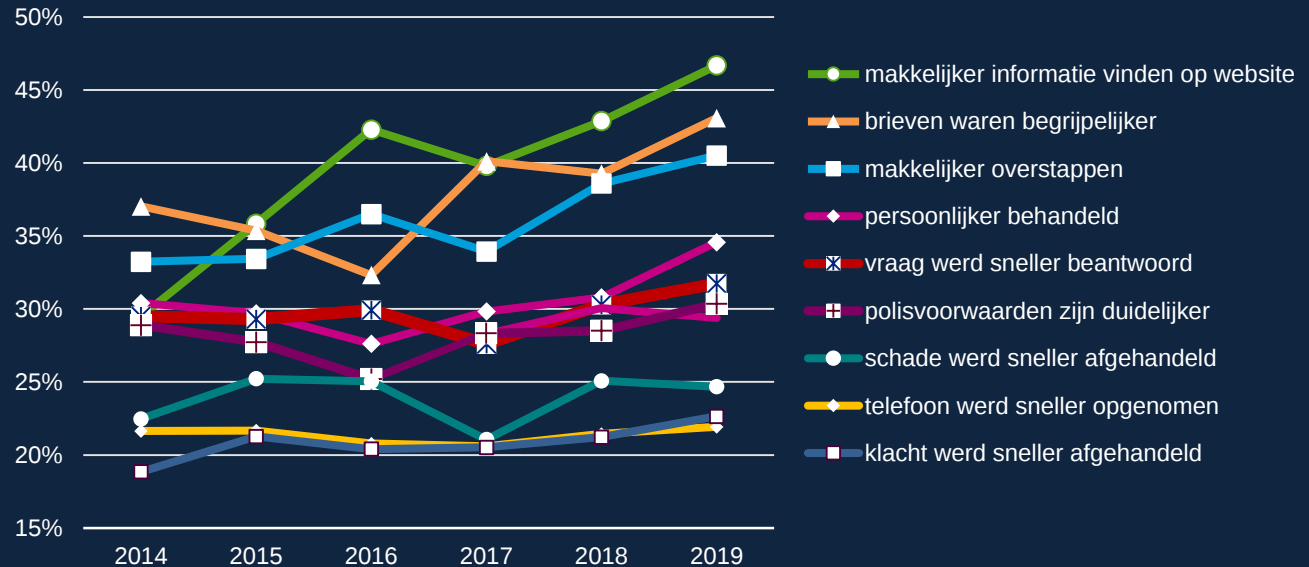


5. Veranderingen in de sector

Informatie vinden op de website van de verzekeraar opnieuw sterk verbeterd

Aan consumenten is gevraagd hun ervaring met verzekeraar(s) in het afgelopen jaar te vergelijken met voorgaande jaren. Veel aspecten worden in 2019 door consumenten positiever ervaren dan voorgaande jaren: o.a. het vinden van informatie op de website, de begrijpelijkheid van brieven en het overstappen naar een andere verzekeraar.

Wat is volgens consumenten verbeterd t.o.v. voorgaande jaren? (Q55, % respondenten mee eens, n=1.014).





7. Claimen

51

7. Claimen

Consumenten in 2019 positiever over claimafhandeling en duidelijkheid uitkering levensverzekering

In 2009 tot en met 2019 zijn aan consumenten stellingen voorgelegd over claimafhandeling. De antwoorden op deze stellingen zijn weergegeven in de grafiek op de volgende pagina. De verschillende aspecten die zijn voorgelegd worden in 2019 positiever beoordeeld:

- Het vertrouwen in een goede afwikkeling door de verzekeraar blijft groot en is ook toegenomen ten opzichte van vorig jaar. In 2019 heeft 72% van de consumenten vertrouwen in een goede afwikkeling van een ingediende schadeclaim door de verzekeraar, 8% heeft dat niet. Het saldo in 2019 komt hiermee op 64 (zie grafiek volgende pagina, saldo vertrouwen minus geen vertrouwen = 64). In 2018 was het saldo 58.
- In 2019 zijn er duidelijk meer consumenten die een beter beeld hebben van het bedrag dat zij ontvangen wanneer hun levensverzekering tot uitkering komt. Het saldo neemt tussen 2018 en 2019 toe van 13 naar 23.
- In 2019 is er weer sprake van een lichte toename van het aandeel consumenten dat denkt dat een eventuele schadeclaim volledig vergoed wordt. Tussen 2015 en 2018 neemt dit aandeel consumenten af.
- Eveneens neemt in 2019 het aandeel consumenten dat denkt dat een eventuele schade door de polis is gedekt toe ten opzichte van 2018.

52

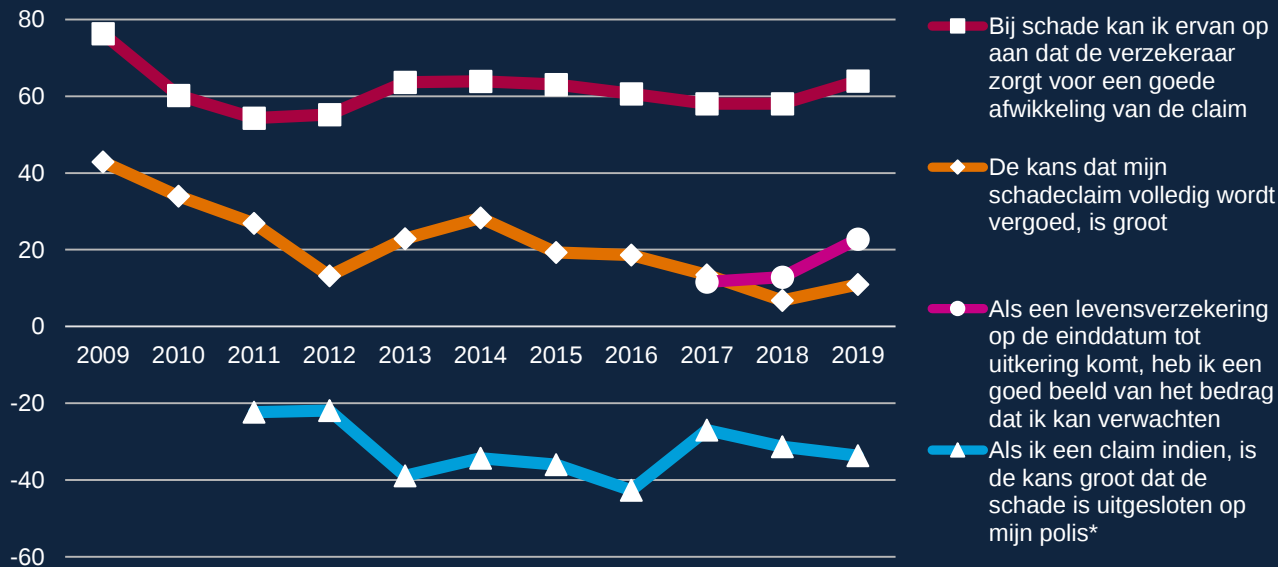




7. Claimen

Consumenten in 2019 positiever over claimafhandeling en **duidelijkheid uitkering levensverzekering**

Stellingen over claimafhandeling weergegeven in saldi: % (helemaal) mee eens minus % (helemaal) mee oneens (Q43, n=1.014)



*leeswijzer: Een negatief saldo is in dit geval juist gunstig omdat dan meer consumenten denken dat een eventuele schade niet is uitgesloten op hun polis.

7. Claimen

Consument heeft vertrouwen in het **nakomen van afspraken** door verzekeraar na indienen claim

Bij het indienen van een claim krijgen consumenten te maken met verschillende gedragsaspecten van de verzekeraar. Het vertrouwen van consumenten op deze aspecten is hieronder middels een rapportcijfer weergegeven. Consumenten hebben er vooral vertrouwen in dat de verzekeraar zijn afspraken nakomt. Voor het inlevingsvermogen van de verzekeraar geven zij een lager rapportcijfer. De rapportcijfers zijn nagenoeg gelijk aan die in 2017.

*Aspecten waar consumenten mee te maken krijgen na het indien van een claim.
Rapportcijfers voor de mate van vertrouwen in verzekeraars op deze aspecten (Q45, n=1.014)*

2017 2018 2019



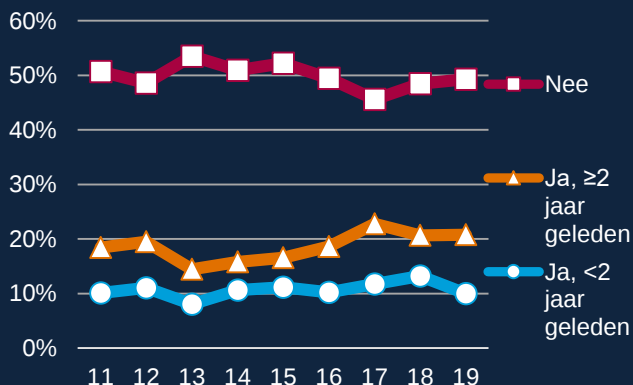
CLAIM

7. Claimen

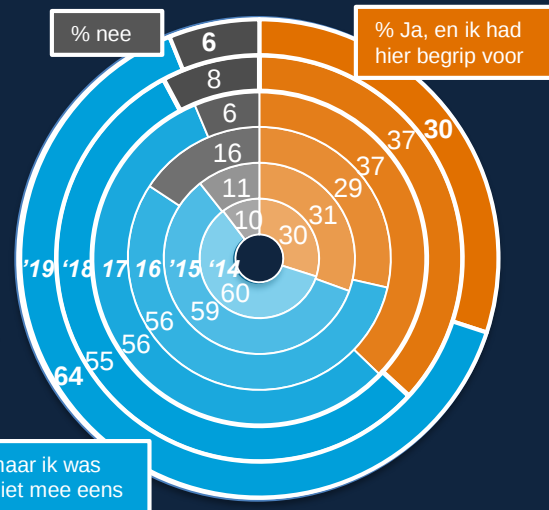
Bijna alle consumenten worden geïnformeerd waarom een claim wordt afgewezen

In 2019 zegt 94% van de consumenten dat de verzekeraar heeft aangegeven waarom een schadeclaim niet (volledig) vergoed werd. Het aandeel geïnformeerde consumenten is in de jaren 2017-2019 duidelijk hoger dan in de jaren 2014-2016. In 2019 lijken consumenten het minder vaak eens te zijn met een afwijzing van een claim. Echter vanwege het kleine aantal respondenten dat deze vraag heeft beantwoord, kan niet worden aangetoond dat het om een significant verschil gaat. Wanneer deze trend doorzet kunnen hier pas conclusies aan verbonden worden.

Is bij u wel eens een schadeclaim niet (volledig) uitgekeerd? (Q46, % respondenten, n=1.014)



Heeft de verzekeraar aangegeven waarom niet? (Q47, % respondenten, n=101)



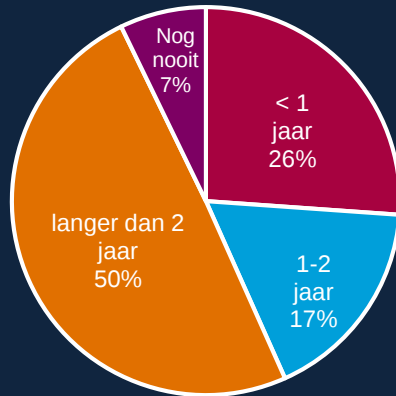
7. Claimen

Schadeclaims betreffen het vaakst een **auto-** of **inboedelverzekering**

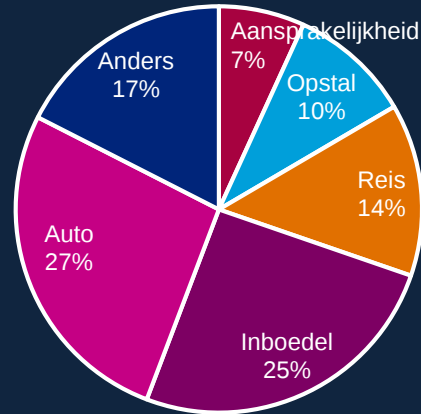
Ongeveer een kwart van de consumenten heeft het afgelopen jaar een claim ingediend bij een schade-, levens- of inkomensverzekeraar. Voor bijna de helft van de consumenten is dat langer dan 2 jaar geleden. De meeste claims betreffen een autoverzekering en een inboedelverzekering.

De laatste ingediende claim bij een schade-, levens- of inkomensverzekeraar:

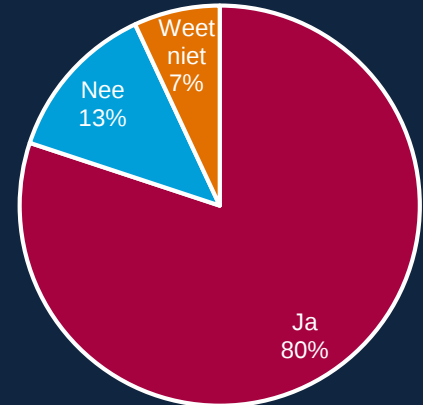
Hoe lang geleden?
(Q48, %, n=1.014)



Soort verzekering
(Q50, %, n=797)



Claim toegekend?
(Q49, %, n=797)



7. Claimen

Tevreden over gemak indienen claim, iets minder tevreden over medeleven door verzekeraar

Aan consumenten is gevraagd de afhandeling te beoordelen van de laatste claim die zij hebben ingediend bij een **schade-, levens- of inkomensverzekeraar**. Het gaat dus niet om een ziektekostenverzekering. Niet geheel verwonderlijk zijn consumenten vaker tevreden indien zij de claim uitbetaald hebben gekregen dan wanneer zij dat niet kregen. Een duidelijke meerderheid (83%) van alle consumenten vindt het gemakkelijk om een claim in te dienen. Minder vaak zijn zij tevreden over het medeleven van de verzekeraar, het op de hoogte gehouden worden en de tijd die het duurde voordat zij wisten dat er uitgekeerd werd.

Kunt u aangeven hoe tevreden u bij de laatste claim (bij uw schade-, levens, of inkomensverzekeraar) was over de volgende aspecten? (Q51, % respondenten, n=797)



57

CLAIM

- Uit bovenstaande lijkt naar voren te komen dat zij de snelheid van de claimbehandeling door een schade-, levens- of inkomensverzekeraar belangrijk vinden.
- Naast de snelheid zijn volgens een aantal consumenten het contact, de duidelijkheid en de communicatie voor verbetering vatbaar.

Kunt u met concrete voorbeelden aangeven wat u het **beste** en het **slechtste** vond gaan bij de behandeling van de claim door de verzekeraar? (Q52, % respondenten, n=836)





9. Bijlagen



Onderzoeksverantwoording

De vragenlijst van de Consumentenmonitor is samengesteld door het CVS (Centrum voor Verzekeringsstatistiek) in opdracht van het programma Klantbelang en Reputatie.

Het veldwerk heeft plaatsgevonden in de periode 12 juni tot en met 26 juni 2018. De interviews hebben plaatsgevonden via een hybride opzet. De interviews zijn deels via de CAWI-methode (Computer Assisted Web Interviewing) en deels via de CATI-methode (Computer Assisted Telephonic Interviewing) afgenomen. De verhouding tussen de twee methodes ligt op 70% - 30%.

Bij dit onderzoek is een personensteekproef, in de leeftijd van 18 jaar en ouder, gebruikt. De bruto steekproef is representatief opgebouwd naar de kenmerken leeftijd X geslacht, opleiding en district. De steekproef is getrokken uit het GfK consumentenpanel van onderzoeksbureau Ipsos. Dit is een landelijk representatief panel, bestaande uit circa 90.000 huishoudens die zich bereid hebben verklaard om op regelmatige basis aan verschillende typen onderzoek mee te doen. Er is een overall respons gerealiseerd van 40%.

De netto steekproefstructuur is gecorrigeerd voor optredende non-respons (herweging). Hiertoe is gebruik gemaakt van een iteratieve weegprocedure. De populatiegegevens zijn ontleend aan de Gouden Standaard. Onderdeel van de weegprocedure is het projecteren naar de omvang van de onderzochte populatie. De resultaten geven hierdoor altijd direct de situatie in Nederland weer (binnen de onderzochte doelgroep).

Vragenlijst (1/13)

Dit onderzoek gaat over verzekeraars en verzekeringen. Onder verzekeraars en verzekeringen worden alle verzekeraars en verzekeringen op het gebied van schade, leven, hypotheek, zorgverzekeringen en pensioenen verstaan. Indien in de vragen over 'verzekeraars' of 'verzekeringen' wordt gesproken, heeft dit altijd betrekking op alle soorten verzekeringen of verzekeraars, tenzij wordt aangegeven dat dit niet het geval is.

Q1 Sommige mensen hebben een positief gevoel bij verzekeraars. Ze vinden dat verzekeraars hen helpen omgaan met risico's. Andere mensen hebben juist een negatief gevoel bij verzekeraars. Ze vinden dat verzekeraars niet thuis geven als er moet worden uitgekeerd en alleen premie willen innen.

Welk gevoel heeft bij u de overhand?

1. Positief
2. Negatief
3. Weet niet

Q2 Hieronder staan enkele bedrijfstakken genoemd. Kunt u voor elke bedrijfstak aangeven wat uw algemene indruk is van de bedrijven die binnen de sector werkzaam zijn?

U kunt uw mening uitdrukken in een rapportcijfer van 0 (zeer negatief) tot en met 10 (zeer positief).

1. Financieel adviseur (tussenpersoon)
2. Banken
3. Pensioenfondsen
4. Verzekeringsmaatschappijen
5. Overheid

Q3 Is uw mening over verzekeraars het afgelopen jaar verbeterd, verslechterd of gelijk gebleven?

1. Verbeterd
2. Verslechterd
3. Gelijk gebleven

If Q3 = 1

Q4 Wat is de belangrijkste reden dat uw mening over verzekeraars is verbeterd?

1. Premie is niet verhoogd/gedaald
2. Goede afhandeling van een claim
3. Deskundig advies van verzekeraar
4. Duidelijke informatie van de verzekeraar ontvangen
5. Betere bereikbaarheid van de verzekeraar
6. De verzekeraar geeft mij meer het gevoel van zekerheid
7. Product aangeschaft dat beter aansluit op mijn behoefte
8. Ervaringen van familie/vrienden/kennissen
9. Positieve berichtgeving over verzekeraars in de media
10. Anders, namelijk...
11. Weet niet

Vragenlijst 2/13

If Q3 = 2

Q5 Wat is de belangrijkste reden dat uw mening over verzekeraars is verslechterd?

1. Premie verhogingen
2. Afgewezen claim
3. Geen juist advies gekregen van de verzekeraar
4. Onduidelijke informatie van de verzekeraar ontvangen
5. Verslechterde bereikbaarheid van de verzekeraar
6. Product aangeschaft dat minder goed aansluit op mijn behoefte
7. Ervaringen van familie/vrienden/kennissen
8. Negatieve berichtgeving over verzekeraars in de media
9. Anders, namelijk ...
10. Weet niet

Q6 Als u aan verzekeraars denkt, welke kenmerken vindt u het meest belangrijk dat verzekeraars deze naleven?

Maximaal 3 antwoorden mogelijk

1. Snelle afhandeling van claims
2. Goed inzicht in de voorwaarden en kosten van producten
3. Goede informatievoorziening bij aanschaf product of claim
4. Goede telefonische bereikbaarheid
5. Begrijpelijk taalgebruik in de polis, brieven en op de website
6. Duidelijkheid over wat wel of niet gedekt is op de polis
7. Snelle afhandeling van klachten
8. Mijn belangen staan op de eerste plaats
9. Duidelijkheid over eigen risico of eigen bijdrage
10. Goede prijs/kwaliteit verhouding
11. Medewerkers zijn behulpzaam
12. Medewerkers zijn deskundig

13. Nakomen van gemaakte afspraken

14. Anders, namelijk ...

15. Weet niet / geen mening

Q7 Welke kenmerken zouden verzekeraars volgens u moeten verbeteren?

Maximaal 3 antwoorden mogelijk

1. Snelle afhandeling van claims
2. Goed inzicht in de voorwaarden en kosten van producten
3. Goede informatievoorziening bij aanschaf product of claim
4. Goede telefonische bereikbaarheid
5. Begrijpelijk taalgebruik in de polis, brieven en op de website
6. Duidelijkheid over wat wel of niet gedekt is op de polis
7. Snelle afhandeling van klachten
8. Mijn belangen staan op de eerste plaats
9. Duidelijkheid over eigen risico of eigen bijdrage
10. Goede prijs/kwaliteit verhouding
11. Medewerkers zijn behulpzaam
12. Medewerkers zijn deskundig
13. Nakomen van gemaakte afspraken
14. Anders, namelijk ...
15. Weet niet / geen mening

Q8 U gaf in de vorige vraag aan dat verzekeraars <antwoord Q7> zouden moeten verbeteren. Kunt u aangeven wat verzekeraars precies zouden moeten veranderen?



Vragenlijst 3/13

Q9 Kunt u aangeven in hoeverre u het met de volgende stellingen eens of oneens bent?

1. Helemaal mee eens 2. Mee eens 3. Niet mee eens, niet mee oneens 4. Mee oneens 5. Helemaal mee oneens 6. Weet niet / niet van toepassing

1. Ik heb voldoende financiële zekerheid in mijn leven
2. Het is nu de ideale tijd om een (nieuwe) woning te kopen
3. Ik maak me zorgen over mijn spaargeld door de huidige economische situatie
4. Ik maak me zorgen over mijn verzekeringen door de huidige economische situatie
5. Ik maak me zorgen over mijn pensioen door de huidige economische situatie
6. Ik maak me zorgen over de waarde van mijn woning door de huidige economische situatie
7. Ik maak me zorgen over mijn baan door de huidige economische situatie
8. Ik maak me zorgen over mijn gezondheid door de huidige economische situatie
9. Ik maak me zorgen over mijn gezin door de huidige economische situatie

Q10 U gaf in de vorige vraag aan dat u zich <wel/geen antwoord Q9> zorgen maakt over uw verzekeringen door de huidige economische situatie. Kunt u aangeven waar u zich precies zorgen over maakt / waarom u zich geen zorgen maakt over uw verzekeringen?

Q11 Welke van onderstaande elementen bepalen voor u het gevoel van zekerheid bij een verzekeraar?

Meerdere antwoorden mogelijk

1. De naamsbekendheid van de verzekeraar
2. Een hoge premie
3. Een uitgebreide dekking
4. Het advies van de (onafhankelijk) adviseur
5. Het advies van de verzekeraar
6. Ervaringen van vrienden/familie/kennissen
7. Eigen ervaringen met de verzekeraar
8. Anders, namelijk...
9. Weet niet

Q12 Bent u in de afgelopen 12 maanden overgestapt van verzekeraar?

1. Ja
2. Nee
3. Weet niet

Vragenlijst 4/13

If Q12 = 1

Q13 Voor welke verzekering bent u in de afgelopen 12 maanden overgestapt naar een andere verzekeraar?

Indien u het afgelopen jaar meer dan 1 keer bent overgestapt van verzekeraar, gaat u dan uit van de meest recente overstap.

1. Autoverzekering
2. Opstalverzekering
3. Inboedelverzekering
4. Reisverzekering
5. Aansprakelijkheidsverzekering
6. Rechtsbijstandverzekering
7. Ziektekostenverzekering
8. Arbeidsongeschiktheidsverzekering
9. Overlijdensrisicoverzekering
10. Uitvaartverzekering
11. Ongevallenverzekering
12. Andere verzekering(en), namelijk ...
13. Weet niet

Q14 Waarom bent u overgestapt van verzekeraar voor uw <antwoord Q13>?

If Q12 = 2

Q15 Wat heeft ervoor gezorgd dat u bij dezelfde verzekeraar(s) bent gebleven?

Q16 Hoe heeft u uw nieuwe <antwoord Q13> afgesloten?

1. Via een (onafhankelijk) adviseur
2. Bij een bank
3. Rechtstreeks bij een verzekeraar
4. Via een vergelijkingssite (bijv. independenr.nl, verzekeringssite.nl)
5. Anders, namelijk ...
6. Weet niet

Q17 Hoe heeft u zich georiënteerd voor het afsluiten van uw nieuwe <antwoord Q13>?

Meerdere antwoorden mogelijk

1. Ik heb advies gevraagd bij vrienden/familie/kennissen
2. Ik heb advies gevraagd bij een (onafhankelijk) adviseur
3. Ik heb zelf informatie bij de verzekeraar opgezocht (bijv. via de website)
4. Ik heb (persoonlijk) contact opgenomen met de verzekeraar voor informatie
5. Ik heb gebruik gemaakt van vergelijkingssite(s) (bijv. independenr.nl, verzekeringssite.nl)
6. Anders, namelijk ...
7. Weet niet

Q18 Twee jaar geleden is de Verzekeringskaart geïntroduceerd. Dit is een kaart waarop u in één oogopslag ziet wat de belangrijkste kenmerken zijn van een verzekering en wat wel en niet gedekt is op de polis. Heeft u wel eens gehoord van de Verzekeringskaart?

1. Ja
2. Nee
3. Weet niet



Vragenlijst 5/13

If Q18 = 1

Q19 Heeft u wel eens gebruik gemaakt van een Verzekeringskaart?

Meerdere antwoorden mogelijk

1. Ja, om verzekeringen van verschillende aanbieders met elkaar te vergelijken
2. Ja, bij het afsluiten van een verzekering te oriënteren wat wel en niet verzekerd is
3. Ja, voor mijn eigen verzekering(en) te controleren wat wel en niet verzekerd is
4. Nee
5. Weet niet

If Q19 = 1, 2, of 3

Q20 Kunt u aangeven in hoeverre u het met de volgende stellingen eens of oneens bent?

1. Helemaal mee eens 2. Mee eens 3. Niet mee eens, niet mee oneens 4. Mee oneens 5. Helemaal mee oneens 6. Weet niet

1. De Verzekeringskaart was makkelijk vindbaar op de website van de verzekeraar
2. De Verzekeringskaart helpt bij het vergelijken van verschillende verzekeraars
3. De Verzekeringskaart geeft duidelijk inzicht in wat wel en niet verzekerd is
4. De informatie op de Verzekeringskaart is begrijpelijk
5. De informatie op de Verzekeringskaart is overzichtelijk weergegeven

Q21 Hoe goed bent u op de hoogte van welke verschillende verzekeringen u allemaal heeft?

1. Heel goed
2. Goed
3. Matig
4. Slecht
5. Heel slecht
6. Weet niet

Q22 Hoe goed bent u op de hoogte van polisvoorwaarden van uw verzekeringen in het algemeen?

1. Heel goed
2. Goed
3. Matig
4. Slecht
5. Heel slecht
6. Weet niet

Q23 Hoe bewaart u de polissen van uw verzekeringen vooral?

1. Thuis op papier
2. Mijn (onafhankelijk) adviseur bewaart deze
3. Ik heb (vrijwel) alles zelf digitaal opgeslagen
4. Ik benader (vrijwel) alles via de online portal bij mijn verzekeraar
5. Anders, namelijk ...
7. Weet niet



Vragenlijst 6/13

Q24 In 2016 is de website www.VerzekeraarsInBeeld.nl gelanceerd. Op deze website kunt u gemakkelijk scores terugvinden die klanten aan hun verzekeraar hebben gegeven. Kent u de website www.VerzekeraarsInBeeld.nl?

1. Ja, maar ik heb de website nog nooit bezocht
2. Ja, en ik heb de website ook wel eens bezocht
3. Nee
4. Weet niet

Q25 Hoe vaak controleert u of er wijzigingen in uw verzekeringen nodig zijn?

1. Meerdere keren per jaar
2. Eén keer per jaar
3. Eén keer per twee jaar
4. Minder vaak dan één keer per jaar
5. Nooit
6. Weet niet

If Q25 = 1,2,3,4 of 6

Q61 Wat is doorgaans het moment waarop u kijkt of er wijzigingen nodig zijn?

Meerdere antwoorden mogelijk

1. Bij het indienen van een claim of het aanvragen van een uitkering
2. Ik doe dat onregelmatig, als het toevallig zo uitkomt
3. Ik doe dat wanneer een verzekering verlengd wordt
4. Ik heb daar jaarlijkse andere vaste momenten voor
5. Ik doe dat op het moment dat mijn situatie gewijzigd is
6. Anders, namelijk ...
7. Weet niet / geen mening

If Q25 = 1, 2, 3, 4, of 6

Q62/27 Wat bekijkt of controleert u dan?

If Q25= 1, 2, 3, 4, of 6

Q28 Wat heeft u naar aanleiding van het bekijken en controleren van uw verzekeringen gedaan?

Q29 Heeft u uw verzekeringen direct bij de verzekeraar afgesloten of via een onafhankelijk adviseur?

1. Onafhankelijk adviseur
2. Rechtstreeks bij een verzekeraar
3. Beide
4. Weet niet

If Q29 = 1 of 3

Q30 Hoe vaak wordt u gemiddeld benaderd door uw onafhankelijke adviseur om te kijken of er wijzigingen nodig zijn in uw verzekeringen?

1. Meerdere keren per jaar
2. Eén keer per jaar
3. Eén keer per twee jaar
4. Minder vaak dan één keer per jaar
5. Nooit
6. Weet niet

Vragenlijst 7/13

If Q29 = 2 of 3

Q31 Hoe vaak wordt u gemiddeld benaderd door uw verzekeraar om te kijken of er wijzigingen nodig zijn in uw verzekeringen?

1. Meerdere keren per jaar
2. Eén keer per jaar
3. Eén keer per twee jaar
4. Minder vaak dan één keer per jaar
5. Nooit
6. Weet niet

If Q29 = 4

Q32 Hoe vaak wordt u gemiddeld benaderd door uw verzekeraar of adviseur om te kijken of er wijzigingen nodig zijn in uw verzekeringen?

1. Meerdere keren per jaar
2. Eén keer per jaar
3. Eén keer per twee jaar
4. Minder vaak dan één keer per jaar
5. Nooit
6. Weet niet

Q33 Kunt u aangeven in hoeverre u het met de volgende stelling(en) eens of oneens bent?

1. Helemaal mee eens 2. Mee eens 3. Niet mee eens, niet mee oneens 4. Mee oneens 5. Helemaal mee oneens 6. Weet niet

1. Mijn verzekeraar of adviseur mag contact opnemen bij nieuws over mijn verzekeringen
2. Mijn verzekeraar of adviseur mag mij gerichte aanbiedingen doen

3. Mijn verzekeraar of adviseur moet contact met mij opnemen als het wijzigen van mijn verzekeringen mogelijk gunstig voor mij is

4. Mijn verzekeraar mag contact met mij opnemen als mijn omstandigheden zijn gewijzigd, bijvoorbeeld bij verhuizing of scheiding

5. Mijn verzekeraar of adviseur moet ieder jaar contact met mij opnemen om na te gaan of de verzekeringen nog bij mij passen

6. Ik zou het op prijs stellen al mijn verzekeraar of adviseur bij een verlenging van een verzekering op een rijtje wordt gezet wat de verzekering ook al weer inhoudt

7. Ik stel het op prijs als mijn verzekeraar of adviseur zich bezig houdt met preventie zodat ik minder kans heb op schade, ziekte of arbeidsongeschiktheid

8. Mijn verzekeraar of adviseur mag alleen contact met mij opnemen als het noodzakelijk is, bijvoorbeeld bij een claim of het verlengen van een verzekering

Q34 Zijn er nog andere situaties waarin u het op prijs zou stellen dat uw verzekeraar of adviseur contact opneemt?



Vragenlijst 8/13

Q35 Kunt u aangeven of de premie van een van uw schade-, inkomens- of levensverzekeringen in het afgelopen jaar is verhoogd?

Kies alstublieft de verzekering waarbij de premieverhoging het hoogste was.

1. Autoverzekering
2. Opstalverzekering
3. Inboedelverzekering
4. Reisverzekering
5. Aansprakelijkheidsverzekering
6. Rechtsbijstandverzekering
7. Arbeidsongeschiktheidsverzekering
8. Overlijdensrisicoverzekering
9. Uitvaartverzekering
10. Ongevallenverzekering
11. Andere verzekering(en), namelijk ...
12. Bij geen van mijn verzekeringen is de premie verhoogd
13. Weet niet

If35 = 1 t/m 11

Q36 U heeft aangegeven dat de premie van één van uw schade-, inkomens- of levensverzekeringen in het afgelopen jaar is verhoogd. Werd deze premie ...

1. Iets hoger (veranderde nauwelijks)
2. Hoger
3. Veel hoger
4. Weet niet

If Q35 = 1 t/m 11

Q37 Op welke manier bent u geïnformeerd over de wijziging in de premie/over de hoogte van de premie voor uw verzekering?

Meerdere antwoorden mogelijk

1. Via een brief
2. Via een e-mail
3. Telefonisch
4. Via een persoonlijk gesprek
5. Op geen enkele wijze
6. Ander, namelijk ...

If Q36 = 2 of 3

Q38 Heeft de verzekeraar of (onafhankelijk) adviseur toegelicht waarom de premieverhoging nodig was?

1. Ja
2. Nee
3. Weet niet

If Q38 = 1

Q39 Kunt u aangeven in hoeverre u het met de volgende stelling eens of oneens bent?

'De toelichting van de verzekeraar of adviseur over de reden van de premieverhoging was duidelijk'.

1. Helemaal mee eens
2. Mee eens
3. Niet mee eens, niet mee oneens
4. Mee oneens
5. Helemaal mee oneens
6. Weet niet

Vragenlijst 9/13

If Q39= 4 of 5

Q40 Kunt u uw antwoord toelichten?

If Q35 = 1 t/m 11

Q41 Kunt u aangeven in hoeverre u het met de volgende stelling eens of oneens bent?

‘Ik had begrip voor de premieverhoging’.

1. Helemaal mee eens
2. Mee eens
3. Niet mee eens, niet mee oneens
4. Mee oneens
5. Helemaal mee oneens
6. Weet niet

If Q41 = 1 t/m 5

Q42 Kunt u uw antwoord toelichten?

Q43 Kunt u aangeven in hoeverre u het met de volgende stellingen eens of oneens bent?

*1. Helemaal mee eens 2. Mee eens 3. Niet mee eens, niet mee oneens
4. Mee oneens 5. Helemaal mee oneens 6. Weet niet*

1. Als ik schade heb geleden, kan ik ervan op aan dat de verzekeraar zorgt voor een goede afwikkeling van de claim
2. Als ik een claim indien, is de kans groot dat de schade is uitgesloten op mijn polis
3. De kans dat mijn schadeclaim volledig wordt vergoed, is groot
4. Als een levensverzekering (bijv. een lijfrentepolis of een spaarverzekering) op de einddatum tot uitkering komt, heb ik een goed beeld van het bedrag dat ik kan verwachten

If Q43_2 = 1 of 2 of 4 of 5

Q44 Waarom bent u het < if Q43_2 = 1 of 2 :eens > < if Q43_2 = 4 of 5 :oneens> met de stelling: ‘Als ik een claim indien, is de kans groot dat de schade is uitgesloten op mijn polis’?

Q45 Hieronder staan enkele voorbeelden van aspecten waar u mee te maken krijgt als u een claim indient bij een verzekeraar. Kunt u van elk aspect aangeven in welke mate u er vertrouwen in heeft dat de verzekeraar hier goed mee omgaat?

U kunt u mening uitdrukken in een rapportcijfer van 0 (heel weinig vertrouwen) tot en met 10 (heel veel vertrouwen).

1. De snelheid waarmee ik mijn uitkering ontvang of de schade wordt hersteld.
 2. De mate waarin de verzekeraar duidelijk is over het vervolgproces na het indienen van mijn claim
 3. De mate waarin de verzekeraar zich kan inleven in mijn persoonlijke situatie
- De mate waarin de verzekeraar de gemaakte afspraken nakomt

Q46 Is bij u wel eens een schadeclaim niet of niet volledig uitbetaald?

1. Ja, korter dan 2 jaar geleden
2. Ja, 2 jaar of langer geleden
3. Nee
4. Ik heb nog nooit een claim ingediend
5. Weet niet

Vragenlijst 10/13

If Q46 = 1

Q47 Heeft de verzekeraar aangegeven waarom uw schadeclaim niet (volledig) vergoed werd?

1. Ja, en ik had hier begrip voor
2. Ja, maar ik was het er niet mee eens
3. Nee
4. Weet niet

Q48 Hoe lang geleden heeft u voor de laatste keer een claim ingediend?

1. Korter dan 1 maand
2. 1 maand tot 6 maand
3. 6 maand tot 1 jaar
4. 1-2 jaar
5. Langer dan 2 jaar
6. Ik heb nog nooit een claim ingediend
7. Weet niet

If Q48 = 1, 2, 3, 4, 5 of 7

Q49 Is deze claim toegekend?

1. Ja
2. Nee
3. Weet niet

If Q48 = 1, 2, 3, 4, 5 of 7

Q50 Voor welke verzekering was dat?

- Autoverzekering
2. Opstalverzekering
 3. Inboedelverzekering
 4. Reisverzekering
 5. Aansprakelijkheidsverzekering
 6. Rechtsbijstandverzekering
 7. Arbeidsongeschiktheidsverzekering
 8. Overlijdensrisicoverzekering
 9. Uitvaartverzekering
 10. Ongevallenverzekering
 11. Andere verzekering(en), namelijk ...
 12. Weet niet

If Q48 = 1, 2, 3, 4, 5 of 7

Q84/51 Kunt u aangeven hoe tevreden u bij deze laatste claim was over de volgende aspecten

1. *Zeer tevreden* 2. *tevreden* 3. *Niet tevreden / niet ontevreden*
4. *Ontevreden* 5. *Zeer ontevreden* 6. *Weet niet*

1. Het gemak waarmee de claim ingediend kon worden
2. De duidelijkheid over het vervolgproces
3. Het op de hoogte gehouden worden
4. Het nakomen van afspraken
5. Het meeleven van de medewerker van de verzekeraar
6. De tijd die het duurde voordat u wist dat de claim toegekend werd
7. De tijd die het duurde voordat de claim uitbetaald werd

Vragenlijst 11/13

If Q81 = 1, 2, 3, 4, 5 of 7

Q85/52 Kunt u met concrete voorbeelden aangeven wat u het beste en wat u het slechtste vond gaan bij de behandeling van de claim door de verzekeraar?

Q50/53 In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stelling: 'Ik heb het gevoel dat verzekeraars mijn belang voorop stellen'?

1. Helemaal mee eens
2. Mee eens
3. Niet mee eens, niet mee oneens
4. Mee oneens
5. Helemaal mee oneens
6. Weet niet

Q51/54 Wat vindt u de drie beste voorbeelden van het voorop stellen van uw belang door verzekeraars?
Maximaal 3 antwoorden mogelijk

1. Ingediende claims worden snel en goed afgehandeld
2. Goed inzicht in de voorwaarden en de kosten van producten
3. De verzekeraar hanteert een scherpe premie
4. De verzekeraar is altijd bereikbaar
5. De productinformatie/polisvoorwaarden zijn begrijpelijk
6. De productinformatie/polisvoorwaarden zijn makkelijk vindbaar
7. De verzekeraar biedt mij goed vergelijkbare producten aan
8. De website van de verzekeraar is duidelijk
9. De verzekeraar wijst mij actief op de voor mij interessante producten

10. De verzekeraar geeft mij heldere en eerlijke informatie

11. De verzekeraar geeft mij een gevoel van zekerheid

12. De verzekeraar handelt mijn klacht transparant en voortvarend af

Q52/55 Wanneer u uw eigen ervaringen met verzekeraar(s) van het afgelopen jaar vergelijkt met andere jaren, met welke uitspraken ben u het dan eens en met welke bent u het oneens?

1. Eens 2. Oneens 3. Geen mening 4. Geen ervaring

1. De brieven/mails die ik heb ontvangen, waren begrijpelijker
2. De telefoon werd sneller opgenomen
3. Ik werd vriendelijker te woord gestaan door mijn verzekeraar
4. Ik voelde mij persoonlijker en niet als nummer behandeld
5. Mijn vraag werd sneller beantwoord
6. Ik kan makkelijker informatie vinden over mijn verzekering op de website
7. De polisvoorwaarden zijn duidelijker
8. Mijn schade werd sneller afgehandeld
9. Mijn klacht werd sneller afgehandeld
10. Ik kreeg betere informatie van de verzekeraar
11. Ik kan makkelijker overstappen van verzekeraar

Vragenlijst 13/13

Q53/56 Wanneer u zelf contact opneemt met een verzekeraar, wat is dan het middel waar u de voorkeur aan geeft?

1. Telefoon
2. E-mail
3. Online chat
4. Twitter
5. Facebook
6. SMS
7. WhatsApp
8. Andere apps dan WhatsApp
9. Brief
10. Face-to-face gesprek
11. Anders, namelijk ...
12. Ik heb geen duidelijke voorkeur

Q54/57 En wanneer een verzekeraar contact met u opneemt, wat is dan het middel waar u de voorkeur aan geeft?

1. Telefoon
2. E-mail
3. Twitter
4. Facebook
5. SMS
6. WhatsApp
7. Andere apps dan WhatsApp
8. Brief
9. Face-to-face gesprek
10. Anders, namelijk ...
11. Ik heb geen duidelijke voorkeur

Q 86/58 Kunt u aangeven in hoeverre u het met de volgende stelling(en) eens of oneens bent?

1. Helemaal mee eens 2. Mee eens 3. Niet mee eens, niet mee oneens 4. Mee oneens 5. Helemaal mee oneens 6. Weet niet

1. Verzekeraars denken aan het belang van de klant
2. Verzekeraars stellen hun eigen belang voorop
3. Ik vind verzekeraars eerlijk
4. Verzekeraars zetten belangrijke zaken in de kleine lettertjes
5. Ik vertrouw erop dat verzekeraars altijd voldoende geld hebben om uit te keren
6. Verzekeraars willen alleen maar geld verdienen
7. Ik denk dat verzekeraars een onnodig hoge premie rekenen
8. Verzekeraars proberen onder het betalen van een claim uit te komen
9. Je moet zo veel mogelijk claimen om je premie terug te verdienen
10. Verzekeraars helpen klanten om risico's met elkaar te delen
11. Verzekeraars staan open om iedereen een verzekering aan te bieden