



VERBOND VAN VERZEKERAARS



# Consumentenmonitor 2020



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

[infocvs@verzekeraars.nl](mailto:infocvs@verzekeraars.nl)  
december 2020



# Inhoud

Samenvatting



04

Imago



08

Zekerheid



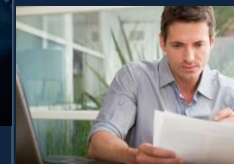
21

Loyaliteit



26

Informatie /  
Communicatie



32

Veranderingen



41

Claimen



46

IMVO



51

Onderzoeks-  
verantwoording



55

Vragenlijst



57



# Samenvatting

De Consumentenmonitor 2020 beschrijft de mening van Nederlandse consumenten van 18 jaar en ouder over de verzekeringssector (inclusief ziektekostenverzekeraars) en daaraan gerelateerde onderwerpen. In juni 2020 zijn 1.003 consumenten bevestigd. Het is de achttiende keer dat het Verbond van Verzekeraars de Consumentenmonitor uitbrengt. De Consumentenmonitor vormt een hulpmiddel bij het bepalen en evalueren van beleid in het kader van het programma Klantbelang en Reputatie. Voor u ligt de ledenversie, een vertrouwelijk document bestemd voor leden van het Verbond van Verzekeraars. Deze samenvatting geeft de belangrijkste conclusies uit ieder hoofdstuk van het rapport.

## **Mogelijk trendbreuk door coronacrisis en veranderde onderzoeksmethodiek**

De coronacrisis en een veranderde onderzoeksmethodiek leiden mogelijk tot een trendbreuk tussen de resultaten van 2020 en voorgaande jaren. Conclusies op grond van de vergelijking tussen 2020 en voorgaande jaren moeten dus met voorzichtigheid getrokken worden, ongeacht wat consumenten aangeven bij de vraag of de coronacrisis invloed heeft gehad op hun oordeel over verzekeraars.

In 2020 zijn voor de eerste keer alle vragenlijsten online afgenomen. Voorgaande jaren werd 70% van de interviews online en 30% van de interviews telefonisch afgenomen. Omdat steeds meer consumenten internet tot hun beschikking hebben is in 2020 gekozen om alle respondenten de vragen online voor te leggen. De veranderde methodiek kan echter een trendbreuk tot gevolg hebben. Om meer zekerheid te hebben of er zich daadwerkelijk verschillen tussen 2020 en voorgaande jaren voordoen, is nagegaan of in 2019 en eerder bij de desbetreffende vragen verschillen te zien waren tussen de online en telefonisch ingevulde vragenlijsten. Hiermee rekening houdend zijn in dit rapport uitspraken gedaan over overeenkomsten of verschillen tussen 2020 en de jaren ervoor.



# Samenvatting



## Imago

- 90% van de consumenten zegt dat de coronacrisis hun mening over verzekeraars niet heeft veranderd. Een bijna even groot deel (86%) geeft aan dat hun mening over verzekeraars in het afgelopen jaar ook gelijk is gebleven als zij de coronacrisis buiten beschouwing laten.
- Om het beeld van consumenten over verzekeraars te peilen zijn dertien stellingen voorgelegd. Hieruit blijkt onder meer dat:
  - ✓ 59% van de consumenten denkt dat verzekeraars geen klanten willen verzekeren met een 'ingewikkeld' risico als een medisch verleden of betalingsachterstanden.
  - ✓ 63% erop vertrouwt dat verzekeraars altijd voldoende geld hebben om uit te keren.



## Zekerheid

- Net als voorgaande jaren bepaalt vooral de eigen ervaring het gevoel van zekerheid bij verzekeringen. Consumenten maken zich gezien de huidige economische situatie niet meer of minder zorgen over hun verzekeringen.
- Wel maken zij zich meer zorgen over hun gezin, gezondheid, baan en woningwaarde.



## Loyaliteit

- 14% van de consumenten is in het afgelopen jaar overgestapt naar een andere verzekeraar. Bij ongeveer 50% ging dat om een ziektekostenverzekering. Jongeren stappen vaker over naar een andere verzekeraar dan ouderen.
- Een nieuwe verzekering werd het meest afgesloten via de verzekeraar zelf. Bij schade en levensverzekeringen werd daarna het meest gebruik gemaakt van een adviseur.

# Samenvatting



## Informatie/communicatie

- Vooral websites van verzekeraars en vergelijkingssites zijn populair voor het zoeken van informatie over een nieuwe verzekering.
- De bekendheid en het gebruik van de Verzekeringskaart is in 2020 opnieuw gestegen. In 2020 kent 15% de Verzekeringskaart. Ook kennen meer consumenten (14%) de website VerzekeraarInBeeld.
- Wanneer consumenten zelf contact opnemen met een verzekeraar doen zij dit het liefst via de telefoon (52%). Dit aandeel is gedaald ten opzichte van 2019. De voorkeur voor e-mail is iets toegenomen. Wanneer de verzekeraar contact opneemt is er een voorkeur voor e-mail (49%), gevolgd door de telefoon (35%).
- Twee derde van de consumenten weet goed welke verzekeringen zij hebben. Het aandeel consumenten dat zegt goed op de hoogte te zijn van de poliswaarden is in 2020 licht toegenomen naar 38%.



## Veranderingen

- In 2020 staat het grootste deel (39%) van de consumenten neutraal tegenover de stelling dat verzekeraars het belang van de consument voorop stellen. Het aandeel dat het eens is met de stelling is tussen 2015 en 2020 toegenomen van 14 naar 20%.
- “Klantbelang vooropstellen” betekent voor consumenten vooral “ingediende claims snel en goed afhandelen”.
- De top 4 van verbeteringen van verzekeraars is net als voorgaande jaren: gemakkelijker informatie vinden op de website, brieven/e-mails zijn begrijpelijker, gemakkelijker overstappen en vriendelijker te woord worden gestaan. Het “vriendelijk te woord worden gestaan” ontwikkelt zich tussen 2018 en 2020 duidelijk positief.

# Samenvatting



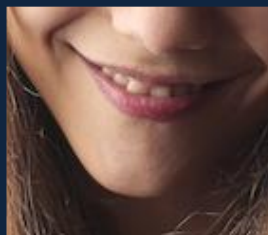
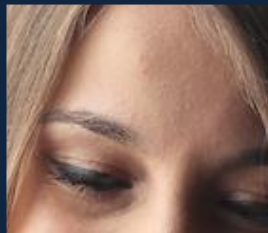
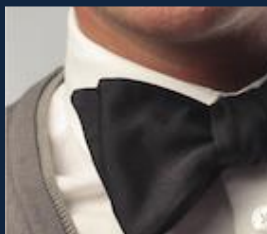
## Claimen

- De claimafhandeling door verzekeraars wordt door consumenten in 2020 minder positief beoordeeld dan in 2019.
- Zo geven consumenten voor het nakomen van afspraken door de verzekeraar in 2020 het rapportcijfer zes, in de periode 2017-2019 was dat een zeven.
- Hoewel vertrouwen in een goede afwikkeling van een claim door de verzekeraar groot blijft (66% heeft vertrouwen), is deze afgenomen ten opzichte van vorig jaar (72%).
- Daarnaast is het aandeel consumenten dat denkt dat een eventuele schade is uitgesloten op de polis toegenomen van 17% in 2019 naar 21% in 2020. Een groot deel van de consumenten (40%) heeft er ook in 2020 vertrouwen in dat een schade is gedekt. 39% staat hier neutraal tegenover.



## Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

- 60% van de consumenten vindt het belangrijk dat verzekeraars duurzaam beleggen. Een klein deel van de consumenten (19%) heeft het gevoel dat verzekeraars dat ook doen.
- Aan consumenten zijn de 17 Sustainable Development Goals van de VN voorgelegd. “Goede gezondheid en welzijn” en “betaalbare en duurzame energie” vinden zij de belangrijkste doelen bij duurzaam beleggen.



# 1. Imago





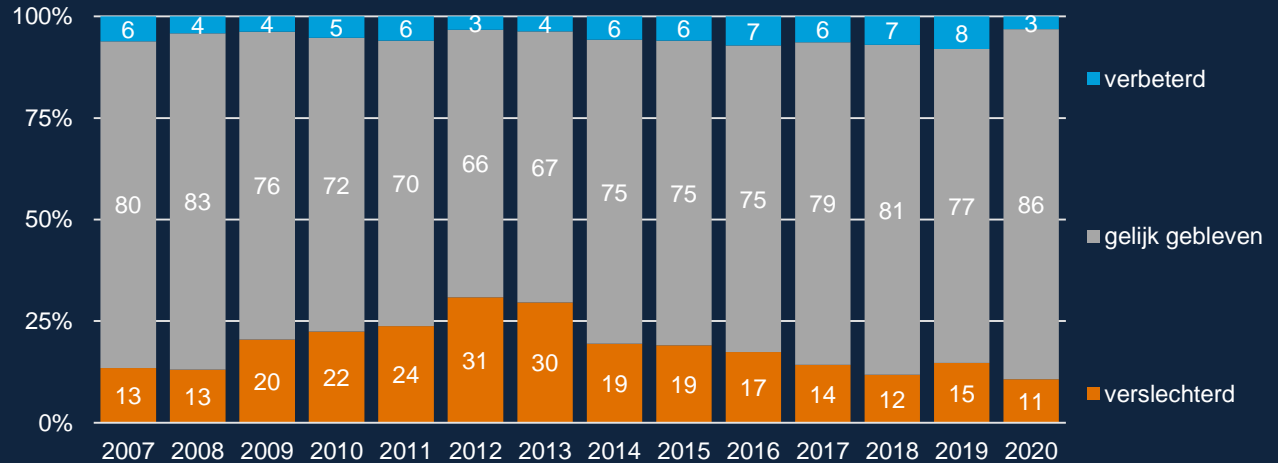
# 1. Imago

## Mening over verzekeraars van consumenten opvallend vaak gelijk gebleven

Het grootste deel van de consumenten (86%) geeft in 2020 aan dat hun mening over verzekeraars in het afgelopen jaar gelijk is gebleven als zij de coronacrisis buiten beschouwing laten. Dit aandeel is opvallend hoog in vergelijking met voorgaande jaren. 11% van de consumenten zegt in 2020 dat hun mening is verslechterd. 3% van de consumenten zegt dat hun mening is verbeterd.

In de periode 2009-2012 verslechterde het imago van verzekeraars. Van 2014 tot en met 2020 neemt het aandeel consumenten dat zegt dat hun mening over verzekeraars is verslechterd weer af.

*(Als u de impact van de coronacrisis buiten beschouwing laat), is uw mening over verzekeraars het afgelopen jaar verbeterd, verslechterd of gelijk gebleven? ? (Q5, n=1.003)*



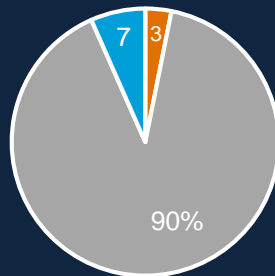


# 1. Imago

## De coronacrisis heeft weinig effect op de mening van consumenten over verzekeraars




90% van de consumenten geeft aan dat de coronacrisis hun oordeel over verzekeraars niet heeft veranderd.

*Nederland zit op dit moment midden in de coronacrisis. Heeft de huidige situatie uw oordeel over verzekeraars veranderd? (Q3, n=1.003)*



- Ja, mijn oordeel is positiever geworden
- Nee, dit heeft mijn oordeel niet veranderd
- Ja, mijn oordeel is negatiever geworden

*Kunt u uw antwoord toelichten?*

-  Verzekeraars helpen mensen/bedrijven en stellen zich coulant op. Premie omlaag gegaan.
-  Even positief of even negatief als voorheen. Geen contact met de verzekeraar gehad, geen verschil gemerkt.
-  Premies zijn omhoog gegaan/Premies gaan omhoog (m.n. de zorgverzekering wordt genoemd). Voorwaarden aangepast/minder gedekt/keren minder uit.

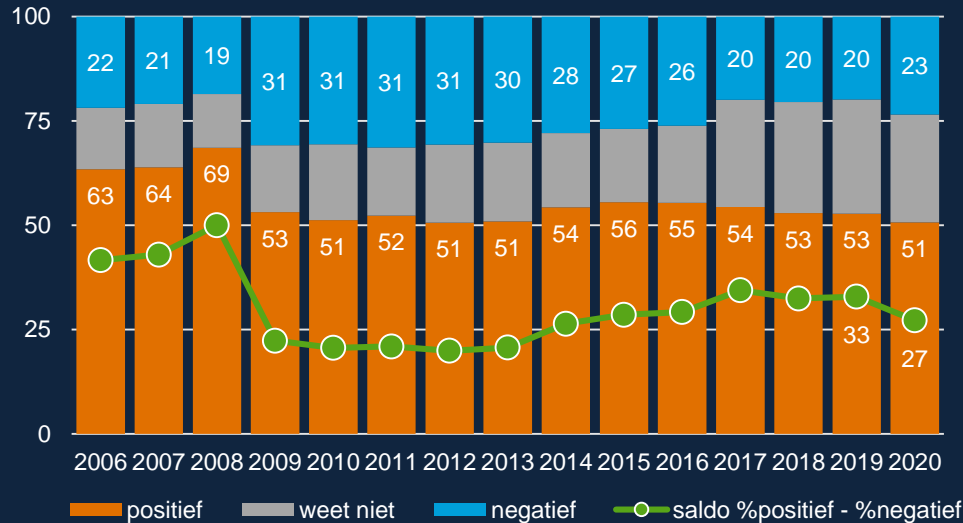


# 1. Imago

## Consumenten minder vaak **positief** gevoel over verzekeraars?

Ondanks dat 86% van de consumenten zegt dat hun mening over verzekeraars gelijk is gebleven en de coronacrisis weinig effect lijkt te hebben op de mening van de consument, hebben consumenten in 2020 toch iets minder vaak een positief gevoel over verzekeraars dan in 2019. In 2020 heeft 51% van de consumenten een positief gevoel bij verzekeraars, 23% een negatief gevoel en 26% weet het niet. Per saldo is het percentage positieve consumenten gedaald van 33 naar 27.

Welk gevoel over verzekeraars heeft bij u de overhand? (Q1, n=1.003)



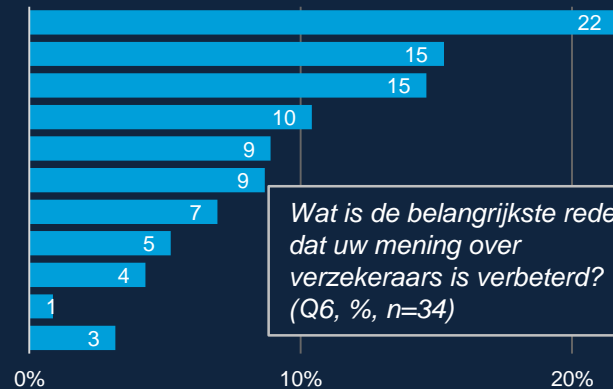
Mogelijk heeft de daling van het saldo in 2020 te maken met het volledig online invullen van de vragenlijsten in 2020. In 2019 waren respondenten die de vragenlijst online invulden namelijk negatiever (saldo 19) over verzekeraars dan respondenten die telefonisch antwoord gaven (saldo 42).



# 1. Imago

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

- |   |    |
|---|----|
| Goede afhandeling van een claim                               | 22 |
| Premie is niet verhoogd/gedaald                               | 15 |
| Product aangeschaft dat beter aansluit op mijn behoefte       | 15 |
| Ervaringen van familie/vrienden/kennissen                     | 10 |
| Positieve berichtgeving over verzekeraars in de media         | 9  |
| Deskundig advies van verzekeraar                              | 9  |
| Duidelijke informatie van de verzekeraar ontvangen            | 7  |
| De verzekeraar geeft mij meer het gevoel van zekerheid        | 5  |
| Betere bereikbaarheid van de verzekeraar                      | 4  |
| Anders  | 1  |
| Weet niet   | 3  |
|   |    |
| Premieverhogingen   | 29 |
| Afgewezen claim   | 15 |
| Onduidelijke informatie van de verzekeraar ontvangen          | 11 |
| Geen juist advies gekregen van de verzekeraar                 | 9  |
| Ervaringen van familie/vrienden/kennissen                     | 8  |
| Negatieve berichtgeving over verzekeraars in de media         | 5  |
| Verslechterde bereikbaarheid van de verzekeraar               | 5  |
| Product aangeschaft dat minder goed aansluit op mijn behoefte | 3  |
| Anders  | 16 |



12

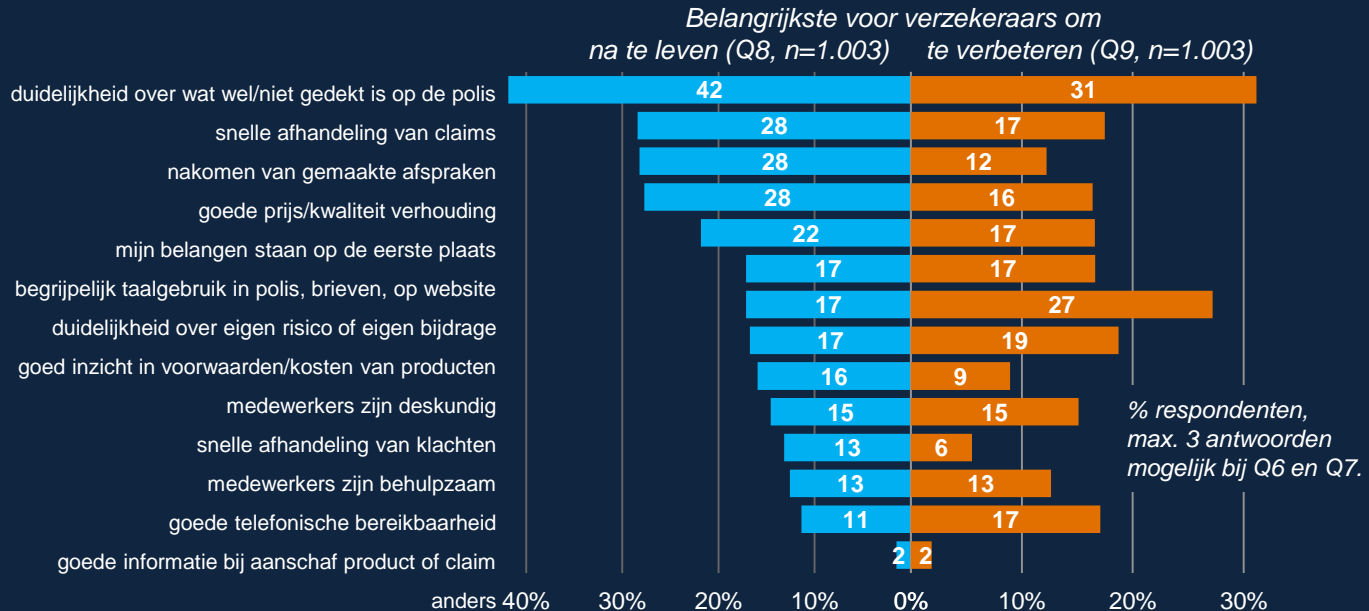




# 1. Imago

“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**.

Ook in 2019 vonden consumenten dit het belangrijkste verbeterpunt en punt om na te leven.





# 1. Imago

Duidelijkere polisvoorwaarden en duidelijker taalgebruik zijn het belangrijkste voor verzekeraars om te verbeteren



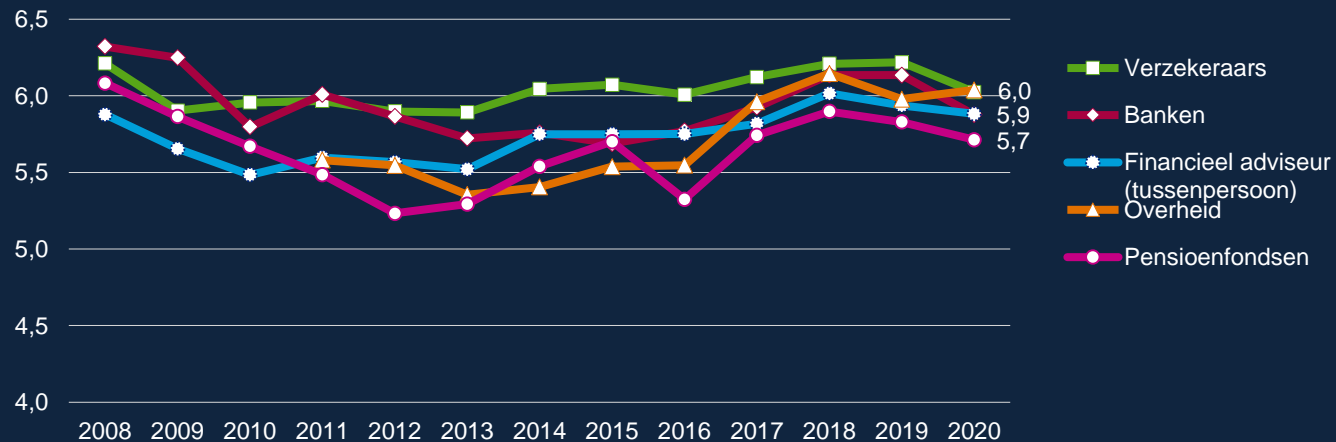


# 1. Imago

## Rapportcijfer voor verzekeraars stabiel

Verzekeraars krijgen in 2020 van consumenten een 6,0 als rapportcijfer. Vorig jaar was dat onder de respondenten die de vragenlijst online invulden een 6,1 en onder de telefonische vragenlijsten een 6,4 en gemiddeld een 6,2. Ook het rapportcijfer voor banken (5,9), pensioenfondsen (5,7), financieel adviseurs (5,9), de overheid (6,0) is in 2020 nagenoeg gelijk aan dat in 2019.

Gemiddeld rapportcijfer per bedrijfstak (Q2, n=1.003)





# 1. Imago

## Meerderheid consumenten denkt dat verzekeraars geen klanten willen verzekeren met een 'ingewikkeld' risico

Om te peilen welk beeld consumenten hebben van verzekeraars zijn dertien stellingen voorgelegd. De grafiek op de volgende pagina laat de acht stellingen zien waar consumenten het vaak mee eens zijn.

Hieruit blijkt onder meer dat:

- 59% denkt dat verzekeraars geen klanten willen verzekeren met een 'ingewikkeld' risico zoals een medisch verleden, betalingsachterstanden, klanten die veel hebben geclaimd, of ondernemers in minder gangbare markten.
- 63% van de consumenten erop vertrouwt dat verzekeraars altijd voldoende geld hebben om uit te keren.

Verder zijn de meeste consumenten het eens met de volgende stellingen:

- Verzekeraars zetten belangrijke zaken in de kleine lettertjes.
- Verzekeraars stellen hun eigen belang voorop.
- Verzekeraars willen alleen maar geld verdienen.
- Ik denk dat verzekeraars een onnodig hoge premie rekenen.
- Verzekeraars proberen onder het betalen van een claim uit te komen.
- Verzekeraars staan open om iedereen een verzekering aan te bieden.

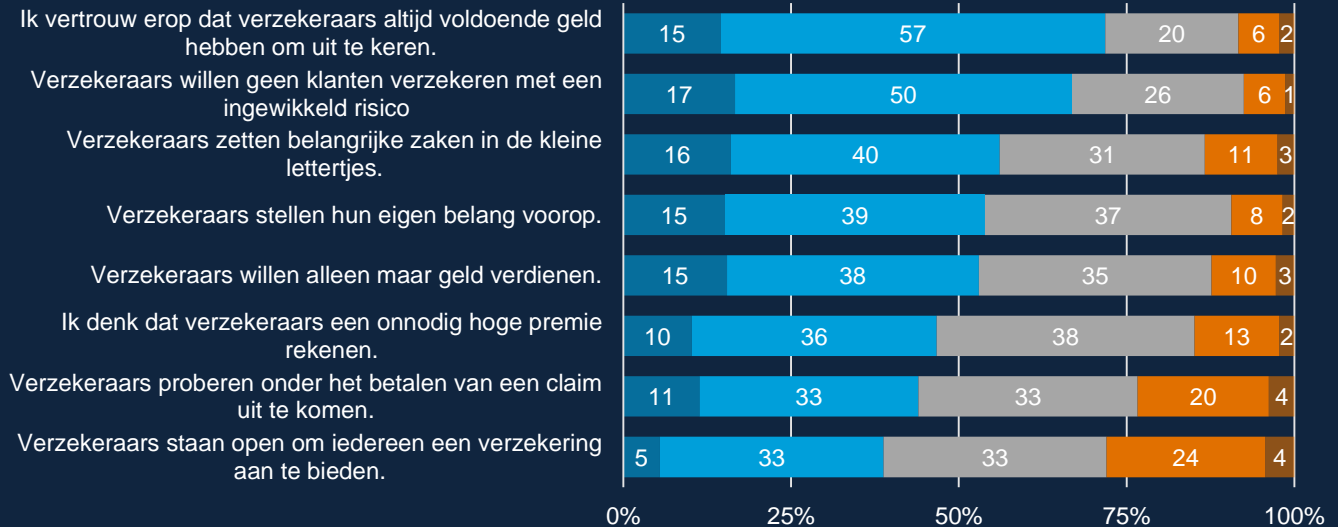




# 1. Imago

## Stellingen over verzekeraars waar veel consumenten het (helemaal) mee eens zijn

Kunt u aangeven in hoeverre u het met de volgende stellingen eens of oneens bent (Q37, n=1.003)



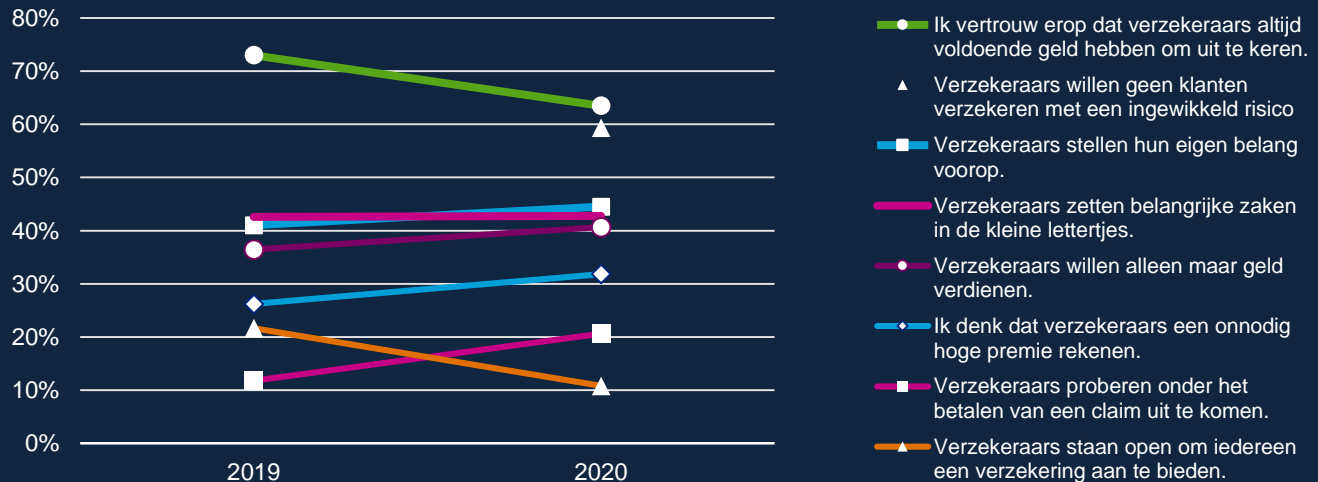


# 1. Imago

## Stellingen over verzekeraars waar veel consumenten het mee eens zijn 2019-2020

De antwoorden op de stellingen zijn in onderstaande grafiek weergegeven in saldi. Hieruit blijkt dat in 2020 minder consumenten het eens zijn met de stelling “Verzekeraars staan open om iedereen een verzekering aan te bieden”. Voor de overige stellingen zijn de verschillen relatief klein of kan vanwege de veranderde onderzoeksmethodiek niet met zekerheid worden vastgesteld dat de verschillen significant zijn.

*Kunt u aangeven in hoeverre u het met de volgende stellingen eens of oneens bent (Q37, n=1.003)  
Resultaten uitgedrukt in saldi: % (helemaal) mee eens – % (helemaal) mee oneens.*





# 1. Imago

## Consumenten eens noch oneens met stelling 'Ik vind verzekeraars eerlijk'

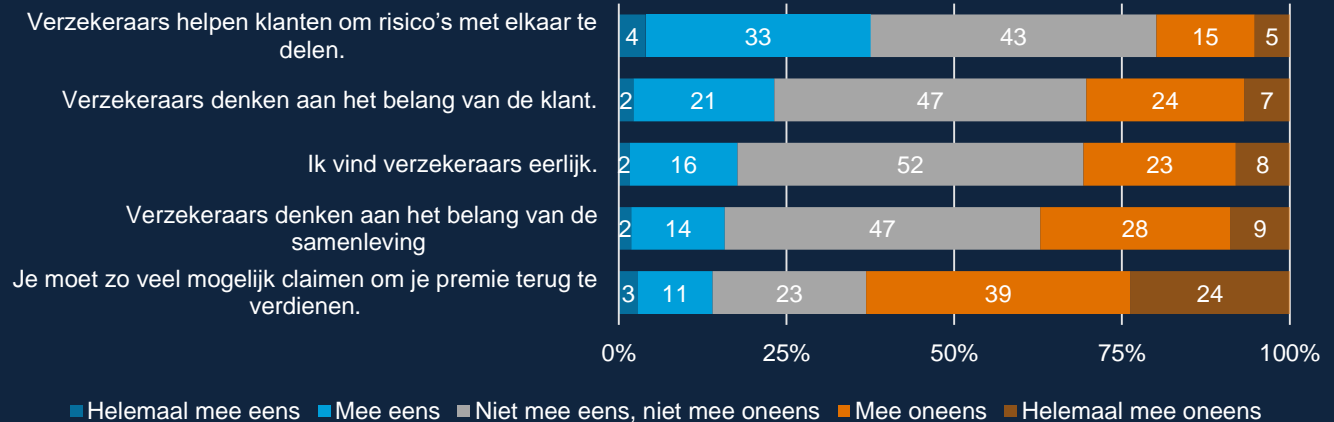
Met de volgende stellingen is men over het algemeen **niet eens**, **niet oneens**:

- Ik vind verzekeraars eerlijk.
- Verzekeraars helpen klanten om risico's met elkaar te delen.
- Verzekeraars denken aan het belang van de klant.
- Verzekeraars denken aan het belang van de samenleving.

Met onderstaande stelling zijn de meeste consumenten het **oneens**:

- Je moet zo veel mogelijk claimen om je premie terug te verdienen.

*Kunt u aangeven in hoeverre u het met de volgende stellingen eens of oneens bent (Q37, n=1.003)*



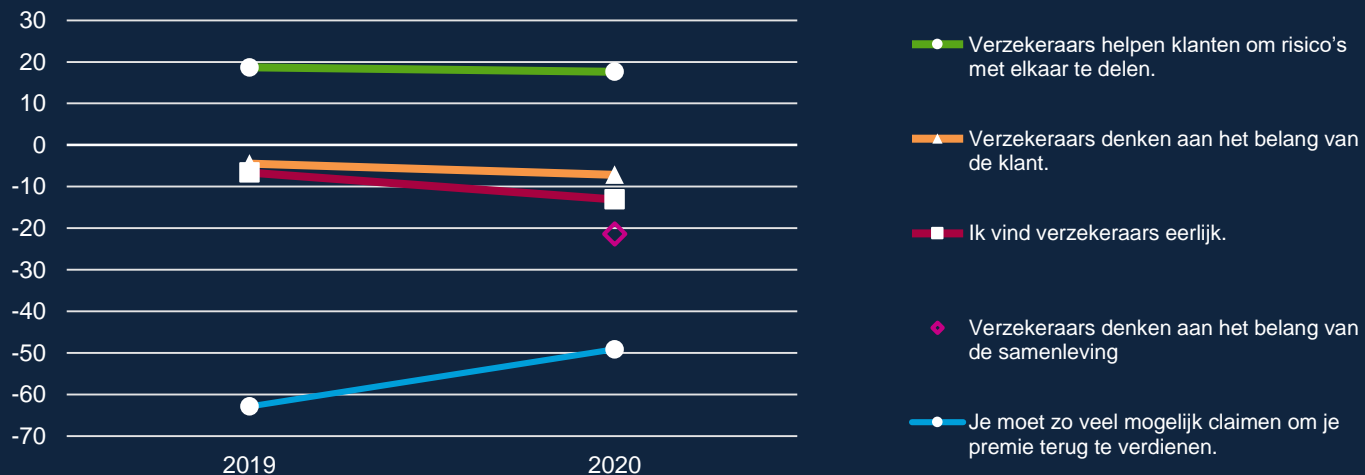


# 1. Imago

## Stellingen over verzekeraars waar veel consumenten neutraal over zijn of oneens mee zijn

Hoewel in 2019 en in 2020 de meeste consumenten het oneens zijn met de stelling “Je moet zo veel mogelijk claimen om je premie terug te verdienen”, is in 2020 het aandeel consumenten dat het eens is met deze stelling wel toegenomen. Voor de overige stellingen zijn de saldi tussen 2019 en 2020 vergelijkbaar.

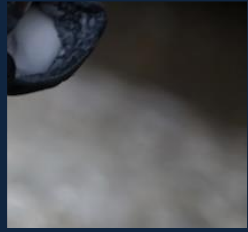
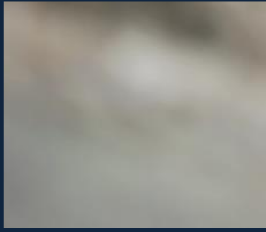
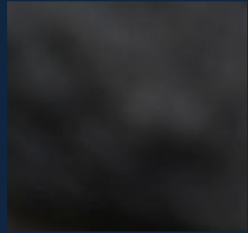
*Kunt u aangeven in hoeverre u het met de volgende stellingen eens of oneens bent (Q37, n=1.003). Resultaten uitgedrukt in saldi: % (helemaal) mee eens – % (helemaal) mee oneens.*







## 2. Zekerheid

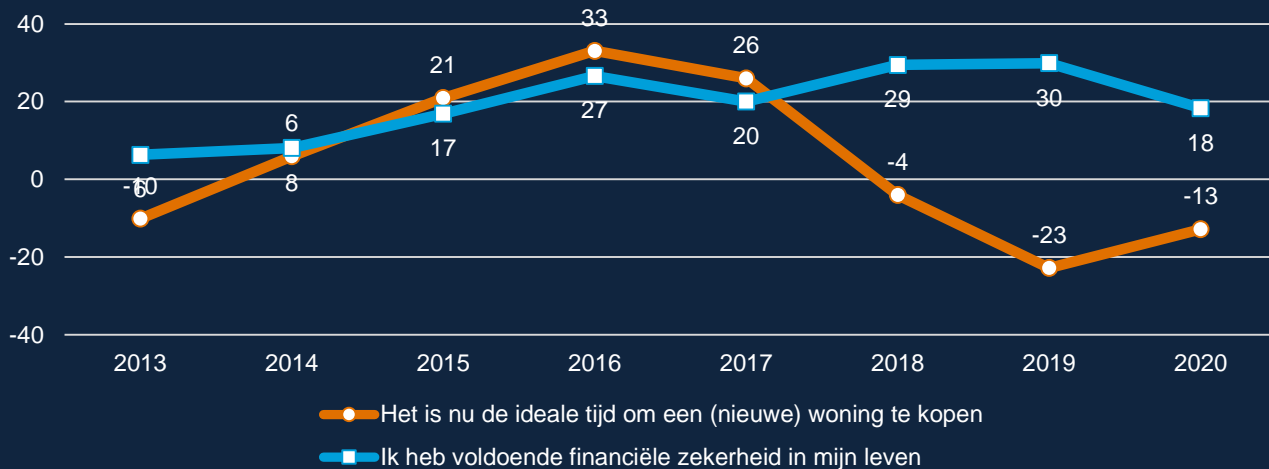


## 2. Zekerheid

### Minder financiële zekerheid, maar iets minder negatief over het kopen van een woning

Per saldo zegt 18% van de consumenten in juni 2020 voldoende financiële zekerheid te hebben. Dit is minder dan in de periode 2016-2019. In 2019 was dit nog 30%. Mogelijk is de coronacrisis hier de oorzaak van. De lage rente lijkt ervoor te zorgen dat consumenten in 2020 iets vaker een geschikte tijd vinden om een woning te kopen dan in 2019.

Mate waarin consumenten het eens zijn met stellingen over financiële zaken uitgedrukt in een saldi: % (helemaal) mee eens – % (helemaal) mee oneens. (Q11, n=1.003)

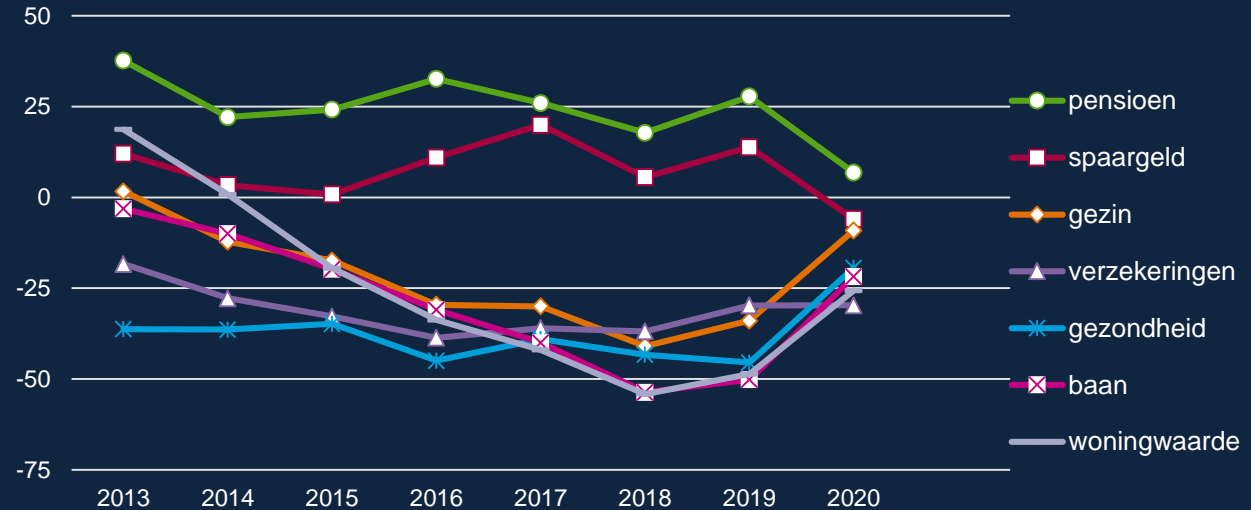


## 2. Zekerheid

### In 2020 meer zorgen over **gezin**, **gezondheid**, en **baan**

Gezien de huidige (economische) situatie maken consumenten zich in 2020 vaker zorgen over hun gezin, gezondheid en baan dan in 2019. De zorgen om pensioen en spaargeld zijn nog wel het grootste maar zijn afgenomen ten opzichte van 2019. De huidige economische situatie leidt in 2020 niet tot meer zorgen over verzekeringen dan in 2019. In de grafiek hieronder zijn de genoemde resultaten weergegeven middels saldi. Bij een saldo groter dan 0 zijn er meer mensen met zorgen dan mensen zonder zorgen.

*“Ik maak mij zorgen over mijn ... door de huidige economische situatie” (Q11, n=1.003)*  
Resultaten uitgedrukt in saldi: % (helemaal) mee eens – % (helemaal) mee oneens.



## 2. Zekerheid

De grootste zorg van consumenten over verzekeringen is dat de kosten zullen gaan stijgen



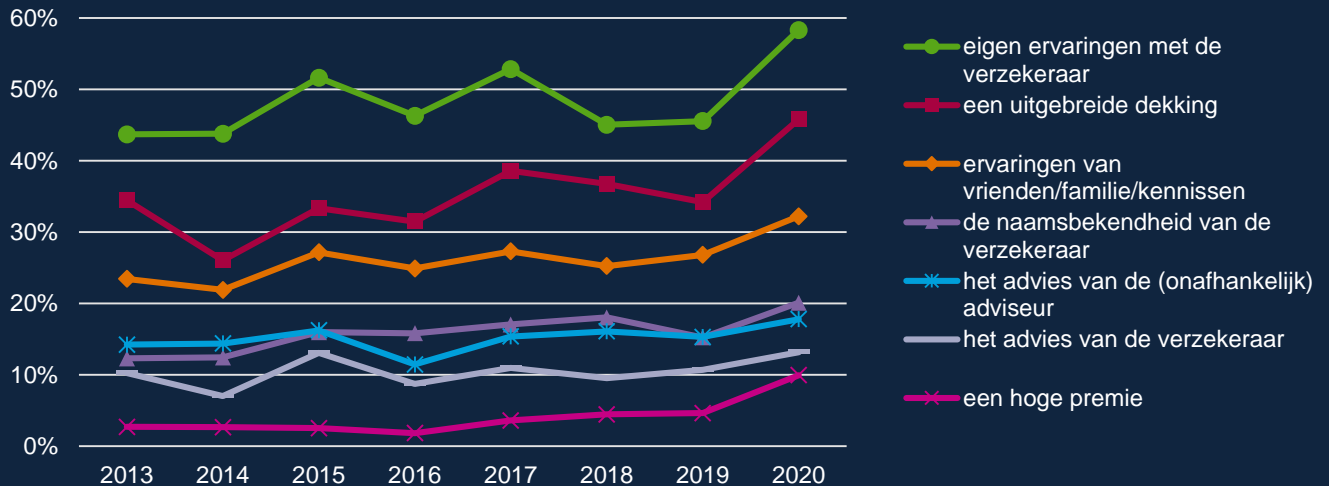


## 2. Zekerheid

### Eigen ervaringen meest bepalend voor gevoel van zekerheid bij de verzekeraar

58% van de consumenten zegt dat eigen ervaringen belangrijk zijn voor het gevoel van zekerheid bij de verzekeraar. Dat is meer dan voorgaande jaren. Een uitgebreide dekking en ervaringen van anderen worden ook dit jaar weer als tweede en derde genoemd. De stijging van de percentages wordt waarschijnlijk veroorzaakt door de veranderde onderzoeksmethodiek in 2020. Duidelijk is wel dat de volgorde waarin de aspecten genoemd worden gelijk blijft.

*Welke elementen bepalen voor u het gevoel van zekerheid bij de verzekeraar. Meerdere antwoorden mogelijk. (Q13, % respondenten, n=1.003).*





**3.**  
**Loyaliteit**





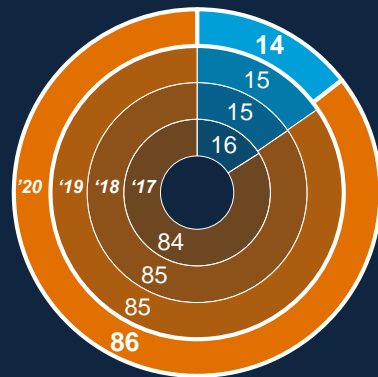
### 3. Loyaliteit

#### 14% van de consumenten is het afgelopen jaar **overgestapt naar een andere verzekeraar**

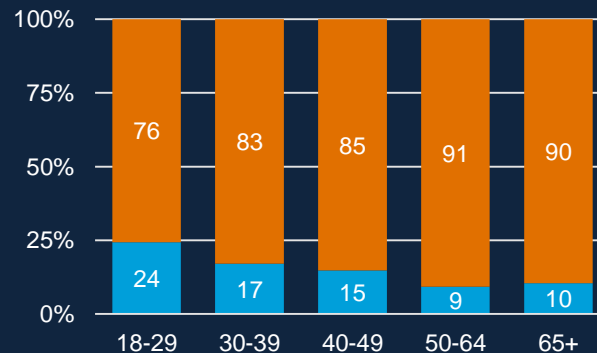
Van de consumenten heeft 14% het afgelopen jaar voor een andere verzekeraar gekozen. Dit aandeel is over de jaren 2014-2019 redelijk stabiel. Net als voorgaande jaren stappen jongeren vaker over naar een andere verzekeraar dan ouderen.

Bent u in het afgelopen jaar overgestapt naar een andere verzekeraar? (Q14, %, n=1.003)

 % niet overgestapt  
 % wel overgestapt



% **wel/niet** overgestapt naar leeftijd hoofdkostwinner, 2020



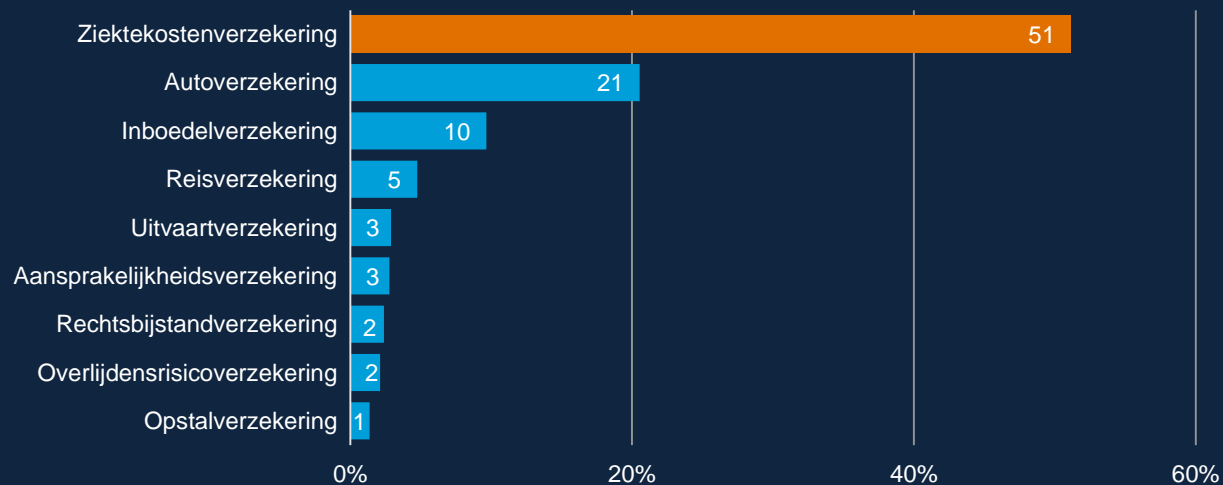
27

### 3. Loyaliteit

#### Het vaakst voor **ziektkosten** overgestapt naar andere verzekeraar

De (recentste) overstap in het afgelopen jaar naar een andere verzekeraar betrof in de meeste gevallen (51%) een ziektekostenverzekering. In 2019 was dit percentage lager, namelijk 38%. Op de tweede plaats staat de autoverzekering met 21%. Dit is vergelijkbaar met vorig jaar.

Voor welke verzekering bent u in de afgelopen 12 maanden overgestapt naar een andere verzekeraar? (bij meerdere keren: recentste overstap) (Q15, %, n=146)







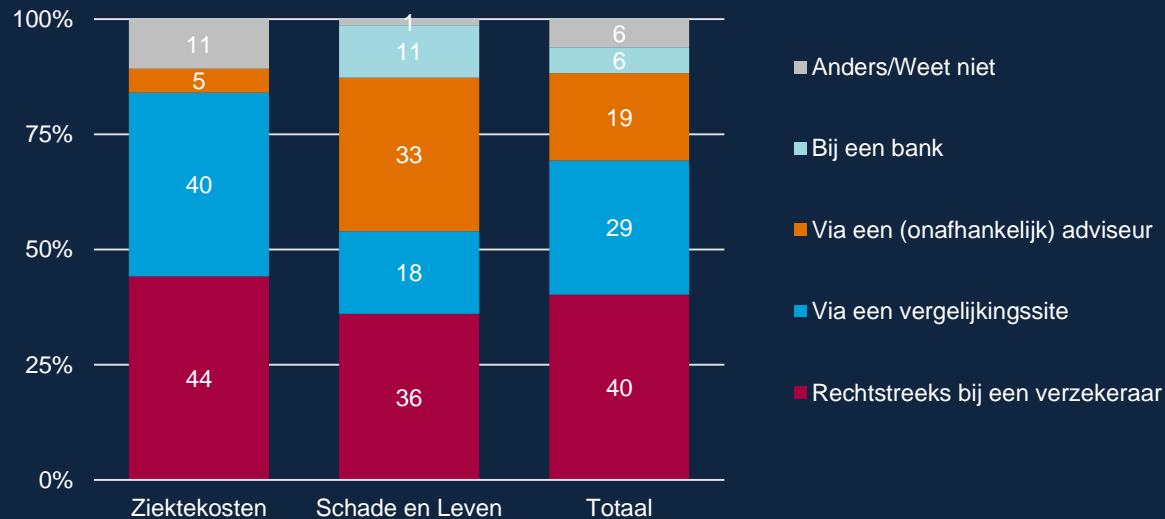


### 3. Loyaliteit

#### Meeste verzekeringen rechtstreeks bij verzekeraar afgesloten

- Bij het overstappen sluiten de meeste consumenten hun nieuwe verzekeringen rechtstreeks bij de verzekeraar af.
- Voor ziektekostenverzekeringen gebruiken consumenten ook vaak een vergelijkings-site.
- Schade- en levensverzekeringen sluiten consumenten ook vaak af via een (onafhankelijk) adviseur.

Hoe heeft u een nieuwe verzekering afgesloten? (Q18, %, n=146)







**4.  
Informatie /  
Communicatie**



## 4. Informatie / Communicatie

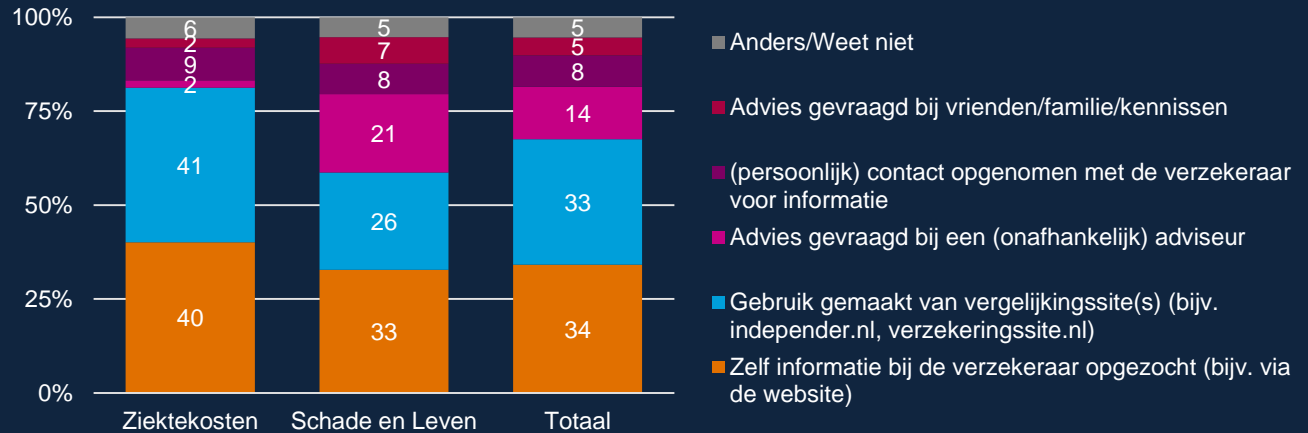
### Website verzekeraar en vergelijkingssite populair voor zoeken informatie over nieuwe verzekering

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

- Informatie bij de verzekeraar zelf (bijvoorbeeld de website)
- Vergelijkingssites (bijv. [independer.nl](http://independer.nl), [verzekeringssite.nl](http://verzekeringssite.nl))

Voor schade- en levensverzekeringen vragen consumenten vaker advies bij een adviseur dan voor een ziektekostenverzekering.

*Hoe heeft u zich georiënteerd op het afsluiten van uw nieuwe verzekering?  
(Q19, meerdere antwoorden mogelijk, % van alle antwoorden, n=144)*





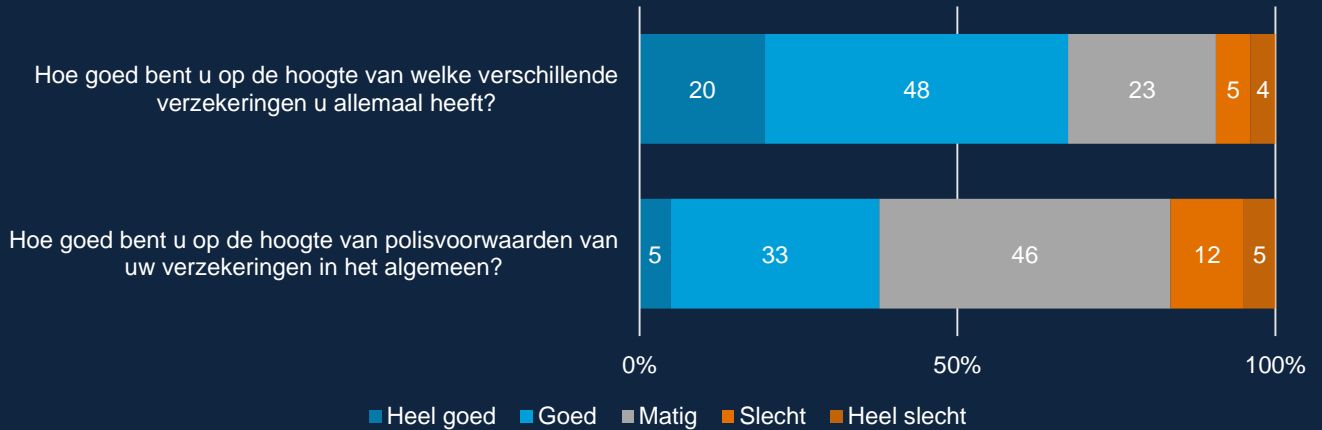


## 4. Informatie / Communicatie

### Meeste consumenten goed op de hoogte welke verzekeringen zij hebben

- 68% 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 de periode 2016-2019.
- De mate waarin consumenten op de hoogte zijn van de polisvoorwaarden is kleiner: 38% van de consumenten zegt hier (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? (Q23, Q24, %, n=1.003)*



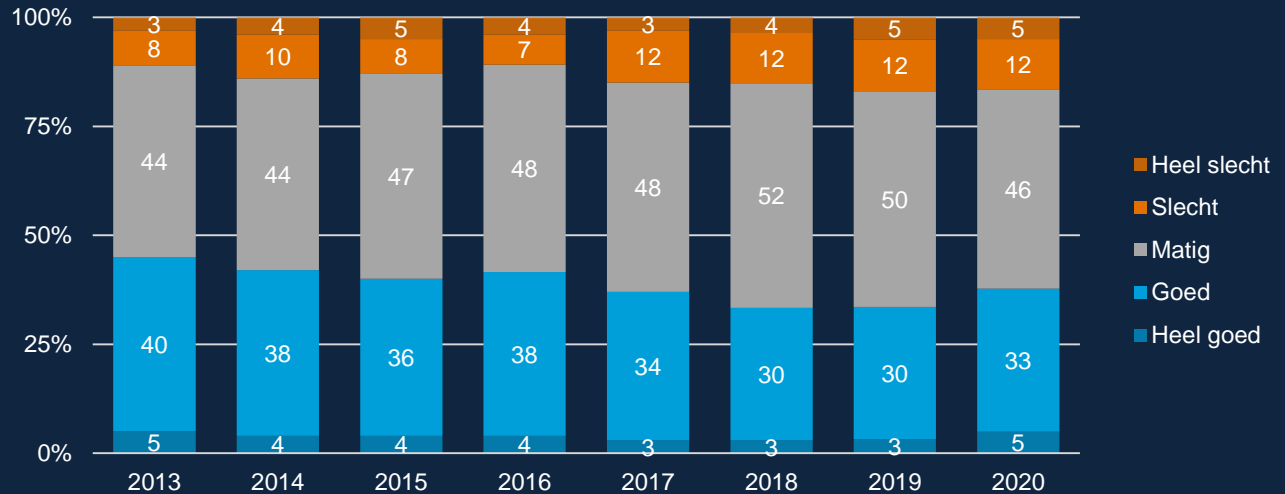


## 4. Informatie / Communicatie

### Bekendheid met poliswaarden licht toegenomen

- In 2020 zegt 38% van de consumenten goed of heel goed op de hoogte te zijn van de polisvoorwaarden. Dat is net iets meer dan vorig jaar. De mate waarin consumenten op de hoogte zijn van de polisvoorwaarden nam in de periode 2013-2019 af.

Hoe goed zijn consumenten op de hoogte van de polisvoorwaarden in het algemeen? (Q24, %, n=1.003)



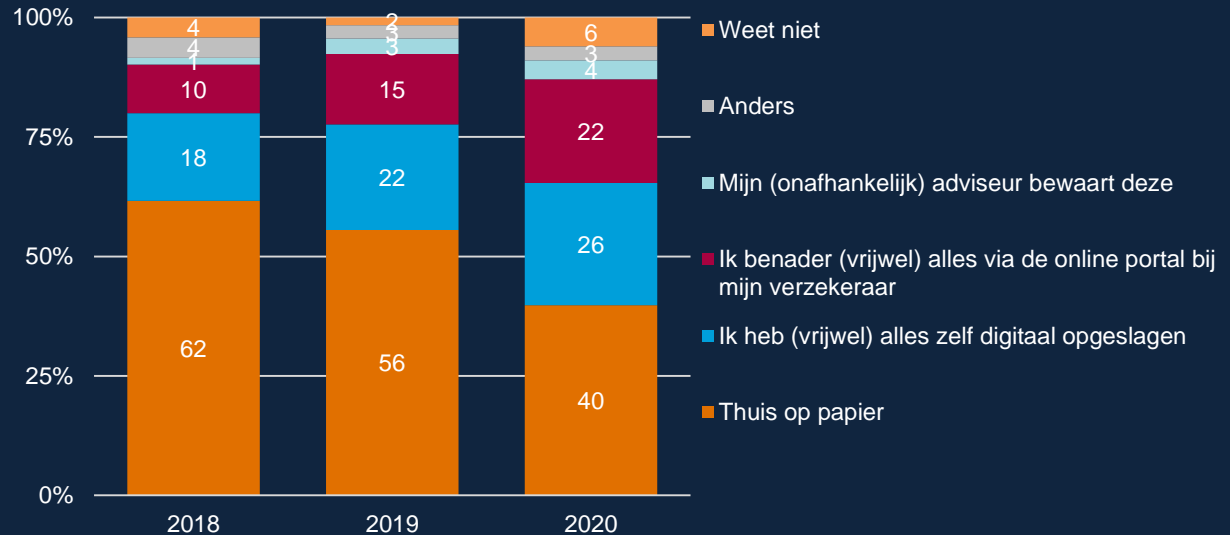


## 4. Informatie / Communicatie

### Steeds minder consumenten bewaren polissen thuis op papier

- Hoewel een groot deel van de consumenten in 2020 hun polissen thuis op papier bewaren (40%) wordt dit aandeel steeds kleiner.
- 26% van de consumenten heeft de polissen zelf digitaal opgeslagen en 22% 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? (Q25, %, n=1.003)



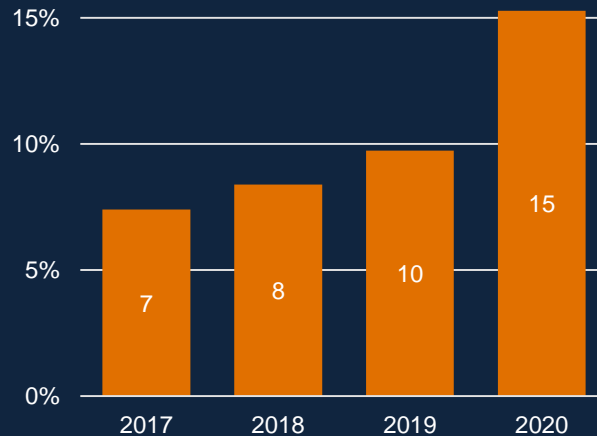


## 4. Informatie / Communicatie

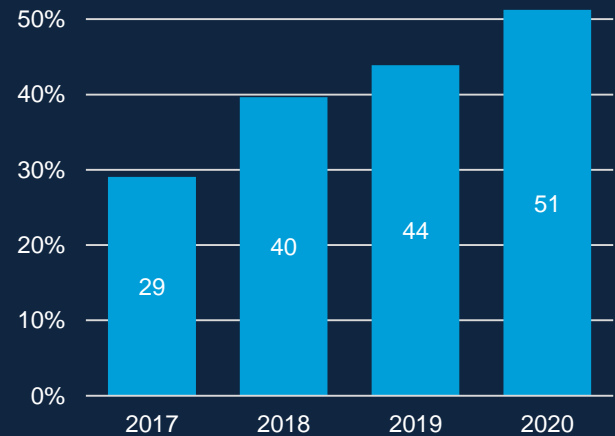
### Bekendheid en gebruik Verzekeringskaart opnieuw gestegen

- In 2020 kent **15%** van de consumenten de Verzekeringskaart. Hiermee is de bekendheid opnieuw gestegen.
- Van de genoemde groep consumenten heeft **51%** de Verzekeringskaart ook wel eens gebruikt. Ook het gebruik is hiermee toegenomen ten opzichte van de periode 2017-2019.

*Percentage consumenten dat wel eens gehoord heeft van de Verzekeringskaart (Q20, n=1.003)*



*Percentage respondenten dat wel eens gebruik heeft gemaakt van de Verzekeringskaart, (Q21, % van consumenten die gehoord hebben van Verzekeringskaart, n=147)*





## 4. Informatie / Communicatie

### Consumenten **tevreden** over de Verzekeringskaart

- De meeste consumenten zijn tevreden over de Verzekeringskaart.
- Vooral de overzichtelijkheid en begrijpelijkheid van de informatie wordt hoog gewaardeerd ( $\pm 70\%$  (helemaal) mee eens met deze stellingen).

Stellingen over de Verzekeringskaart (Q22, %, n=79)



38



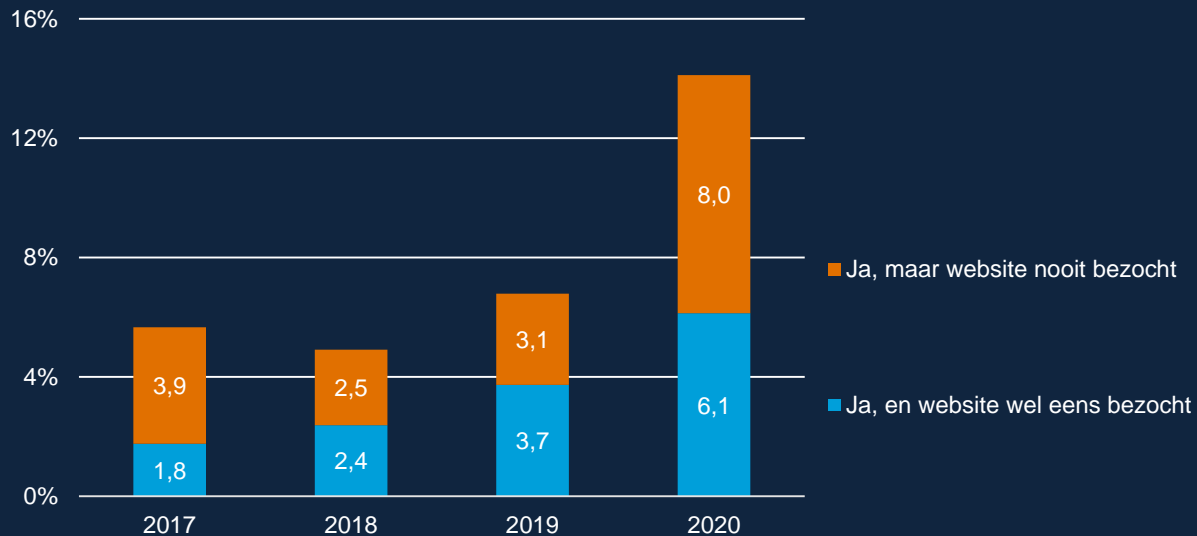


## 4. Informatie / Communicatie-klaar

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

In 2017 is de website VerzekeraarsInBeeld.nl gelanceerd. In 2020 is 14% van de consumenten bekend met de website. Het bezoek aan de website is in 2019 gestegen naar 6,1%. In 2019 had 3,7% van alle consumenten VerzekeraarsInBeeld wel eens bezocht.

*Kent u de website VerzekeraarsInBeeld.nl? (Q26, % ja ....., n=1.003)*





## 4. Informatie / Communicatie

### Voorkeur **telefoon** opnieuw afgenomen bij contact opnemen door verzekeraar

- Wanneer consumenten zelf contact opnemen doen zij dit het liefste via de telefoon (52%). Dit percentage is gedaald ten opzichte van 2019. De voorkeur voor e-mail is iets toegenomen.
- Wanneer de verzekeraar contact opneemt is er een voorkeur voor e-mail (49%), gevolgd door de telefoon (35%). Deze percentages zijn vergelijkbaar met die in 2019.
- 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. (Q35 / Q36, % respondenten, n=1.003).

	zelf				de verzekeraar			
	2017	2018	2019	2020	2017	2018	2019	2020
Telefoon	60	63	62	52	43	41	35	35
E-mail	24	22	22	27	44	46	50	49
Online chat	5	6	5	8				
Geen voorkeur	3	3	5	4	4	4	4	4
Face-to-face gesprek	3	3	2	2	2	1	2	3
Anders	0	2	2	1	1	1	2	1
WhatsApp	0	1	1	2	0	1	1	3
Brief	1	0	1	1	5	5	6	4
Twitter	0	0	0	1	0	0	0	1
Facebook	1	0	1	1	0	0	1	0
Andere apps	0	0	0	0	0	0	0	0

40



## 6. Veranderingen





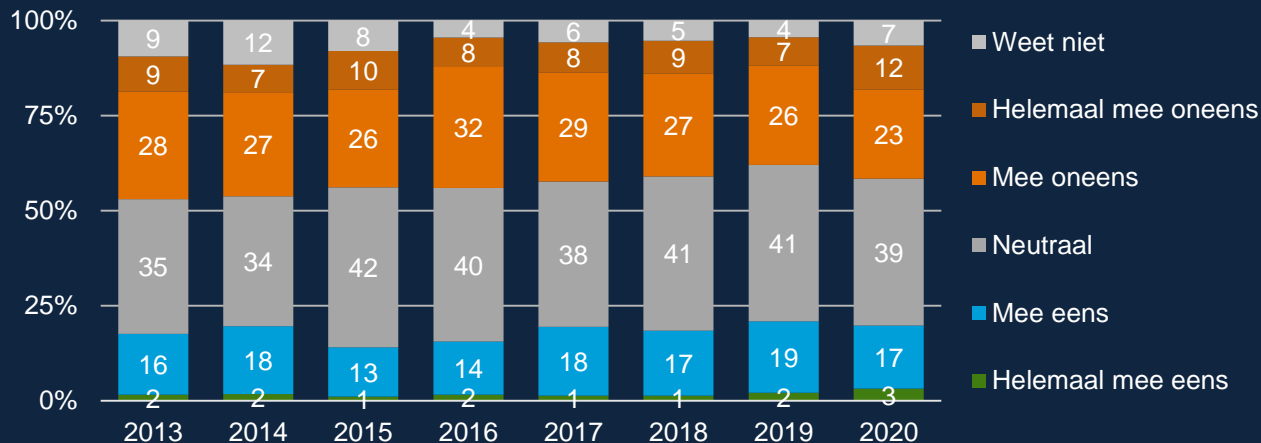
## 5. Veranderingen in de sector

### Consument neutraal over stelling “Ik heb het gevoel dat verzekeraars mijn belang voorop stellen”

- In 2020 staat het grootste deel (39%) 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 2015-2020 geleidelijk toe van 14 naar 20%. De cijfers van 2020 zijn vergelijkbaar met die van 2019.

Mening consumenten over de stelling:

“Ik heb het gevoel dat verzekeraars mijn belang voorop stellen” (Q37, %, n=1.003)



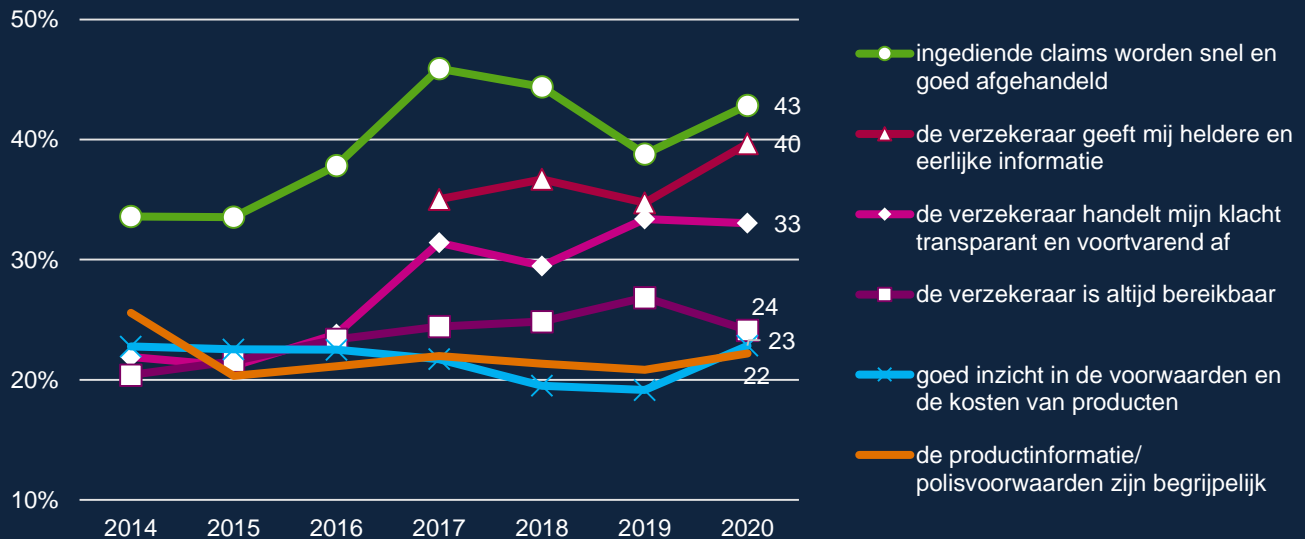


## 5. Veranderingen in de sector

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

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

*Beste voorbeelden van het vooropstellen van klantbelang door verzekeraars (6 **meest** genoemde voorbeelden door respondenten) (meerkeuze met maximaal 3 antwoorden) (Q33, % respondenten, n=1.003).*





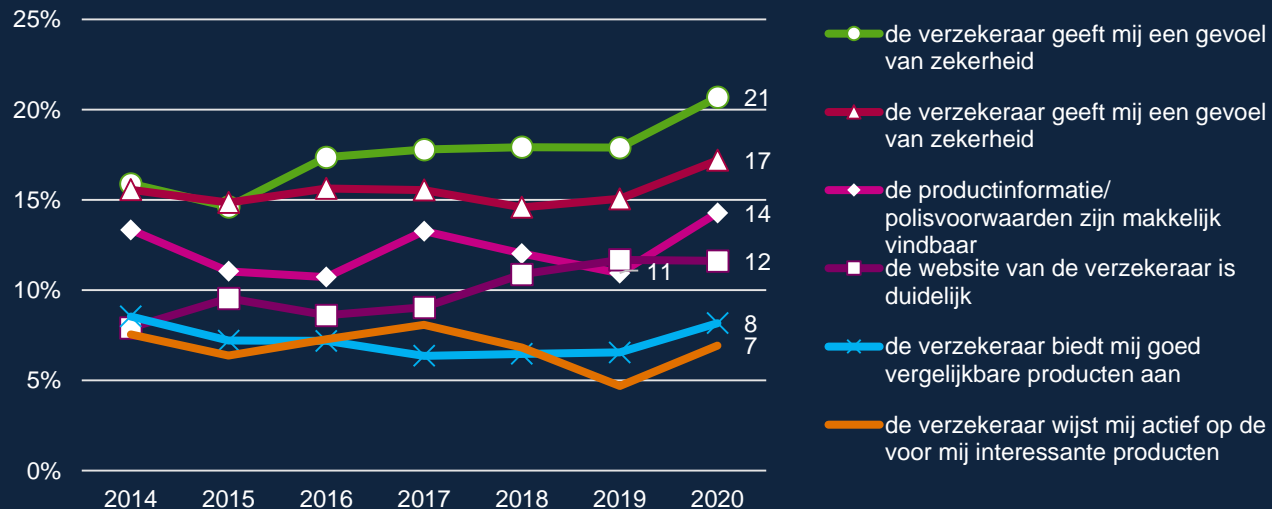


## 5. Veranderingen in de sector

### “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 vooropstellen van klantbelang door verzekeraars (6 **minst** genoemde voorbeelden door respondenten) (meerkeuze met maximaal 3 antwoorden) (Q33, % respondenten, n=1.003).



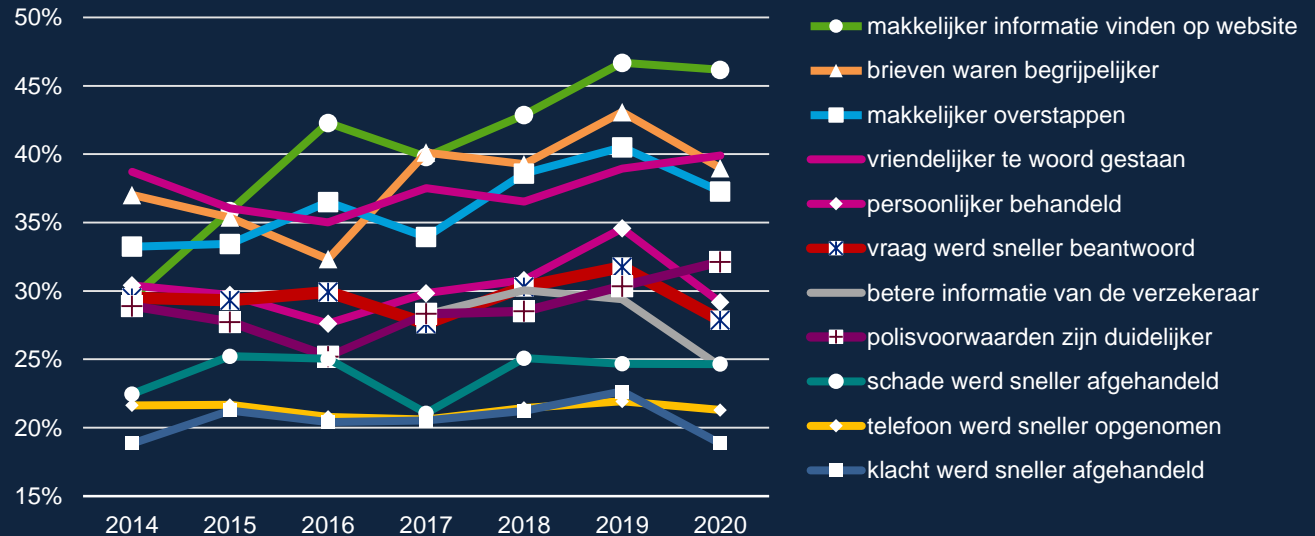


## 5. Veranderingen in de sector

### Consument wordt **vriendelijker te woord wordt gestaan** door verzekeraar

Aan consumenten is gevraagd hun ervaring met verzekeraar(s) in het afgelopen jaar te vergelijken met voorgaande jaren. De top 4 van verbeterpunten blijft over de jaren heen: gemakkelijker informatie vinden op de website, brieven en e-mails zijn begrijpelijker, gemakkelijker overstappen en vriendelijker te woord worden gestaan. Het “vriendelijk te woord worden gestaan” laat in de periode 2018-2020 een positieve ontwikkeling zien.

*Wat is volgens consumenten verbeterd t.o.v. voorgaande jaren? (Q34, % respondenten mee eens, n=1.003).*





7. Claimen

## 7. Claimen

### In 2020 achten meer consumenten de kans groot dat een schade is uitgesloten op de polis

In 2009 tot en met 2020 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 2020 iets minder positief beoordeeld dan in 2019.

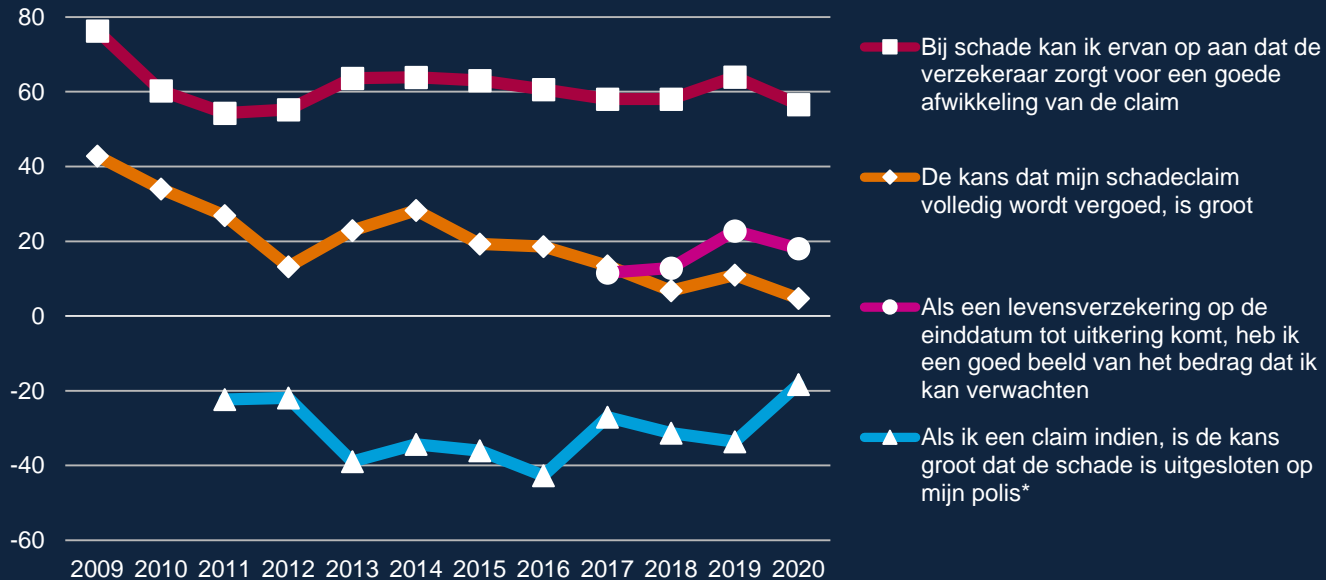
- Vooral het aandeel consumenten dat denkt dat een eventuele schade is uitgesloten op de polis is toegenomen. In 2020 denkt 21% dat deze kans groot is. In 2019 was dit 17%. Een groot deel van de consumenten (40%) heeft er ook in 2020 vertrouwen in dat een schade is gedekt. 39% staat hier neutraal tegenover.
- In 2020 is er weer sprake van een lichte afname van het aandeel consumenten dat denkt dat een eventuele schadeclaim volledig vergoed wordt. In 2019 nam dit aandeel toe.
- Het vertrouwen in een goede afwikkeling door de verzekeraar blijft groot, maar is afgenomen ten opzichte van vorig jaar. In 2020 heeft 66% van de consumenten vertrouwen in een goede afwikkeling van een ingediende schadeclaim door de verzekeraar, 9% heeft dat niet. Het saldo in 2020 komt hiermee op 57 (zie grafiek volgende pagina, saldo vertrouwen minus geen vertrouwen = 57). In 2019 was het saldo 64.
- In 2019 waren er duidelijk meer consumenten die een beter beeld hebben van het bedrag dat zij ontvangen wanneer hun levensverzekering tot uitkering komt dan in 2018. Echter in 2020 neemt dit saldo weer af, maar is nog wel gunstiger dan in 2017 en 2018.



## 7. Claimen

In 2020 achten meer consumenten de kans groot dat een schade is uitgesloten op de polis

Stellingen over claimafhandeling weergegeven in saldi: % (helemaal) mee eens minus % (helemaal) mee oneens (Q27, n=1.003)



\*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 minder vertrouwen in het **nakomen van afspraken** door verzekeraar bij 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 in 2020 minder vertrouwen in het nakomen van afspraken door verzekeraars. Ook de andere rapportcijfers zijn licht afgenomen ten opzichte van 2019. De lagere rapportcijfers in 2020 lijken niet (alleen) het gevolg van de veranderde onderzoeksmethodiek.

*Aspecten waar consumenten mee te maken krijgen na het indien van een claim.  
Rapportcijfers voor de mate van vertrouwen in verzekeraars op deze aspecten (Q29, n=1.003)*



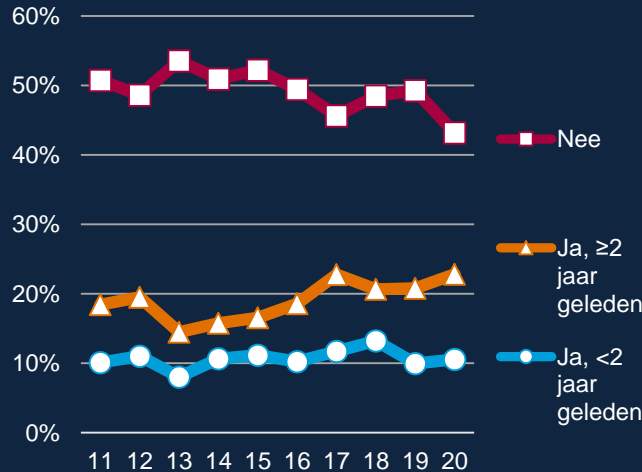


## 7. Claimen

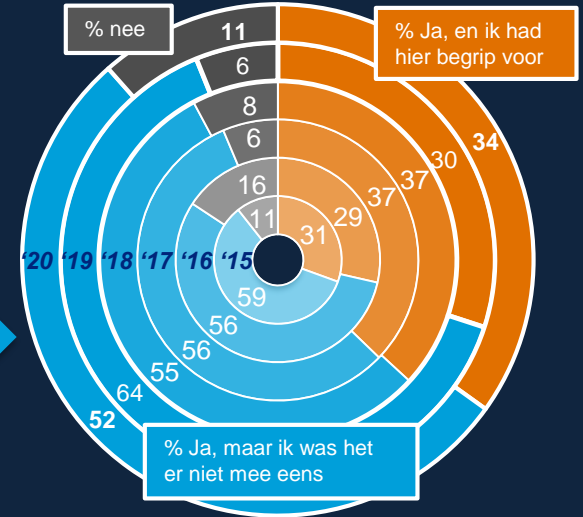
### Minder geïnformeerd waarom een claim wordt afgewezen, maar toch meer begrip

In 2020 zegt 89% van de consumenten dat de verzekeraar heeft aangegeven waarom een schadeclaim niet (volledig) vergoed werd. Dat is minder vaak dan in 2019. Toen werd 94% van de consumenten geïnformeerd. In 2020 hebben consumenten wel vaker begrip voor de afwijzing van een claim dan in 2019.

*Is bij u wel eens een schadeclaim niet (volledig) uitgekeerd? (Q30, % respondenten, n=1.003)*

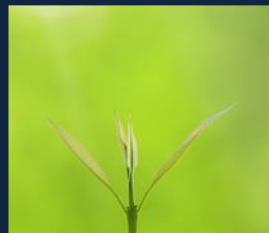


*Heeft de verzekeraar aangegeven waarom niet? (Q31, % respondenten, n=109)*



50

## 7. IMVO



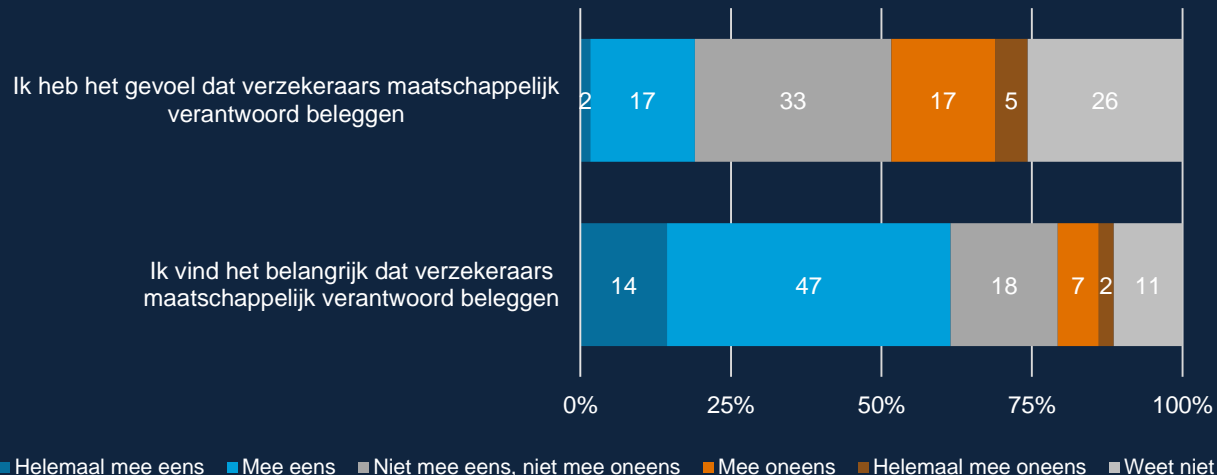


## 7. Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

**60% van de consumenten vindt maatschappelijk verantwoord beleggen door verzekeraars belangrijk**

60% van de consumenten zegt dat zij het belangrijk vinden dat verzekeraars duurzaam beleggen. Slechts een klein deel van de consumenten (19%) heeft het gevoel dat verzekeraars dat ook daadwerkelijk doen.

*In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen? (Q38, % respondenten, n=1.003)*



52

## 7. Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

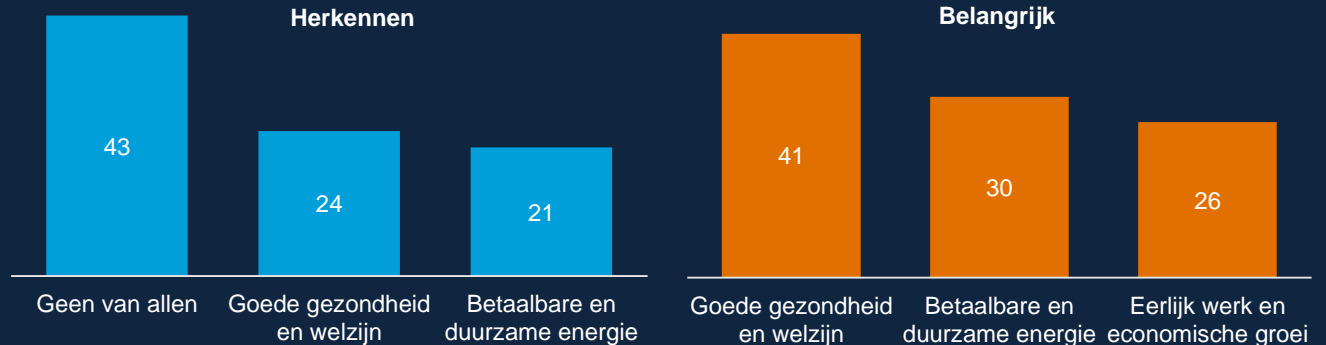
### “Goede gezondheid en welzijn” en “betaalbare en duurzame energie” belangrijkste thema’s voor duurzaam beleggen

Aan consumenten zijn de 17 Sustainable Development Goals van de VN voorgelegd.

- 43% van de consumenten herkent geen van de thema’s als een thema waarmee verzekeraars rekening houden bij beleggen.
- De thema’s “goede gezondheid en welzijn” en “betaalbare en duurzame energie” vinden consumenten het belangrijkste als het gaat om duurzaam beleggen.

#### Top 3 antwoorden op de vragen:

Welk thema's *herkent* u/vindt u *belangrijk* (max. 5) als thema's waarmee verzekeraars rekening houden bij hun beleggingen/investeringen in bedrijven? (Q39/Q40, % respondenten, n=1.003)

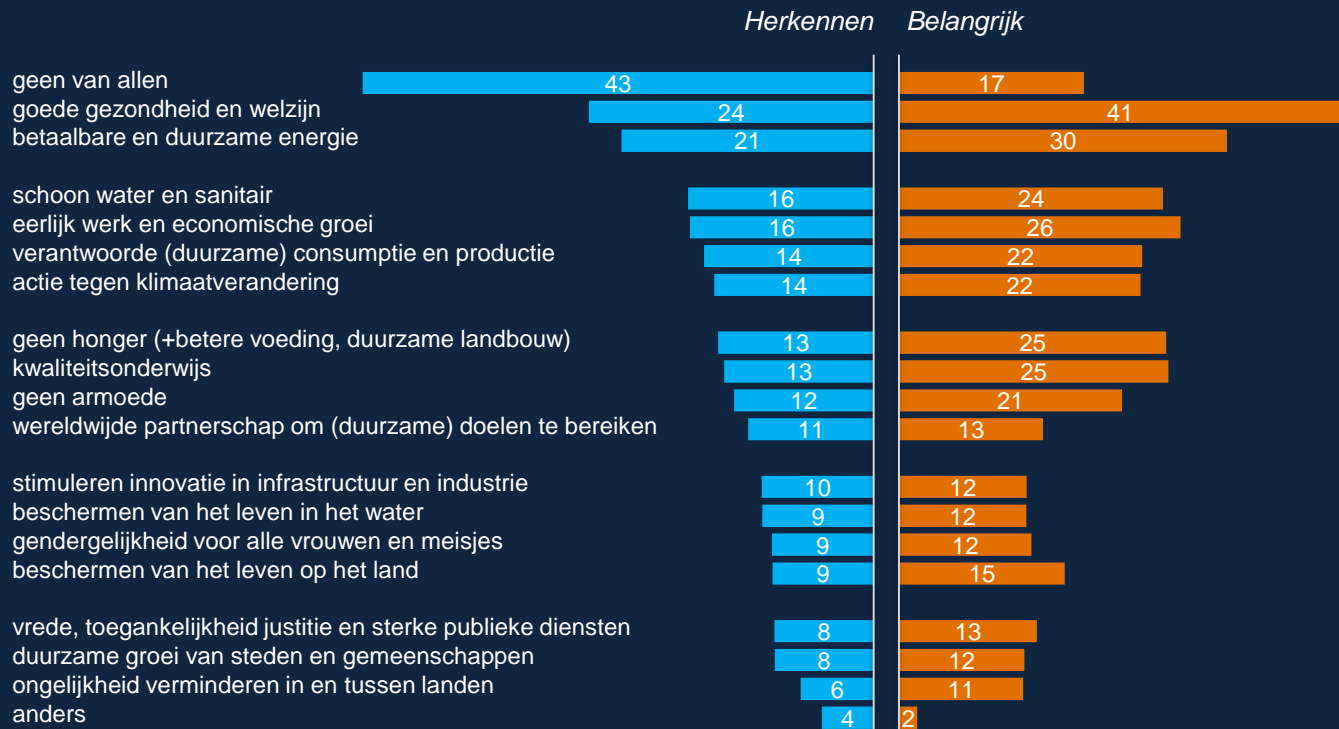






## 7. Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

Welke thema's *herkent* u/vindt u *belangrijk* als thema's waarmee verzekeraars rekening houden bij hun beleggingen/investeringen in bedrijven? (Q39/Q40, % respondenten, n=1.003)





## 9. Onderzoeks- verantwoording



## Onderzoeksverantwoording

De vragenlijst van de Consumentenmonitor is samengesteld door het CVS (Centrum voor Verzekeringsstatistiek) in opdracht van het programma Klantbelang en Reputatie. Het veldwerk van dit onderzoek is uitgevoerd door Ipsos. Consumenten in de leeftijd van 18 jaar en ouder is gevraagd naar hun mening over verzekeraars en daaraan gerelateerde onderwerpen.

Het veldwerk heeft plaatsgevonden in de periode 15 juni tot en met 23 juni 2020. In 2020 zijn voor de eerste keer alle vragenlijsten online afgenomen. Voorgaande jaren werd 70% van de interviews online en 30% van de interviews telefonisch afgenomen. De veranderde methodiek kan tot een trendbreuk leiden. Om meer zekerheid te hebben of er zich daadwerkelijk verschillen tussen 2020 en voorgaande jaren voordoen, is nagegaan of er in 2019 en eerder bij de desbetreffende vragen verschillen te zien waren tussen de online en telefonisch ingevulde vragenlijsten. Hiermee rekening houdende zijn in dit rapport uitspraken gedaan over overeenkomsten of verschillen tussen 2020 en de jaren ervoor. De weergegeven resultaten van 2019 en eerder in deze rapportage betreffen de oorspronkelijke resultaten gebaseerd op de online en telefonische interviews.

De steekproef voor dit onderzoek is getrokken uit het consumentenpanel van onderzoeksbureau Ipsos. Dit is een panel bestaande uit circa 25.000 huishoudens die zich bereid hebben verklaard om op regelmatige basis aan verschillende typen onderzoek mee te doen. Door de grootte van het panel is het mogelijk om een goede afspiegeling te krijgen van de Nederlandse samenleving. Voor de Consumentenmonitor 2020 zijn 6.000 willekeurige huishoudens benaderd waarvan 1003 huishoudens hebben meegedaan aan het onderzoek (respons 17%). De resultaten zijn gewogen naar leeftijd, geslacht en opleiding, zodat zij hierdoor altijd direct de situatie in Nederland weergeven (binnen de onderzochte doelgroep).



## 9. Vragenlijst



## Vragenlijst (1/11)

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 om te gaan 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 Nederland zit op dit moment midden in de coronacrisis. Heeft de huidige situatie uw oordeel over verzekeraars veranderd?

1. Ja, mijn oordeel is positiever geworden
2. Nee, dit heeft mijn oordeel niet veranderd
3. Ja, mijn oordeel is negatiever geworden

Q4 U geeft aan dat uw oordeel <antwoord Q3>. Kunt u uw antwoord toelichten?

Q5 Als u de impact van de coronacrisis buiten beschouwing laat, is uw mening over verzekeraars het afgelopen jaar verbeterd, verslechterd of gelijk gebleven?

1. Verbeterd
2. Verslechterd
3. Gelijk gebleven

If Q5 = 1

Q6 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 (2/11)

If Q5 = 2

Q7 Wat is de belangrijkste reden dat uw mening over verzekeraars is verslechterd?

1. Premieverhogingen
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

Q8 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

Q9 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

Q10 U gaf in de vorige vraag aan dat verzekeraars <antwoord Q9> zouden moeten verbeteren. Kunt u aangeven wat verzekeraars precies zouden moeten veranderen?

## Vragenlijst (3/11)

Q11 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

Q12 U gaf in de vorige vraag aan dat u zich <wel/geen antwoord Q11> 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?

Q13 Welke 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

Q14 Bent u in de afgelopen 12 maanden overgestapt van verzekeraar?

1. Ja
2. Nee
3. Weet niet

## Vragenlijst (4/11)

If Q14 = 1

Q15 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

Q16 Waarom bent u overgestapt van verzekeraar voor uw <antwoord Q15>?

If Q14 = 2

Q17 Wat heeft ervoor gezorgd dat u bij dezelfde verzekeraar(s) bent gebleven?

Q18 Hoe heeft u uw nieuwe <antwoord Q15> afgesloten?

1. Via een (onafhankelijk) adviseur
2. Bij een bank
3. Rechtstreeks bij een verzekeraar
4. Via een vergelijkingsite (bijv. [independer.nl](http://independer.nl))
5. Anders, namelijk ...
6. Weet niet

Q19 Hoe heeft u zich georiënteerd voor het afsluiten van uw nieuwe <antwoord Q15>?

*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 vergelijkingsite(s) (bijv. [independer.nl](http://independer.nl), [verzekeringssite.nl](http://verzekeringssite.nl))
6. Anders, namelijk ...
7. Weet niet

Q20 In 2016 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 (5/11)

If Q20 = 1

Q21 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 Q21 = 1, 2, of 3

Q22 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

Q23 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

Q24 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

Q25 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 ...
6. Weet niet

## Vragenlijst (6/11)

Q26 In 2016 is de website [www.VerzekerarsInBeeld.nl](http://www.VerzekerarsInBeeld.nl) gelanceerd. Op deze website kunt u gemakkelijk scores terugvinden die klanten aan hun verzekeraar hebben gegeven. Kent u de website [www.VerzekerarsInBeeld.nl](http://www.VerzekerarsInBeeld.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

Q27 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 Q27\_2 = 1 of 2 of 4 of 5

Q28 Waarom bent u het < if Q27\_2 = 1 of 2 :eens > < if Q27\_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'?

Q29 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
4. De mate waarin de verzekeraar de gemaakte afspraken nakomt

Q30 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

If Q30 = 1

Q31 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



## Vragenlijst (7/11)

Q32 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

Q33 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

Q34 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 (8/11)

Q35 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

Q36 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

Q37 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. Verzekeraars denken aan het belang van de samenleving
4. Ik vind verzekeraars eerlijk
5. Verzekeraars zetten belangrijke zaken in de kleine lettertjes
6. Ik vertrouw erop dat verzekeraars altijd voldoende geld hebben om uit te keren
7. Verzekeraars willen alleen maar geld verdienen
8. Ik denk dat verzekeraars een onnodig hoge premie rekenen
9. Verzekeraars proberen onder het betalen van een claim uit te komen
10. Je moet zo veel mogelijk claimen om je premie terug te verdienen
11. Verzekeraars helpen klanten om risico's met elkaar te delen
12. Verzekeraars staan open om iedereen een verzekering aan te bieden
13. Verzekeraars willen geen klanten verzekeren met een 'ingewikkeld' risico (bijvoorbeeld klanten met een medisch verleden, met betalingsachterstanden, klanten die veel hebben geclaimd of ondernemers in minder gangbare markten)

## Vragenlijst (9/11)

Q38 Bedrijven houden zich tegenwoordig steeds meer bezig met maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). Dat wil zeggen dat zij bij het ondernemen rekening houden met de gevolgen voor het klimaat/milieu, mens en dier.

Verzekeraars kunnen vooral maatschappelijk verantwoord ondernemen door keuzes te maken in hun beleggingsbeleid. Zij kiezen zelf in welke bedrijven zij investeren en wat voor impact deze bedrijven hebben op de maatschappij.

In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen:

- a) Ik heb het gevoel dat verzekeraars maatschappelijk verantwoord beleggen
- b) Ik vind het belangrijk dat verzekeraars maatschappelijk verantwoord beleggen

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

Q 39 Hieronder vindt u een aantal thema's met betrekking tot maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dit zijn de 17 Sustainable Development Goals van de VN. Welk van onderstaande thema's herkent u als thema's waarmee verzekeraars rekening houden bij hun beleggingen/investeringen in bedrijven?

1. Geen armoede
2. Geen honger (voedselzekerheid, verbeter voeding, promoot duurzame landbouw)
3. Goede zorg en welzijn
4. Kwaliteitsonderwijs
5. Gendergelijkheid voor alle vrouwen en meisjes
6. Schoon water en sanitair
7. Betaalbare en duurzame energie
8. Eerlijk werk en economische groei
9. Stimuleren van innovatie in de infrastructuur en industrie
10. Ongelijkheid verminderen in en tussen landen
11. Duurzame groei van steden en gemeenschappen
12. Verantwoorde (duurzame) consumptie en productie
13. Actie tegen klimaatverandering
14. Beschermen van het leven in het water
15. Beschermen van het leven op het land
16. Vrede, toegankelijkheid justitie en sterke publiek diensten
17. Wereldwijde partnerschap om (duurzame) doelstellingen te bereiken
18. Anders, namelijk ...
19. Geen van allen

## Vragenlijst (10/11)

Q40 Welke vijf thema's vindt u het belangrijkste voor verzekeraars om rekening mee te houden bij hun beleggingen/investeringen in bedrijven?

1. Geen armoede
2. Geen honger (voedselzekerheid, verbeter voeding, promoot duurzame landbouw)
3. Goede zorg en welzijn
4. Kwaliteitsonderwijs
5. Gendergelijkheid voor alle vrouwen en meisjes
6. Schoon water en sanitair
7. Betaalbare en duurzame energie
8. Eerlijk werk en economische groei
9. Stimuleren van innovatie in de infrastructuur en industrie
10. Ongelijkheid verminderen in en tussen landen
11. Duurzame groei van steden en gemeenschappen
12. Verantwoorde (duurzame) consumptie en productie
13. Actie tegen klimaatverandering
14. Beschermen van het leven in het water
15. Beschermen van het leven op het land
16. Vrede, toegankelijkheid justitie en sterke publiek diensten
17. Wereldwijde partnerschap om (duurzame) doelstellingen te bereiken
18. Anders, namelijk ...
19. Geen van allen

Q 41 Wat is uw geslacht?

1. Man
2. Vrouw
3. Overig

Q42 Wat is uw leeftijd?

Q43 Bent u de hoofdkostwinner van uw huishouden? Dit is de persoon in het huishouden met het hoogste inkomen.

1. Ja
2. Nee

If Q43=2

Q44 Wat is de leeftijd van de hoofdkostwinner?

Q45 Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden, uzelf meegerekend?

1. 1 persoon
2. 2 personen
3. 3 personen
4. 4 personen
5. 5 personen of meer

If Q45=2, 3, 4 of 5

Q46 Wat is uw huidige gezinssamenstelling?

1. Samenwonend met partner zonder thuiswonende kinderen
2. Samenwonend met partner + thuiswonende kinderen, waarvan het jongste kind jonger dan 18 jaar
3. Samenwonend met partner + thuiswonende kinderen, waarvan het jongste kind een leeftijd heeft van 18 jaar of ouder
4. Alleenstaand, met thuiswonende kinderen, waarvan het jongste kind jonger dan 18 jaar
5. Alleenstaand, met thuiswonende kinderen, waarvan het jongste kind een leeftijd heeft van 18 jaar of ouder
6. Anders

# Vragenlijst (11/11)

If Q46 = 2 of 4

Q47 U heeft aangegeven dat het jongste kind in uw huishouden 17 jaar of jonger is. Meer specifiek, tot welke leeftijdscategorie behoort het jongste kind in uw huishouden?

1. 0-5 jaar
2. 6-12 jaar
3. 13-17 jaar

If Q43=1 en Q46 = 1 of 3

Q 48 Wat is de leeftijd van uw partner?

Q49 Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

1. Geen of basisonderwijs
2. LBO/VMBO (kader- of beroepsgericht)/MBO 1/VBO
3. MAVO/HAVO of VWO (overgegaan naar 4e klas)/VMBO (theoretisch of gemengd)/(M)ULO
4. MBO2, 3, 4 of MBO voor 1998
5. HAVO of VWO (met diploma afgerond)/HBS/MMS
6. HBO of universitair bachelor/kandidaats
7. HBO of universitair master/doctoraal/postdoctoraal
8. Weet niet/wil niet zeggen
9. Niet van toepassing

If Q43=2

Q50 Wat is de hoogst voltooide opleiding van de hoofdkostwinner?

1. Geen of basisonderwijs
2. LBO/VMBO (kader- of beroepsgericht)/MBO 1/VBO
3. MAVO/HAVO of VWO (overgegaan naar 4e klas)/VMBO (theoretisch of gemengd)/(M)ULO
4. MBO2, 3, 4 of MBO voor 1998
5. HAVO of VWO (met diploma afgerond)/HBS/MMS
6. HBO of universitair bachelor/kandidaats
7. HBO of universitair master/doctoraal/postdoctoraal
8. Weet niet/wil niet zeggen
9. Niet van toepassing

Q51 Wat is het totale bruto jaarinkomen van uw huishouden? Dit is een optelling van alle inkomens van de leden van het huishouden. Ook inkomen uit vermogen, alimentatie, kinderbijslag en huursubsidie moet u meetellen.

1. Minimum (minder dan € 14.100)
2. Beneden modaal (€ 14.100 - < € 29.500)
3. Bijna modaal (€ 29.500 - < € 36.300)
4. Modaal (€36.500 - < € 43.500)
5. Tussen 1 en 2 keer modaal (€43.500 - < € 73.000)
6. Twee keer modaal (€ 73.000 - < € 87.100)
7. Meer dan twee keer modaal (€ 87.100 of meer)
8. Weet niet/wil niet zeggen