



# Banken en verzekeringen

Voka - Kamer van Koophandel Mechelen organiseert elke maand een ontbijtgesprek. Vorige maand brachten we afgevaardigden uit de bank- en verzekeringswereld samen rond de tafel. Onder leiding van moderator Jean-Jacques Surny van de Beroepsvereniging van Verzekeringmakelaars (BVVM), stonden afgevaardigden van verschillende maatschappijen en ondernemingen uit de verzekeringswereld stil bij gewijzigde verplichtingen voor de sector. Op vrijdag 19 december vindt het eerstvolgende ontbijtgesprek plaats. Dat staat in het teken van HR en arbeidsmarkt. Ook u kunt hieraan deelnemen. Neem daarvoor contact op met bart.de.bruyn@voka.be.

GESPREKSLEIDING: *Jean-Jacques Surny*  
VERSLAGGEVING: *Jan Van de Poel*  
FOTO'S: *Jonas Maris*

In de Europese Unie worden de afnemers van financiële producten en diensten beschermd door de zogenaamde richtlijn MiFID. Die versterkt ook de bevoegdheden van de Autoriteit voor Financiële Diensten en Markten, de FSMA. Bij de wet van 30 juli 2013, die beter bekend staat als Twin Peaks II, zijn de principes van deze richtlijn naar de verzekeringssector uitgebreid. Het belangrijkste principe houdt in dat de afnemer van een verzekeringsproduct recht heeft op een betere bescherming en transparante informatie.

**Deze nieuwe wetgeving heeft nieuwe verplichtingen met zich meegebracht. Volgens het BVVM verzamelt deze deontologische code veel aspecten waarmee velen al langer in orde zijn. Hoe kijkt u aan tegen MiFID?**

**Chris Govaerts:** Nadat er in het voorjaar veel om te doen was, komt er wat communicatie over MiFID betreft de laatste maanden nog weinig op ons af. Binnen ons bedrijf is een projectgroep compliance opgericht, die de invoering van de nieuwe richtlijnen moet begeleiden. Zij richt zich eerst naar de dienstverlening employee benefits (de markt van groepsverzekeringen en de verzekeringen gezondheidszorg en invaliditeit, nvdr.). We verwachten dat hier de eerste controles op zullen gebeuren, aangezien het gaat over financiële producten. Voor onze dienstverlening naar BOAR (brand, ongevallen en allerlei risico's, nvdr.), zijn we reeds goed georganiseerd via ons beheerpakket BRIO + PLW (softwarepakket voor beheer verzekeringsportefeuille, nvdr.), waarmee we al jaar en dag paperless werken. Alle documenten worden bewaard in het kantendossier. Bij een controle kunnen we ▶



► makkelijk aantonen dat we alle nodige acties hebben ondernomen om onze klant optimaal te informeren.

**Kurt Huysmans:** Er is veel theoretische berichtgeving en we werken nu naar de omzetting in de praktijk. Dus nemen we het heft in eigen handen en doen we wat we mogelijk is. De wetgeving heeft verplicht een aantal zaken kenbaar te maken. Onze dienstverlening en verloningsmodel op vlak van BOAR is al consulteerbaar via onze website. Daar geven we duidelijk toelichting over ons belangenconflictenbeleid en verwijzen we ook transparant naar het verloningsmodel van de makelaar. Dit is een van de zaken waarover op voorhand veel werd gepraat, maar tot op vandaag weten onze klanten niet hoe de premie opgesplitst is in enerzijds zuivere risicopremie en anderzijds beheerskosten of commissieloon. Wij geven hen inzicht via een tabel met vermelding van de betrokken commissielonen per verzekeringstak. In het dagelijks beheer van onze activiteiten biedt onze software BRIO via een aantal tools een pak mogelijkheden, al zetten we die nog niet al-



lemaal om in de praktijk. Een toepassing zoals online klantentoeegang proberen we intussen uit in samenwerking met enkele klanten, die we ook om hun mening vragen. Op basis daarvan trachten we dan bij te sturen.

De wetgeving beoogt terecht bescherming van de klant. Anderzijds beschouw ik de zeer vormelijke bemiddelingsdocumenten als één van de knelpunten. Ik betwijfel of die documenten veel bijbrengen voor onze klanten. Voor ons als makelaar is het alleszins een bijkomende administratieve opdracht die gepaard gaat met een niet te onderschatten rendementsverlies.

De wetgeving zal onze medewerkers wel motiveren om zo volledig mogelijk en duidelijk naar de klant te communiceren en dat per mail ook te bevestigen, om ons klantendossier perfect bij te houden. Dat gebeurt op ons kantoor sinds ruim anderhalf jaar volledig paperless. Ik ben niet tegen de wetgeving, maar beschouw de administratieve overlast waarvoor die zorgt wel als een belangrijk aandachtspunt en uitdaging.

**Bart Cuypers:** Als absolute voorstanders van professionalisering, beschouwen we binnen AON de nieuwe regelgeving als zeer positief. De voorbije maanden hebben we hard geïnvesteerd in alles rond MiFID en Twin Peaks II. Zo is samen met een externe consultant specifiek nagegaan wat van ons wordt verwacht, wat we moeten doen en waar nog leemtes zitten. In vergelijking met andere makelaars gaan we ver. Liever dan uitsluitend onze commissiepercentages uit te leggen, geven we in elke offerte duidelijk onze verloning mee. Dat sluit aan op een al langer lopende evolutie in ons segment, waar een groot deel van onze klanten al op een transparante basis werkt. We verwachten dat de MiFID-wetgeving de evolutie naar het bepalen van concretere contracten nog gaat versnellen. Voor dit soort professio-

nalering zijn we vragende partij, want dat schept ook een duidelijker juridisch kader.

**Jan De Pauw:** Met de nieuwe wetgeving is het minder evident om de omslag te maken van beleggingsverzekeringen naar BOAR-verzekeringen. Voor die tweede categorie komt er een gigantische administratie aan. Transparantie en professionalisering is zeker goed, maar Twin Peaks II gaat veel verder. Anderzijds schuilen er evengoed opportuniteiten in. Documenten die een zekere informatie bevatten, maken meer mogelijk op vlak van cross- en upselling. Daaraan heeft de bankverzekeringswereld absoluut behoefte.



**Chris Govaerts:** Het geeft inderdaad mogelijkheden, maar meer transparantie houdt ook veel meer werk in. Je zal goed georganiseerd moeten zijn om te overleven. In Nederland zijn bijvoorbeeld veel makelaars verdwenen door het invoeren van de zogenaamde zorgplicht. België telt vandaag 6.000 makelaars. Ik verwacht tegen 2020 een enorme terugval in het aantal makelaars. Maandelijks ►

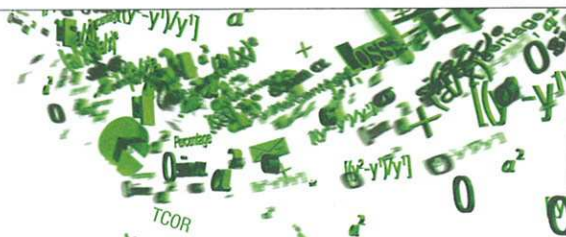
Aon Risk Solutions

## Dankzij kennis en data beter ondernemen

Elke dag stelt Aon wereldwijd ondernemers in staat om succesvol te ondernemen. Dit doen wij met onze expertise, scherpe analyses en creativiteit. Zo helpen wij u bij het nemen van doordachte beslissingen in risicomanagement en human resources.

Ontdek ook hoe Aon u kan ondersteunen op [www.aon.be](http://www.aon.be).

Risk. Reinsurance. Human Resources.



**AON**  
Empower Results®



► worden we wel een keer geconsulteerd voor de overname van een kantoor.

### Houdt MiFID voor jullie opportuniteiten in, wanneer de kleineren op de markt moeten verdwijnen?

**Bart Cuypers:** Het gaat er vooral om dat elke schoenmaker bij zijn leest moet blijven. Ondernemingen met een kleine structuur, houden zich best niet bezig met complexe dossiers. Omgekeerd geldt dat evenzeer. Met hun kostenstructuur is het voor grote spelers niet efficiënt om kleine klanten te bedienen. De komende jaren zullen nog veel makelaars hun portefeuille willen verkopen en voor een deel van de populatie speelt daarbij ook de leeftijd een rol. De zelfstandige makelaarswereld heeft de voorbije jaren beperkte instroom gekend. Een kantoor uit het niets opbouwen, is nog weinigen gegeven. Een consolidatiegolf zal je altijd wel zien. De gewijzigde wetgeving zal die alleen wat versnellen. Ik geloof dat alle maatregelen met oog op meer transparantie onze markt nog fundamentele zullen veranderen. Zo lijkt me een verloning op basis van een commissie meer aangewezen bij particuliere klanten, waarbij ook het solidariteitsprincipe meer speelt. Bij een schadedossier zullen de inspanningen van de makelaar meer tijd vragen, dan de beperkte commissie die hij bij hen int. De beschikbare tools laten kleinere spelers ook toe om efficiënt te werken. Zij die dit nalaten, zullen er uitgaan. MiFID zal die consequentie enkel maar versnellen.



**Johan Van Bael:** Met onze ervaring op de Nederlandse markt, is Delta Lloyd Life als pure levensverzekeringsmakelaar op de Belgische markt zeer goed voorbereid op MiFID. Want Twin Peaks ►



**Jean Jacques SURNY**

Beroepsvereniging van Verzekeringmakelaars (BVVM)  
Secretaris-generaal



**Bart CUYPERS**

AON  
Business Line Manager Middle Market



**Chris GOVAERTS**

Van Dessel Insurance Brokers  
Chief Operating Officer



**Kurt HUYSMANS**

Huysmans Verzekeringen  
Zaakvoerder



**Jan DE PAUW**

AG Insurance  
Zonal Insurance Manager Antwerpen-Kempen



**Johan VAN BAEEL**

Delta Lloyd Life  
Sales Manager North



► II heeft de grootste impact op de tak van de levensverzekeringen. Net zoals in Nederland, zal de professionalisering ook in België het aantal spelers op de markt doen inkrimpen. Dat is een gezond economisch principe, dat de markt in beweging zet. In Nederland heeft vooral het fenomeen van de woekerpolis tot een echt slagveld op de markt geleid. Door de Belgische vertaling van de Europese regelgeving zullen de makelaars



nog meer vertrekken vanuit een analyse van de behoefte van hun klanten. Wat een goede tendens is. Op het eerste zicht brengt het meer administratie mee. Maar dat kan je ook commercieel inbedden, door je niet strikt te houden aan het invullen van die verplichte vragenlijsten. Eenmaal je die vragen van buiten kent, kan je die opnemen in een spontaan gesprek en dat achteraf als antwoorden van de klant in die vragenlijsten verwerken. Dat het gesprek met de klant op een andere manier wordt aangegaan, brengt wel meer organisatie op het kantoor mee. Ook dat zorgt uiteindelijk weer voor een meer professionele dienstverlening.

**Naast aandacht voor zowel opleiding, ontwikkeling van tools als transparantie, speelt ook het zogenaamde level playing field (rechtvaardigheidsprincipe waarbij alle spelers dezelfde regels moeten volgen, nvdr.). De zogenaamde verbonden agent moet geen enkele informatie over zijn vergoeding geven. Dat is voor de beroepsfederatie onverdiedigbaar. Hoe kijken jullie hier tegenaan?**

**Johan Van Bael:** Op de Nederlandse markt zie je vandaag al dat consumenten die onder een bepaald spaarvolume blijven, te horen krijgen niet rendabel te zijn voor hun maatschappij en dat ze hun zaken maar via het internet moeten afhandelen. Deze tendens is niet in het belang van een zeer grote groep van consumenten.

**Chris Govaerts:** Ook in Engeland wordt vandaag tachtig procent van de BOAR-verzekeringen verkocht via het internet. Aan die evolutie zal ook België op termijn niet ontsnappen. Ik vraag me af of een klant een aanbod van een verzekering, met een duidelijk vermeld commissieloon van dertig procent, zal aanvaarden. Wetende dat een particulier gemiddeld slechts een keer om de zeven à tien jaar schade heeft. Die zal zich wel afvragen of die commissie normaal is en het niet beterkoop via het internet kan. De consument wil een verantwoording krijgen van de makelaar voor de kost van zijn dienstverlening. We moeten ook voorkomen af te glijden naar Scandinavische toestanden, waar pas in geval van schade wordt gezocht naar een makelaar die de afhandeling ervan het goedkoopst kan regelen.

## Risico's beheersen? Vertrouw op Van Dessel.



Verzeker uw bedrijf met sterke dekkingen



Kies een betrouwbare verzekering voor transport en personenvervoer



Stel uw pensioen veilig



Verzeker uw gezin tegen alle risico's



Verzekeringskantoor Van Dessel NV

Misstraat 112 | B-2590 Berlaar | 03 482 15 30 | info.berlaar@vandessel.be  
Ontdek ons volledig aanbod en onze filialen op [www.vandessel.be](http://www.vandessel.be)

FSMA 11423





**Bart Cuypers:** De MiFID-wetgeving tracht een aantal cowboys aan te pakken, maar een groot deel van onze markt is vandaag al zeer professioneel bezig. De consument heeft er geen behoefte aan om de marge van de verkoper te weten van eender welk product hij zich zal aanschaffen. Een goede verloning van de makelaar is voor een cliënt geen probleem, als daar een goede service tegenover staat. Bovendien mag je niet voorbijgaan aan het belang van het solidariteitsprincipe. Ik denk niet dat een cliënt na het afsluiten van een verzekering in geval van schade nog eens extra wil betalen aan zijn verzekeraar. Transparantie is vooral belangrijk bij niet-gestandardiseerde producten in bijvoorbeeld een business-to-businessverhaal. Het commissiemodel is zeer efficiënt voor de particuliere markt, zowel op vlak van administratie als het afhandelen van transacties.

**Kurt Huysmans:** Afstappen van dit model zal allerminst in het voordeel van

de consument zijn. Als we in geval van schade onze klanten per uur zouden moeten factureren, zou de rekening in veel gevallen veel hoger oplopen dan de huidige commissie die nu al in de premie vervat zit. Naar transparantie rond vergoedingen, lijkt het evident dat alle spelers op de markt, hetzij makelaars, agenten, online verzekeraars of rechtstreekse verzekeraars, aan dezelfde regels worden onderworpen.

**Bart Cuypers:** Discussies over de marge met particuliere consumenten zijn niet aan de orde. Natuurlijk zijn we er niet alleen om break-even te draaien. Maar een particuliere consument kan evenmin inschatten wat een uur door ons geleverde prestaties kost. Als we die discussie zouden aangaan, zou dat een gigantische impact hebben. Zowel naar onze business als naar de geleverde service aan de cliënt.

**Chris Govaerts:** Bij particuliere klanten biedt een tweesporenbeleid uit-

komst. Je moet erop voorbereid zijn op cliënten die eerder naar de prijs dan de geboden service kijken. Hen zullen we de weg wijzen naar de online broker. In beide gevallen verlenen we advies afgestemd op de behoefte van de klant. Op de ondernemingsmarkt woedt er een enorme strijd tussen de makelaars uit de top tien. De premies zijn al uitgemolken. Nu zie ik ook fees verschijnen die niet meer realistisch zijn. Dat is een gevaarlijke evolutie.

**Bart Cuypers:** Hierbij speelt de competitiviteit van onze business mee. Er zijn te veel makelaars die in dezelfde vijver vissen, waardoor de markt negatief gaat. Iedereen wil extra zaken doen en spant zich in om klanten te winnen. De klant wint in eerste instantie met een lagere fee, terwijl de kwaliteit van de service er op langere termijn wel op achteruitgaat.

**Johan Van Bael:** Een consument moet nog altijd de keuze kunnen maken op welke manier hij zijn product koopt en hoe hij van dienstverlening kan genieten. Als iemand door een beperkt spaarvolume verplicht wordt om online een product te kopen, dan zijn we verkeerd bezig.

**Bart Cuypers:** Ik denk dat de particuliere klant nog zelf zijn keuze maakt. We mogen niet blind zijn voor de evolutie. Velen van wie vandaag online aankoopt, informeren zich vooraf goed vooraf. Verzekeraars ontwikkelen websites ter ondersteuning van hun makelaars, die ook de verkoop via hun makelaar ondersteunen. Informatie verstrekken was vroeger een monopolie van makelaars en agenten. Vandaag gaat de consument zelf op zoek naar informatie, die hij vindt op blogs. Een klant die bij een makelaar gaat, moet er zich wel bewust van zijn dat hij deel uitmaakt van de portefeuille

## Themadossiers 2015

FEBRUARI HR & Arbeidsmarkt  
 MAART ICT & Mobile Office  
 APRIL Bouw & Immo

In elk dossier brengen wij een aantal specialisten uit de belichte sector rond de tafel om hun visie te delen met elkaar én onze lezers. Dit panelgesprek biedt tegelijk een uitstekende mogelijkheid om uw diensten onder de aandacht te brengen van ondernemers in het arrondissement Mechelen.

Voor meer informatie over deelname aan een van de panelgesprekken rond bovenstaande topics of publiciteit in een dossier kan u steeds terecht bij Bart De Bruyn op het nummer 0470-17 01 25 of [bart.de.bruyn@voka.be](mailto:bart.de.bruyn@voka.be)



► van die makelaar. Daardoor kan hij genieten van het volume dat die makelaar in de markt plaatst.

**Volgens het FSMA zijn klanten vaak onvoldoende geïnformeerd voordat ze een contract afsluiten. Met nieuwe verplichtingen wil het daarop inspelen. Nochtans denken we dat net te veel informatie ook een verkeerd beeld kan creëren bij de klant. Hebt u daar ervaring mee?**

**Johan Van Bael:** Over de eerder vermelde vragenlijsten zijn lange discussies mogelijk. Als levensverzekeraar vinden we bepaalde verplichtingen alleszins een goede zaak. De MiFID-vragenlijsten verplichten bemiddelaars om bepaalde essentiële vragen te stellen. Wie eerder al in die zin werkte, heeft hiermee vandaag geen moeite. Het belangrijkste is wel dat de klant moet bewust worden gemaakt van de mogelijkheden die er zijn om een vermogen op te bouwen, dat hem met het oog op zijn steeds zwakker geworden sociale zekerheid voldoende draagkracht kan blijven bieden. Klanten daarvan bewust maken, is voor onze sector duidelijk een maatschappelijke taak aan het worden. Dus zullen de makelaars hun klanten moeten laten inzien dat zij de gevraagde informatie nodig hebben, om hen ook een zo juist mogelijk advies te verstrekken.

**Jan De Pauw:** Er moet onderscheid worden gemaakt tussen de takken spaarverzekeringen en beleggingsverzekeringen. Er zullen nieuwe producten komen, hoofdzakelijk in deze laatste tak omdat er duidelijk een verschuiving naar is.

**Kurt Huysmans:** Ik verkoop bewust beleggingsverzekeringen noch beleggingen, om de relatie met onze klanten niet bloot te stellen aan potentiële risico's. Ook al heb je als makelaar bij aanvang



juiste informatie gegeven, als het later slecht loopt dreigt men dat wel eens te vergeten. Beleggen en verzekeren zijn mijns inziens ook totaal verschillende materies.

**Bart Cuypers:** Vandaag is er nog te weinig gereguleerd, waardoor bepaalde tussenpersonen nog te veel hooi op hun vork kunnen nemen in een niche waarover ze te weinig kennis hebben. Zo kan bijvoorbeeld eenieder met een FSMA-nummer eender welke onderneming met een supercomplex defined benefit plan adviseren, zonder over de juiste kennis te beschikken. Als beter wordt afgelijnd wie wat wel en niet mag, is er meer concrete controle mogelijk die ook toegespitst is op de verschillende niches.

**Kurt Huysmans:** Het blijft ook nodig om opleidingen te volgen. Medewerkers moeten hun kennis permanent op een goede manier kunnen aanvullen. In die zin nemen de maatschappijen en federaties gelukkig vandaag zelf veel initiatieven.

**Johan Van Bael:** Uiteraard moet paal en perk worden gesteld aan praktijken van adviseurs die producten verkopen, waarvan ze zelf niet eens weten wat die meer in detail inhouden. Anderzijds mag de consument niet gaan denken dat elk advies door commissie gestuurd is. Met advies naar beleggingsverzekeringen is niets mis, althans geadviseerd aan de juiste cliënt.

**Chris Govaerts:** De FSMA wil een herhaling van de financiële crisis van 2008 voorkomen. Zelfs met strenge regelgeving, zullen we volgens vele economen niet aan een nieuwe crisis ontsnappen. Het is eigen aan de tijd dat mensen rendement zoeken, zeker met de rente op spaarboekjes die erg laag is. Door MiFID komt er meer professionalisme, wat voor iedereen een goede zaak is. Wij maken reeds sinds jaren een duidelijk onderscheid tussen beleggingsverzekeringen en andere producten. Heel die service is ondergebracht in een aparte afdeling. Wie bezig is met schadeverzekeringen, mag onze cliënten over dergelijke producten niet adviseren. Specialisatie is een noodzaak bij zo'n complexe materie, ook om je cliënten tevreden te kunnen stellen.



**Jan De Pauw:** Voor onze 120 kantoren in de zone Antwerpen hebben we twee voltijdse mensen die zich specifiek toeleggen op groepsverzekeringen via de werkgever. Met de regelgeving die op ons afkomt, zal zulke verdere specialisatie nog meer nodig zijn. ○

<p><b>NVH</b> VAN HEUKELOM NV MECHELSESTEENWEG 5 2220 HEIST-OP-DEN-BERG</p> <p>tel. 015/25 12 11 fax 015/25 18 11</p>	<p>KANTOORMACHINES - &amp; BENODIGDHEDEN - KASSASYSTEMEN - PAPIER - SCHOOLMATERIAAL</p>		
<p><b>KYOCERA</b></p>	<p><b>brother</b> At your side.</p>	<p><b>hp</b> invent</p>	<p><b>Panasonic OKI</b></p>
<p>welkom in de wereld van New Van Heukelom <a href="http://www.nvh.be">www.nvh.be</a></p>		<p><a href="mailto:info@nvh.be">info@nvh.be</a></p>	
<p><b>EIGEN NA-SERVICE</b></p>			