

RENÉ TEUWEN, TEUWENSCHOUTEN/TDM

KORT NIEUWS

■ In de eerste vier maanden van 2011 vonden 42 juweliersovervallen plaats. Tot dusver is 2010 het recordjaar (76 overvallen tegen een jaargemiddelde van 43), aldus **Nassau verzekeringen**.

■ **Delta Lloyd Groep** zag de bankspaaraldi in het eerste kwartaal bijna verdubbelen tot 832 miljoen euro.

■ **Mondial Assistance** heeft de Kortlopende Annuleringsverzekering aangevuld met dekking voor de totale trip als een van de onderdelen van een samengestelde reis uitvalt. De extra premie bedraagt 1 procent van de reissom.

■ Alle MoneyView premievergelijkers gaan een standaard onderdeel vormen van het nieuwe **Figlo** Platform.

■ **Hugo Wegbrans** (44) is toegetreden tot de directie van Aon Risk Solutions, een bedrijfsonderdeel van Aon Nederland.

■ **Avéro Achmea** heeft de particuliere schadeproducten van het Compleet Bij Elkaar Pakket via de Volmachtbeheer Producten Interface (VPI) beschikbaar gesteld aan volmachtkantoren.

■ De **Jonge Honden Prijs 2011** van de Vereniging van Jonge Apothekers is gewonnen door vijf apothekers die een project uitvoeren om patiënten met hartfalen op te sporen. De prijs voor het meest innovatieve project ging naar Koen Kistemaker. De Jonge Honden Prijs wordt gesponsord door Movir.

“Waarom start intermediair geen vergelijkingsite?”

Tam. Zo noemt René Teuwen, partner TeuwenSchouten en TDM, de huidige reclame-uitingen van verzekeraars en andere financiële instellingen. Desondanks ziet hij interessante ontwikkelingen.

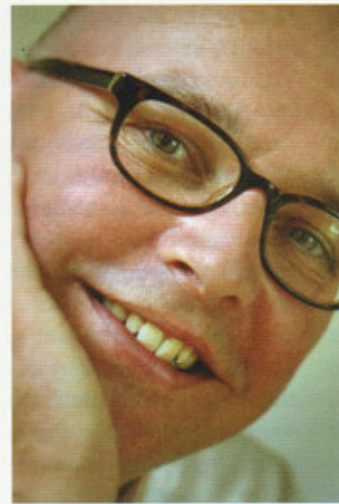
Teuwen: “ASR Verzekeringen betaalt de adviseur 50 euro per schade die hij afhandelt. Ik vind dit een heel goed initiatief. Het laat zien dat ASR begrijpt dat het verdienmodel van het intermediair verandert. En dat de maatschappij actief wil bijdragen aan de ontwikkeling van een nieuw business model.

“Ik zie wel verschillen. Een aantal bedrijven zit niet bij de pakken neer en is innovatief aan de slag gegaan. Andere ondernemingen zijn meer als het hert dat de weg oversteekt en vervolgens verschrikt blijft staan als het wordt gevangen in het licht van een aanstormende auto. Een groot deel van het establishment kun je vergelijken met dat hert. “In het verleden zetten intermediair en ATP-maatschappijen zich af tegen de direct writers toen deze opkwamen. Nu weten we dat het marktaandeel van de direct writers is blijven steken rond de 30 procent. En de intermediaire sector heeft veel van de direct writers geleerd, bijvoorbeeld als het gaat om direct marketing. Bij online verkoop kunnen retailbedrijven tegenwoordig zelfs meer van de financials leren dan andersom. Want hoe verkoop je een auto of kleding via het internet? Financiële

ondernemingen zijn al langer gewend op afstand te verkopen.

“Wat is ervan te leren? Zo moet de intermediairsector ook aankijken tegen de opkomst van de internetaanbieders. Allianz Nederland heeft Allsecur niet neergezet als verlengde van de bestaande organisatie die ook het intermediair bedient. Er is gekozen voor een nieuwe, afzonderlijke organisatie. Daardoor kan de focus totaal op internet zijn en dat is een van de grootste successleutels van Allsecur.

“Ditzo speelt in op de onvrede bij de consument. Maar niet alleen door zich af te zetten tegen andere verzekeraars. Cruciaal is dat Ditzo ook echt met oplossingen komt.



René Teuwen.

“In het Verenigd Koninkrijk zijn vergelijkingsites allesbepalend geworden, zeker bij autoverzekeringen. Die ontwikkeling gaan wij in Nederland ook krijgen. In Nederland zijn er natuurlijk al verschillende vergelij-

kingssites, maar dat is nog maar het begin. En waarschijnlijk komen er ook vergelijkers van vergelijkers.

“Het intermediair hoeft de ontwikkeling niet met lede ogen aan te zien. In het VK is de marktpositie van het intermediair dankzij de opkomst van vergelijkingsites juist weer verbeterd. Dit door zich op specifieke doelgroepen te richten en daar een product voor te maken dat in de vergelijking hoog scoort. En waarom zou het intermediair niet zelf een gezamenlijke vergelijkingsite beginnen? Het is me een raadsel waarom Adfiz niet allang het initiatief voor zo'n gezamenlijke site genomen heeft.” ■

Onafhankelijk adviesplatform zoekt financiers

De voormalige Independer-medewerkers Christiaan Bouter en David de Boom die in VVP 18 aankondigden te werken aan de realisatie van een Onafhankelijk Adviesplatform zijn inmiddels begonnen aan de daadwerkelijke bouw ervan.

Hiervoor heeft zich een derde partner bij het project gevoegd: Maarten Holl. Ook hij is een voormalig medewerker van Independer. De drie zijn nog op zoek naar investeerders en daarom vinden er op 24 en 26 mei speciale bijeenkomsten plaats waarin de details van het platform bekend worden gemaakt

aan potentiële investeerders. In een later stadium zullen alle advieskantoren van Nederland betrokken worden. Het internetplatform wordt een gezamenlijke ontwikkeling van de adviesbranche en anticipeert op het provisieverbod vanaf 2013. “Door de dienstverleningsvormen, advies тариєven en klantwaarderingen zichtbaar te maken op een onafhankelijk internetplatform ontstaat inzicht in de toegevoegde waarde en prijs-kwaliteitverhouding van een advieskantoor”, aldus Bouter. “Er zal een speciale Stichting worden opgericht, die toeziet op de onafhankelijkheid en objec-

tiviteit van alle data.” Het verschil met de hypotheekadviescheck van Independer is dat de kantoren die op de site vermeld staan zelf eigenaar worden van alle data met betrekking tot klantervaringen. Er zullen geen vergoedingen voor leads worden gevraagd aan advieskantoren en goedgekeurde beoordelingen zullen na uitgebreide controle altijd worden geplaatst, verzekeren de initiatiefnemers. Het platform richt zich in eerste instantie op hypotheekadvies, maar zal daarna uitgebreid worden met pensioen- en vermogensadvies (zie ook VVP 18). ■