

Inboedelverzekeringen

In deze editie van het Special Item staan de inboedelverzekeringen centraal. De laatste keer dat aandacht werd besteed aan de inboedelverzekeringen was in februari 2012 (Special Item nummer 19). In dit Special Item nemen we de ontwikkelingen en vernieuwingen in de tussentijdse periode onder de loep. Tevens wordt gekeken naar de ontwikkelingen van de uiteindelijke klantpremies en de ontwikkelingen binnen de polisvoorwaarden, het gebruik van verbondswaardemeters in de afgelopen jaren en naar de marktcijfers en – ontwikkelingen. Verder wordt aandacht besteed aan de eigen risico's bij schade en komt de steeds verder toenemende tariefdifferentiatie aan bod. Uiteraard beginnen we met de MoneyView ProductRating op basis van prijs en kwaliteit.

MoneyView *ProductRating*

Ten behoeve van de ProductRating Prijs zijn 51 producten vergeleken, waarvan 19 Extra Uitgebreide producten (EUG) en 32 All Risk producten (AR). De prijsanalyse is gedaan op basis van 28.656 door MoneyView opgestelde klantprofielen, waarbij de premies zijn berekend volgens standaard acceptatie en tarieven. De gehanteerde klantprofielen variëren in leeftijd van de verzekeringnemer, inkomen, regio, gezinssamenstelling, type woning en beveiliging. Het verzekerd bedrag is tot stand gekomen door gebruik te maken van de inboedelwaardemeter van het Verbond van Verzekeraars of (indien van

toepassing) de waardemeter van de maatschappij zelf. De premies zijn berekend op basis van huurwoningen zonder een glasdekking of (vrijwillige) beveiliging. De inboedelpremies voor koopwoningen zijn niet berekend, omdat de inboedelverzekering dan in de meeste gevallen wordt gesloten in combinatie met een opstalverzekering, waardoor vaak een premiekorting van toepassing is. Ten behoeve van de ProductRating Kwaliteit zijn 57 producten onderzocht op voorwaarden en mogelijkheden. Hiertoe zijn 92 criteria uit de MoneyView ProductManager geselecteerd.

5-STERRENPRODUCTEN **PRIJS**



- **ANWB** - Inboedel - Zilver (EUG)
- **Nationale-Nederlanden** - Inboedel (EUG)
- **Verzekerezelf.nl** - Inboedel (EUG)
- **Unigarant** - Inboedel - Zilver (EUG)
- **Zelf.nl** - Inboedel (AR)

5-STERRENPRODUCTEN **KWALITEIT**



- **Delta Lloyd** - Inboedelverzekering (AR)
- **Interpolis** - Inboedelverzekering TOP (AR)
- **Nationale-Nederlanden** - ZPP Inboedelverzekering (AR)
- **OHRA** - Inboedelverzekering (AR)
- **REAAL/SNS Bank/BLG Wonen** - Inboedelverzekering (AR)

In de vorige onderzoeken naar inboedelverzekeringen (in september 2010 en februari 2012) behaalde geen enkel product op zowel prijs als kwaliteit een 5-sterrenrating. Dat is ook nu weer het geval. Nationale-Nederlanden is de enige aanbieder die met twee verschillende producten (namelijk op prijs het 'directe' product, en op kwaliteit het inboedelproduct uit het Zekerheidspakket voor particulieren) een 5-sterrenrating heeft behaald. Bij de bepaling van de ProductRating Prijs is uitgegaan van een premie exclusief eventuele pakket-, leden- of collectiviteitskortingen. Leden van de ANWB

krijgen 5% korting op de producten die de ANWB betreft van Unigarant. Daar staat dan wel tegenover dat het lidmaatschap € 17,25 per kalenderjaar bedraagt. ANWB, Unigarant en Verzekerezelf.nl behaalden in het Special Item over Inboedelverzekeringen van februari vorig jaar ook een 5-sterrenrating op prijs. Als het gaat om de ProductRating Kwaliteit geldt dat eveneens voor Interpolis, Nationale-Nederlanden en SNS Bank. Voor de onderbouwing van de totstandkoming van de ProductRatings verwijzen wij naar www.specialitem.nl

Wilt u de **prijsanalyse** ontvangen waarop de **ProductRating 'Prijs'** is gebaseerd? Surf naar www.specialitem.nl, download het bestelformulier en stuur dit op naar MoneyView.

Wilt u de **ProductRating 'Kwaliteit'** zelf genereren en nagaan welke **ProductRating** uw product heeft? Dat kan met de **MoneyView ProductManager**. Neem contact op met MoneyView voor meer informatie over abonnementen of een gratis demoversie.

Heeft uw product een 5-sterren **ProductRating**? Gefeliciteerd! Wilt u met het ProductRating-logo naar buiten treden in advertenties, op websites of andere uitingen? Neem contact op met MoneyView en vraag naar de voorwaarden.

MoneyView 

Contactgegevens:
020 - 626 85 85 of
specialitem@moneyview.nl

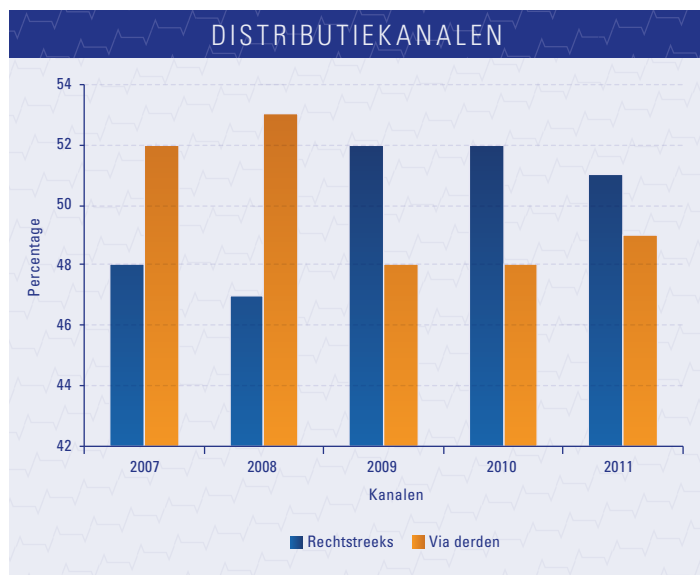
Marktfeiten **Toegelicht**

Productaanbod

Er is een groot aantal aanbieders van inboedelverzekeringen actief op de Nederlandse markt. Enerzijds gaat het hierbij om verzekeraars met producten onder eigen naam, anderzijds om volmachtproducten en labels. Ten opzichte van februari 2012 zijn er in het aantal aanbieders weinig verschuivingen waar te nemen. Niet nieuw op de markt, maar wel nieuw in de MoneyView-databases, zijn de producten van Ditzo, Inshared en Lancyr. Florius is gestopt met het aanbieden van schadeverzekeringen, waardoor ook het inboedelproduct is komen te vervallen. SNS en REAAL hebben sinds begin dit jaar een nieuw tarief op de markt gebracht, dat ook wordt verkocht via SNS REAAL dochteronderneming BLG Wonen.

De MoneyView-databases bevatten momenteel 59 producten van in totaal 35 aanbieders. De markt is (nog steeds) op te delen in drie dekkingen: Uitgebreide (UG) (2 producten), Extra Uitgebreide (EUG) (21 producten) en All Risk (alle van buitenlandse onheilen, oftewel AR) (36 producten). In de afgelopen jaren zijn de producten met een All Risk dekking in aantal toegenomen, terwijl het aantal producten met een (Extra) uitgebreide gevarendekking afneemt.

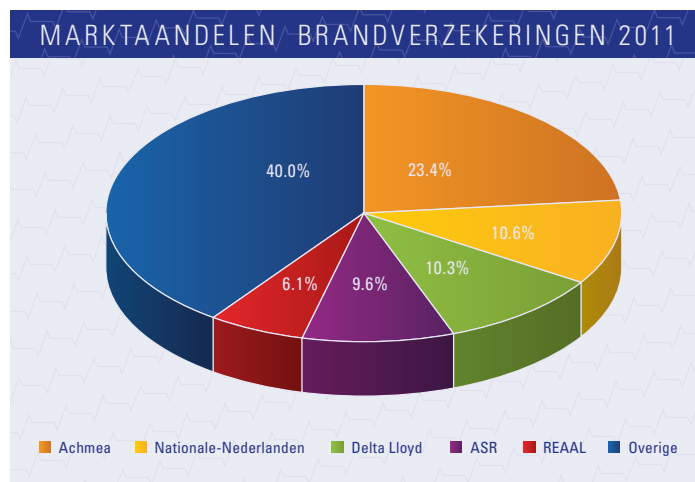
Steeds vaker verkopen de traditionele intermediairmaatschappijen rechtstreeks aan de consument. Zo heeft AEGON in de loop van het vorige jaar, naast het huidige Woon- & VrijeTijdPakket, een online pakket op de markt gebracht. Mede door dit soort ontwikkelingen is de verkoop via het intermediaire kanaal steeds kleiner geworden. Dit ten gunste van het directe kanaal en/of de verkoop via internet. In 2011 trekt de verkoop via derde partijen enigszins aan. Overigens maakt het Verbond van Verzekeraars tegenwoordig geen onderscheid meer in de diverse distributiekanaalen en spreekt enkel van rechtstreekse verkoop en verkoop via derden. Internet is geen distributiekanaal, maar een distributiemethode die door beide kanalen wordt gebruikt.



Bron: Verbond van Verzekeraars

Marktcijfers

In onderstaande figuur is voor de grootste brandverzekeraars aangegeven welk marktaandeel zij hebben binnen de totale branche Brand in 2011. De marktaandelen zijn gebaseerd op zowel de particuliere als de zakelijke brandmarkt, waarbij geen onderscheid wordt gemaakt tussen inboedel, inventaris, opstal, enzovoorts. De Achmea-groep heeft met 23,4% het grootste marktaandeel. Ten opzichte van 2010 zijn ASR en Nationale-Nederlanden enigszins gegroeid (met respectievelijk 0,6% en 0,3%), terwijl Delta Lloyd met 0,5% is gedaald. Nieuw in de top-5 is REAAL met een marktaandeel van 6,1%.



Bron: AM jaarboek 2012

Tussen 2005 en 2010 zijn de bruto premie-inkomsten van brandverzekeraars met ruim 6% gestegen, van ruim € 3,52 miljard naar € 3,72 miljard. In 2011 bedroegen deze inkomsten € 3,68 miljard, een daling van 5,8% ten opzichte van 2010. Uit de cijfers is verder gebleken dat het aandeel van de particuliere markt is gestegen en dat de inkomsten op de zakelijke markt gedaald zijn.

	2007	2008	2009	2010	2011
POLISSEN X 1MILJOEN	6.3	6.2	6.1	6	5.9
PREMIE PER POLIS	120	118	122	125	120
SCHADEFREQUENTIE	5	4	5	6	6
GEMIDDELDE SCHADEOMVANG	1050	1200	1220	1300	1240

Ondanks het feit dat de bruto premie-inkomsten op de particuliere markt zijn gestegen, is het aantal polissen en de gemiddelde premie per polis voor inboedelverzekeringen in 2011 gedaald ten opzichte van de voorgaande jaren. De schadefrequentie per 100 verzekeringen blijft op hetzelfde niveau. Per 100 verzekeringen worden gemiddeld zes schades geclaimd, terwijl het gemiddelde schadebedrag is afgenomen met ongeveer 5%.

Productontwikkelingen **Uitgelicht**

⚡ *Waardemeters: Premier risque en Verbond van Verzekeraars versus maatschappij*

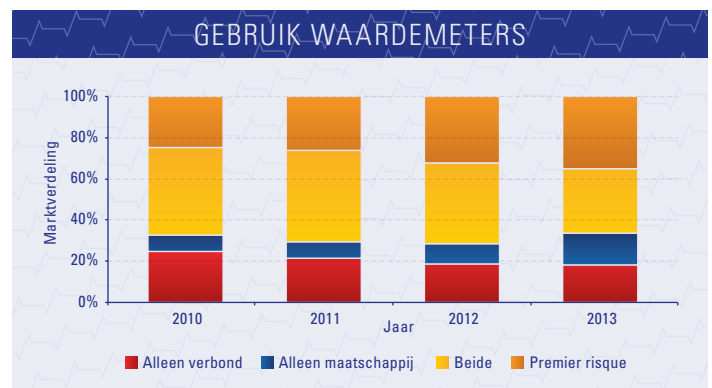
Het aantal premier risque verzekeringen neemt toe: deze groep producten beslaat nu 35% van de markt. Bij deze verzekeringen wordt geen gebruik gemaakt van een waardemeter om garantie tegen onderverzekering te geven. In plaats daarvan dekken ze schade tot een vast bedrag en wordt geen beroep gedaan op onderverzekering. De premie is niet gebaseerd op een verzekerde som, maar kan wel variëren omdat de verzekerde risico's niet altijd gelijk zijn. Door de toename van het aantal producten dat op deze manier de schade dekt, neemt het gebruik van inboedelwaardemeters af. Waar in 2010 nog bij 75% van de producten een inboedelwaardemeter gebruikt werd om de verzekerde som en daarmee de premie te bepalen, is dat nu nog 65%.

Binnen de producten die gebruik maken van een inboedelwaardemeter is de Verbondswaardemeter steeds minder populair. Een verzekerde kon in 2010 nog bij 89% van de producten gebruik maken van de waardemeter die door het Verbond van Verzekeraars is opgesteld. In 2013 is dat aandeel gedaald naar 76%. Bij de overige producten wordt de waarde bepaald aan de hand van een eigen methodiek. De eigen waardemeter is overigens in veel gevallen een afgeleide van de Verbondswaardemeter.

Sinds 2012 is ook een toename waar te nemen in het aantal producten dat het verzekerde bedrag volledig buiten beschouwing laat en altijd waardegarantie geeft. Dat betekent dat de premie alleen berekend wordt op basis van de persoonlijke situatie van de verzekerde. Zolang de verzekerde zijn gegevens correct doorgeeft, zal de verzekeraar nooit een beroep op onderverzekering doen. Deze verzekeringen gedragen zich in feite als een premier risque verzekering zonder maximumbedrag.

Omdat er geen waardemeter meer aan te pas komt, vindt er ook geen indexering van het verzekerde bedrag plaats. De premies wijzigen wel wanneer de persoonlijke situatie van de verzekerde verandert.

In de onderstaande grafiek, die de ontwikkeling van het relatieve aantal premier risque producten ten opzichte van de producten die gebruik maken van een inboedelwaardemeter laat zien, zijn voornoemde verzekeringen ingedeeld bij de premier risque verzekeringen. De producten met een waardemeter zijn opgesplitst in producten die alleen de Verbondswaardemeter gebruiken, producten die alleen een eigen waardemeter gebruiken en producten die beide waardemeters accepteren.

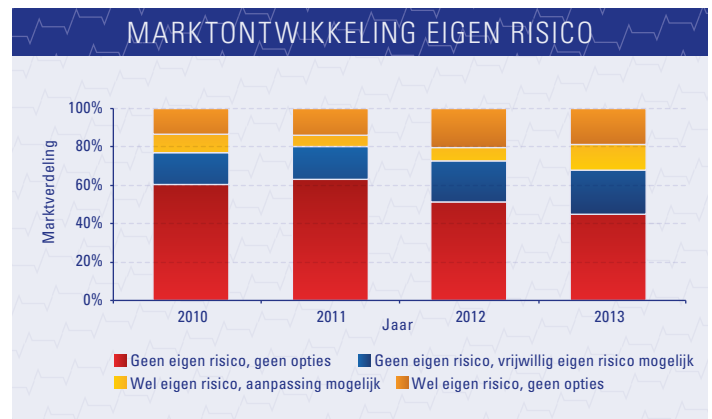


⚡ *Toename kleine schademeldingen en ontwikkeling eigen risico*

Op 7 maart jongstleden berichtten het Algemeen Dagblad en RTL Z dat de verzekeraars ASR, Delta Lloyd, Univé en Nationale-Nederlanden meer claims krijgen van kleine schades. De toename van het aantal claims kan een gevolg zijn van economisch moeilijker tijden, maar ook van de toename van het gebruik van elektronische apparatuur binnen de woning. In Verzekerd van Cijfers (2012) is te zien dat het aantal schademeldingen sinds 2008 is opgelopen met een procentpunt per jaar van 4% in 2008 naar 6% in 2010. In 2011 lag het aantal eveneens op 6%. Het gemiddelde schadebedrag is van 2008 tot 2010 opgelopen van € 1.200,- naar € 1.300,-, maar in 2011 daalde het weer tot € 1.240,-. Hoe de opbouw van het gemiddelde schadebedrag is geweest, kan uit de gegevens niet opgemaakt worden.

Een mogelijke reactie van verzekeraars op de toename van het aantal kleine schademeldingen is een aanpassing van het eigen risico. Partijen die voorheen geen eigen risico hanteerden, hebben nu gekozen om toch een vrijwillig eigen risico aan te bieden. Aanbieders die wel een eigen risico hanteren, hebben er voor gekozen om de afkoop van dat eigen risico duurder te maken. Als naar de marktverdeling van eigen risicobedragen wordt gekeken, dan valt op dat bij steeds meer producten opties in de hoogte van het eigen risico worden aangeboden.

Sinds 2011 is het aandeel van producten die helemaal geen keuzemogelijkheid bieden ten aanzien van het eigen risico, gedaald van 77% naar 64%. Deze verschuiving is grotendeels te wijten aan de relatieve sterke daling van het aantal producten dat geen eigen risico hanteert en waarbij ook geen vrijwillig eigen risico mogelijk is (van 63% in 2011 naar 45% in 2013). Het aantal producten, waarbij het helemaal niet mogelijk is om geen eigen risico te hoeven betalen, is gestegen van 15% in 2010 en 2011 naar 20% in 2012 en 2013.



Trends & ontwikkelingen **Toegelicht****Ontwikkeling klantpremies**

Om te kunnen beoordelen hoe de premies voor inboedelverzekeringen zich hebben ontwikkeld ten opzichte van vorig jaar, zijn alle profielen ook berekend op basis van de data die in mei 2012 actueel waren. Dit maakt het mogelijk om de ontwikkeling van de klantpremies over de gehele markt en per maatschappij te bekijken. Bij 49% van de onderzochte producten kan de verzekerde som worden bepaald met de Verbondsmeter. Ten opzichte van de Verbondsmeter van 2012 is in 2013, wanneer exact dezelfde uitgangspunten worden gebruikt, de waarde van een inboedel 0,8% lager geworden, waarmee de feitelijke klantpremie ook met 0,8% zou moeten dalen.

Over de gehele markt is de gemiddelde klantpremie echter gestegen met 3,5%.

Tariefdifferentiatie

Naast de bovengenoemde veranderingen in de klantpremies, vindt er ook een verschuiving in de tariefstelling plaats. Waar Nederland door maatschappijen eerder ingedeeld werd in een klein aantal regio's met hun eigen postcodegebied en tarieven, wordt er nu door een aantal maatschappijen tot op postcodeniveau of zelfs adresniveau in tarieven gedifferentieerd. Deze differentiatie neemt twee vormen aan.

Ten eerste gebruiken maatschappijen postcodes om een specifiekere risico-indeling van Nederland te maken. In die gevallen wordt tot op de cijfer- en lettercombinatie een risicofactor toegepast. Maatschappijen kunnen op deze manier voor gebieden met afwijkende risico's andere premies berekenen. De tarieven worden in die gevallen nog steeds op basis van een algemenere regio-indeling van Nederland gebaseerd.

Ten tweede wordt adresinformatie gebruikt om meer te weten te komen over het verzekerde object en de verzekeringnemer. Op basis van een adres kan een maatschappij gegevens opvragen bij het kadaster of bij onderzoeksbureaus die geo-informatie leveren. Deze geo-informatie kan eigenschappen van een woning bevatten, zoals het woningtype en het bouwjaar. Ook kan de geo-informatie iets zeggen over het geschatte

Uiteraard is dit het gevolg van wijzigingen in bestaande producten, het verdwijnen van producten en het op de markt komen van nieuwe producten. Bij 20 van de 42 producten die zowel in 2013 als in 2012 actief op de markt werden aangeboden, is in het afgelopen jaar niets veranderd in de tariefstelling. Van de overige 22 producten zijn 8 producten in premie gedaald (gemiddeld 5,4%) en 14 producten zijn in premie gestegen (gemiddeld 10,7%). Gemiddeld zijn de klantpremies van deze 42 producten 2,1% hoger dan in 2012. Alle berekeningen zijn uitgevoerd exclusief assurantiebelasting. Een berekening inclusief assurantiebelasting zou een groter verschil opleveren, omdat de assurantiebelasting per 1 januari jongstleden is verhoogd van 9,7% naar 21%.

inkomen en de leefomstandigheden van de bewoners op dat adres. Door deze informatie uit bestaande databases uit te lezen, kan een klant veel vragen bespaard blijven. Het gevaar dat de geo-informatie in zulke gevallen niet helemaal correct is, wordt op de koop toegenomen door de verzekeraar. Deze ontwikkeling breidt zich overigens verder uit dan alleen bij maatschappijen. Ook tussenpersonen kunnen afspraken maken met verzekeraars dat ze bepaalde gegevens niet uitvragen bij de verzekeringnemer, maar deze gegevens zelf aanleveren op basis van geo-informatie.

Met het gebruik van onder andere kadasterdata keert ook het gebruik van de WOZ-waarde van een woning terug. Tot en met 2007 was de WOZ-waarde voor woningeigenaren nog een onderdeel van de inboedelwaardemeter van het Verbond van Verzekeraars. Vanaf 2008 is deze komen te vervallen om plaats te maken voor de oppervlakte van de woning. Deze oppervlakte geldt in tegenstelling tot de WOZ-waarde voor zowel huurders als eigenaren. Wanneer de WOZ-waarde door maatschappijen opgevraagd wordt als geo-informatie, kan deze ook gebruikt worden om de hoogte van de premie te beïnvloeden.



Weet waar u staat met uw Inboedelverzekering

Met de MoneyView ProductManager bepaalt u moeiteloos uw marktpositie

KLIK HIER VOOR MEER INFORMATIE

MoneyView

Special Item **Agenda**

JUNI: **SPAREN**

JULI: **BETALINGSVERKEER**

Wilt u de **prijsanalyse** ontvangen waarop de **ProductRating 'Prijs'** is gebaseerd? Surf naar www.specialitem.nl, download het bestelformulier en stuur dit op naar MoneyView.

Wilt u de **ProductRating 'Kwaliteit'** zelf genereren en nagaan welke **ProductRating** uw product heeft? Dat kan met de **MoneyView ProductManager**. Neem contact op met MoneyView voor meer informatie over abonnementen of een gratis demoversie.

Heeft uw product een 5-sterren **ProductRating**? Gefeliciteerd! Wilt u met het ProductRating-logo naar buiten treden in advertenties, op websites of andere uitingen? Neem contact op met MoneyView en vraag naar de voorwaarden.

MoneyView

Contactgegevens:
020 - 626 85 85 of
specialitem@moneyview.nl