



# Verzekeringsadvies -en bijstand: een onmisbare schakel

## Politiek Memorandum

Federale verkiezingen mei 2024

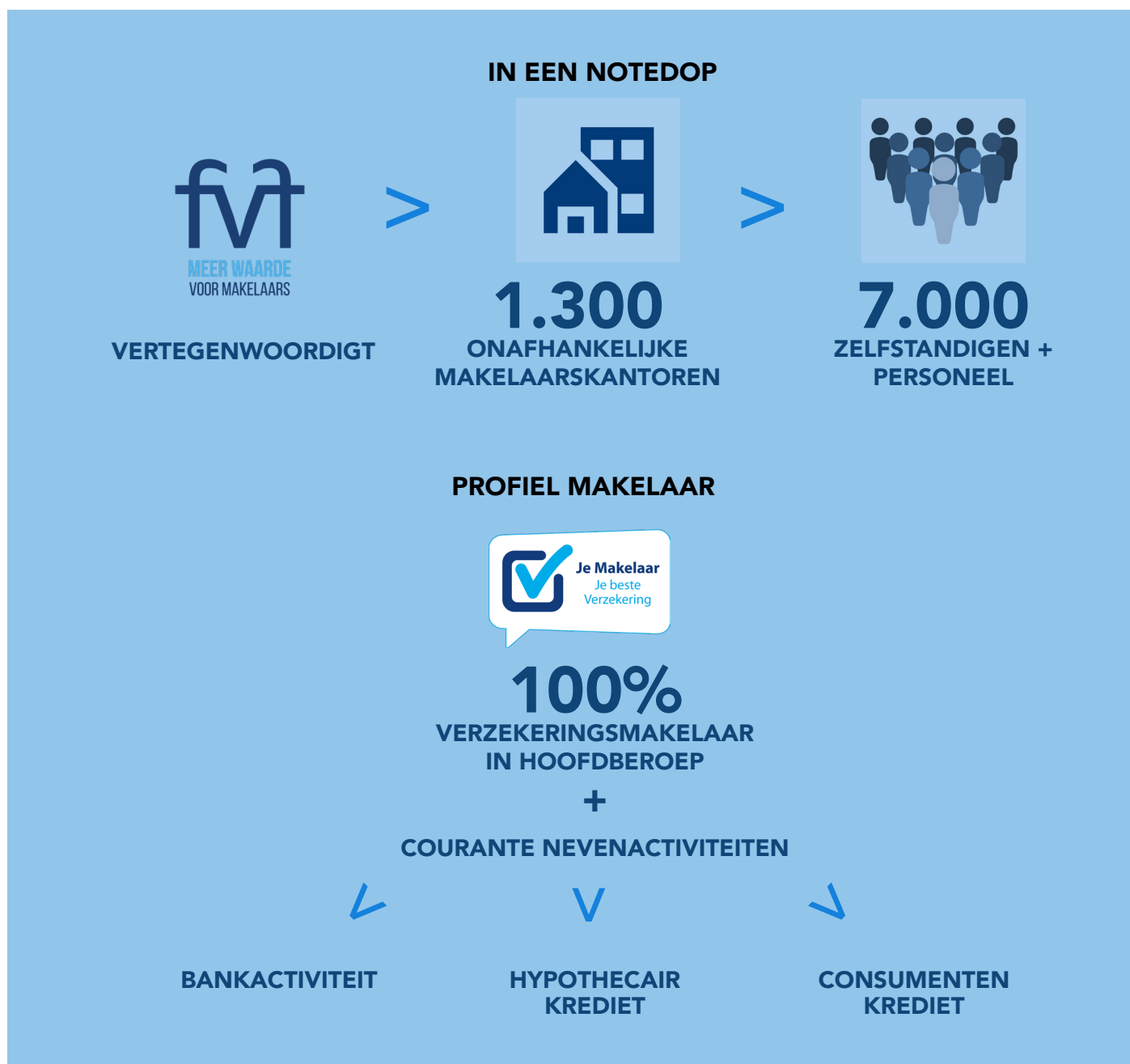


# Inhoudsopgave

<b>1. WIE IS FVF?</b>	<b>3</b>
<b>2. STANDPUNTEN VAN FVF</b>	<b>4</b>
1. Respect voor de waarde van advies en de toegang tot de diensten van een verzekeringsmakelaar	4
2. Level playing field: wegwerken van gaten in consumentenbescherming	5
3. Aandacht voor het evenwicht tussen consumentenbescherming en administratieve lasten	5
4. Digitalisering is geen synoniem voor desintermediatie	5
5. Pensioenopbouw: aanpak dient 'future-proof' te zijn	6
6. Gebundelde verkoop: keuzevrijheid consument en vrije marktwerking nog steeds onder serieuze druk	6
7. Verdere integratie van verzekeringseducatie in derde graad secundair onderwijs	7
8. Financiering FSMA	7
9. Schadebeheer bij een verzekeringsmakelaar: oplossing nodig voor de medische gegevens	7
10. Kruispuntbanken: snellere en betere dienstverlening door inzage verzekeringsmakelaar	8
<b>3. DE VERZEKERINGSMAKELAAR</b>	<b>8</b>
1. De relevantie van de verzekeringsmakelaar in cijfers	9
2. De rol van de verzekeringsmakelaar in 5 facts	11

# 1. WIE IS FVF?

FVF, de Federatie voor Verzekerings- en Financiële tussenpersonen, is de wettig erkende beroepsvereniging voor de Nederlandstalige verzekeringsmakelaars en vertegenwoordigt meer dan 2/3 van de Vlaamse verzekeringsmakelaars. Het leeuwendeel van de leden zijn kleine en middelgrote makelaarskantoren die zowel actief zijn op de particuliere markt als op de markt van de KMO's en bedrijven. Onze leden zijn allemaal verzekeringsmakelaar, sommige leden zijn daarnaast ook bemiddelaar in bank- en beleggingsdiensten, bemiddelaar in hypothecair krediet en/ of bemiddelaar in consumentenkrediet.



## 2. STANDPUNTEN VAN FVF

Als belangenorganisatie van de Nederlandstalige verzekeringsmakelaar stelt FVF een aantal belangrijke aandachtspunten voorop die tijdens de volgende legislatuur de nodige aandacht verdienen.

### 2.1 Respect voor de waarde van advies en de toegang tot de diensten van een verzekeringsmakelaar

Verzekeringsadvies biedt waarde voor burgers, zelfstandigen en bedrijven. Verzekeringsadvies gaat niet enkel over het vergelijken van diverse verzekeringsproducten (in prijs en kwaliteit) maar ook over de bewustwording van de klanten m.b.t. hun specifieke risico's en uitdagingen. Hierbij schenkt de verzekeringsmakelaar blijvend aandacht aan het totaalplaatje:

- Bescherming van materiële zaken.
- Bescherming rond gezondheid.
- Pensioenopbouw.
- Groei van het vermogen a.d.h.v. spaar- en beleggingsverzekeringen.

Cf. punt 3 (verder) is de rol van de verzekeringsmakelaar uitermate belangrijk. De dienstverlening van de verzekeringsmakelaar zit (meestal) vevat in de eindprijs van het verzekeringsproduct en is daardoor toegankelijk voor iedereen. Het is belangrijk dat de politiek geen initiatieven neemt die deze economische en maatschappelijke realiteit op de helling zet.

#### FVF VRAAGT:

- Respect voor de maatschappelijke en economische meerwaarde van de verzekeringsmakelaar.
- Het behoud van een werkbare context waarin de verzekeringsmakelaar deze rol kan vervullen, met een aanvaardbare administratieve werklast en een correct level playing field.
- Als beroepsfederatie geconsulteerd te worden bij de opmaak van initiatieven die rechtstreeks een impact hebben op de makelarij.

### 2.2 Level playing field: wegwerken van gaten in consumentenbescherming

Voor FVF is een 'level playing field' tussen de diverse distributiekanaalen in verzekeringen een absolute must. Verzekeringen worden immers aangeboden via diverse aanbieders (al dan niet in nevenactiviteit), zoals ook banken, agenten, garagisten, reisbureaus, begrafenisondernemers, elektronicazaken,...

Daarom pleit FVF voor gelijke regels en voorwaarden tussen al deze marktspelers. Dit is zéér belangrijk aangezien de consument enkel zo op dezelfde manier beschermd wordt, ongeacht de aanbieder waarbij hij een verzekering afsluit. Bijvoorbeeld voor GSM-verzekeringen stelt de Ombudsman van de Verzekeringen jaarlijks een stijgend aantal klachten vast. Dergelijke verzekeringen worden gedistribueerd door nevenverzekeringstussenpersonen, dit zijn tussenpersonen die een andere hoofdberoepsactiviteit uitoefenen en verzekeringsdistributieactiviteiten verrichten als aanvulling op het goed of de dienst die zij aanbieden. Indien de jaarlijkse premiegrens van de aangeboden verzekeringscontracten niet hoger is dan € 200, worden zij gecategoriseerd als 'vrijgestelde' nevenverzekeringstussenpersonen. Zij hebben bijgevolg geen inschrijvingsplicht bij de FSMA en zijn niet (rechtstreeks) onderworpen aan de gedragsregels conform de wet van 4 april 2014 betreffende de verzekeringen. FVF vindt dat de premiegrens van € 200 niet afdoende is, en pleit ervoor om deze te verlagen naar € 0. Deze noodzakelijke ingreep is de enige mogelijkheid om een gelijke consumentenbescherming in te bouwen voor de distributie van alle verzekeringsproducten, ook bijvoorbeeld deze van de GSM-verzekeringen.

#### FVF VRAAGT:

- Gelijke consumentenbescherming voor alle marktspelers in de verzekeringssector.
- Een verlaging van de premiedrempel van € 200 naar € 0 (art. 258 Wet Verzekeringen).

### 2.3 Aandacht voor het evenwicht tussen consumentenbescherming en administratieve lasten

De verzekeringsmakelaars dragen een adequate consumentenbescherming hoog in het vaandel. Immers, hun klanten zijn het 'hoogste goed'. De verzekeringssector is een streng gereguleerde sector waarin doorheen de jaren het evenwicht is zoek geraakt tussen consumentbescherming enerzijds en de administratieve lasten anderzijds. Er is een reëel gevaar ontstaan voor overinformatie t.a.v. de consument, wat ongewenst leidt tot desinformatie.

FVF is vragende partij om naar oplossingen te zoeken om de consument maximaal te beschermen, maar tegelijkertijd de administratieve lasten voor de verzekeringssector te verlichten. Een voorbeeld gaat over de verplichtingen wanneer de klant een pensioenspaarverzekering (tak 21, kapitaalgarantie en vast rendement) wenst af te sluiten. De verzekeringsdistributeur dient naast de verlangens en behoeften, te peilen naar de kennis en ervaring, financiële draagkracht, beleggingsdoelstellingen en risico-appetijt van zijn klant. Een pragmatische aanpak is hier aangewezen!

#### FVF VRAAGT:

- Evaluatie van de administratieve lasten versus de gedegen consumentenbescherming: op zoek naar een werkbaar evenwicht.
- Evaluatie van het toepassingsgebied 'verzekeringen met een beleggingscomponent' in het kader van de Europese reglementering (Richtlijn (EU) 2016/97 betreffende verzekeringsdistributie).

### 2.4 Digitalisering is geen synoniem voor desintermediatie

'Digitalisering' is een evolutie waar ook de makelarij in meegaat. Digitalisering staat niet voor disruptie, integendeel! Het is vaak een efficiënt hulpmiddel voor de verzekeringsmakelaar om zijn beroep uit te oefenen, en bovenal de consument een betere klantervaring te geven. De activiteit van de verzekeringsmakelaar is en blijft een 'people business'.

Voor complexe materies is en blijft een face-to-face omgeving belangrijk, zeker op cruciale momenten zoals het afsluiten van een verzekeringscontract en bijstand ingeval van schade. Digitalisering is met andere woorden geen doel op zich, maar eerder een middel om als sector beter in te spelen op de verwachtingen van de consument. Het is cruciaal dat de politieke wereld deze historische kernwaarden binnen de verzekeringssector blijft erkennen!

#### FVF VRAAGT:

- Rekening te houden met de kenmerken en complexiteit van verzekeringsproducten (niet enkel bij het afsluiten maar ook bij bv. bijstand ingeval een schadegeval). Verzekeringsproducten zijn geen banale producten en hebben een cruciale rol als vangnet voor de risico's binnen onze maatschappij. De makelarij heeft een essentiële rol in het kader van advies en ontzorgen van de burger.

### 2.5 Pensioenopbouw: aanpak dient 'future-proof' te zijn

In de tweede en derde pijler speelt de verzekeringsmakelaar eveneens een belangrijke rol. De aanvullende pensioenopbouw is een sterk fundament in de Belgische maatschappelijke context en verdient een grote aandacht van de politiek.

Het is voor FVF uitermate belangrijk dat elke burger (zelfstandige en werknemer) de mogelijkheid heeft om het niveau van het wettelijk pensioen van een statutair ambtenaar te bereiken, dit door middel van de mogelijkheden in tweede pijler. De pensioenkloof tussen werknemers/zelfstandigen versus statutaire ambtenaren is en blijft een belangrijk aandachtspunt.

Het vertrouwen in aanvullende pensioenopbouw door de burger staat onder druk. Het is aan de politiek om dit vertrouwen te herstellen d.m.v. maatregelen die future-proof zijn.

### FVF VRAAGT:

- Versterking van de tweede pijler met een toekomstgerichte aanpak.

## 2.6 Gebundelde verkoop: keuzevrijheid consument en vrije marktwerking nog steeds onder serieuze druk

Bij de zoektocht naar een hypothecair krediet schuiven sommige marktspelers de consument een gebundeld aanbod voor van een woonkrediet en bepaalde verzekeringen (bv. brand- en schuldsaldoverzekering). De consument krijgt een extra voorwaardelijke rentekorting indien deze ingaat op het gebundeld aanbod. Dit heeft natuurlijk een belangrijke feitelijke impact op de keuzevrijheid van de consument m.b.t. de gebundelde verzekeringen en bijgevolg ook de concurrentie binnen de verzekeringsmarkt. De Minister van Economie erkende de problematiek en heeft stappen gezet om de keuzevrijheid van de consument terug ruimer te maken (tijdens de redactie van dit standpunt wordt het wetsontwerp binnen De Kamer verder besproken (doc. 55K3392)). Zo gaat de consument, die een nieuwe hypothecair krediet afsluit, na één derde van de looptijd vrij zijn om elders een brandverzekering te plaatsen, zonder dat hij gepenaliseerd wordt met een renteverhoging.

Gevolg van deze regel: des te langer de looptijd van het woonkrediet, des te langer het duurt vooraleer de consument dit recht zal hebben.

FVF vindt het goed dat er een scharniermoment werd voorzien, maar vreest dat deze “regel” in het nadeel speelt van de financieel zwakke consument (o.a. jongeren). Immers, juist deze consumenten zijn vaak genoodzaakt om een woonkrediet met een heel lange looptijd te nemen om hun aflossingen binnen hun financiële situatie haalbaar te houden. M.a.w. de financieel sterke consument zal vanuit de praktijk eerder van dienstverlener kunnen veranderen dan de financieel zwakke consument. Dit zorgt voor een ongelijkheid qua consumentenbescherming.

FVF pleit daarom om ‘na het eerste derde van de totale resterende looptijd van zijn kredietovereenkomst’ te veranderen naar een ‘vaste’ periode (bv. 1 jaar cf. het jaarlijks opzegrecht i.k.v. verzekeringscontracten (art. 85 Wet van 4 april betreffende Verzekeringen)). Op deze manier wordt de ongelijkheid weggewerkt en genieten alle consumenten van dezelfde bescherming. Bovendien heeft de regering initiatieven genomen om de opzegmodaliteiten (waaronder opzegtermijnen) voor verzekeringsproducten flexibeler te maken voor de consument, teneinde de mobiliteit in de verzekeringsmarkt te verhogen (tijdens de redactie van dit standpunt wordt het wetsvoorstel binnen De Kamer verder besproken (doc. 55K0194)). Dit maakt het contrast met de gebundelde verkoop enkel maar groter, aangezien de mobiliteit voor bv. de gebundelde brandverzekering erg beknot blijft.

### FVF VRAAGT:

- Geen beknotting van de feitelijke keuzevrijheid van de consument en een vrije marktwerking voor de verzekeringen in het kader van gebundelde verkoop.

## 2.7 Verdere integratie van verzekeringseducatie in derde graad secundair onderwijs

Bij de VDAB staat ‘beheerder verzekeringen’ en ‘verzekeringsadviseur’ op de lijst van knelpuntberoepen. De uitstroom uit verzekeringsgerelateerde richtingen van hogescholen is een belangrijke bron van instroom voor de verzekeringssector, en ook bij de verzekeringsmakelaars. Evenwel komt het huidig aanbod van afgestudeerde studenten niet tegemoet aan de vraag die er binnen de sector heerst, en lijkt het voor FVF belangrijk om ook in een vroeger stadium in te grijpen. Immers, de materie rond verzekeringen maakt een belangrijk onderdeel uit van financiële educatie. Jongeren worden op de leeftijd tussen 16 jaar en 18 jaar al geconfronteerd met de materie van verzekeringen (bv. bromfiets, step,...). Het is voor FVF belangrijk dat zij in het secundair onderwijs reeds algemeen kennis maken met verzekeringen.

Op Vlaams niveau werden hiertoe de eerste initiatieven genomen (een Decreet met nieuwe onderwijsdoelen voor de derde graad secundair onderwijs werd tijdens de zomer 2023 goedgekeurd (doc. 1759)). Een mooie stap die nog versterkt kan worden gezien de belangrijke rol van verzekeringen binnen de maatschappij. Het is een meerwaarde voor elke jongeren, en motiveert tegelijkertijd meer jongeren om verder te studeren voor een loopbaan in de verzekeringssector.

### FVF VRAAGT:

- Evaluatie van de eindtermen in de derde graad secundair onderwijs in het kader van verzekeringseducatie.

## 2.8 Financiering FSMA

In het kader van consumentbescherming is de rol van een goede werkende toezichthouder onontbeerlijk. De opdracht domeinen van de Belgische toezichthouder werden de laatste jaren breder en breder, waarvan FVF het belang van inziet.

In België betalen de gecontroleerde sectoren voor de werking van de toezichthouder. Zo dienen ook verzekeringstussenpersonen bij te dragen tot de financiering van de FSMA. Het aandeel voor verzekeringstussenpersonen en tussenpersonen in bank- en beleggingsdiensten werd vastgelegd via Koninklijk Besluit, met name 12,28% (KB van 17 mei 2012 betreffende de vergoeding van de werkingskosten van de FSMA). Bij de tussenpersonen in hypothecair krediet is dat 5,45% en de tussenpersonen in consumentenkrediet is dat 2,75%.

Het aandeel per groep blijft gelijk, dit wil zeggen dat indien het aantal ingeschreven tussenpersonen in een groep daalt, de individuele bijdrage per tussenpersoon stijgt.

Sinds de invoering van het KB is het aantal verzekeringstussenpersonen quasi gehalveerd (status 31/12/2012: 17.152 verzekerings-tussenpersonen versus status 31/12/2022: 9407 verzekerings-tussenpersonen).

### FVF VRAAGT:

- Analyse en overweging van alternatieve financieringsvormen met behoud van een goed werkende toezichthouder.

## 2.9 Schadebeheer bij een verzekeringsmakelaar: oplossing nodig voor de medische gegevens

De GDPR mag de dienstverlening van de verzekeringsmakelaar naar zijn klant niet beknotten. Bij wijze van voorbeeld kan verwezen worden naar de moeilijkheden die de verzekeringsmakelaar ondervindt bij de afhandeling en de opvolging van schadedossiers in het kader van een hospitalisatieverzekering. Gevoelige persoonsgegevens, zoals medische gegevens, kunnen in principe niet verwerkt worden, tenzij een specifieke rechtsgrond de verwerking toelaat. GDPR vermeldt onder andere de uitdrukkelijke toestemming van de betrokkene als één van de specifieke rechtsgronden die de verwerking van deze gegevens toelaat. De uitdrukkelijke toestemming zorgt voor talrijke moeilijkheden binnen de verzekeringssector, en in het bijzonder voor de verzekeringsmakelaars, omdat hier op heel diverse manieren invulling aan wordt gegeven. FVF pleit dan ook voor een wettelijke grondslag voor de verwerking van medische gegevens. In enkele andere Europese landen, zoals in Nederland, heeft men deze schrijnende problematiek erkend, oplossingen gezocht én gevonden.

### FVF VRAAGT:

- Wettelijke oplossingen voor de verzekeringsmakelaar om zijn rol te vrijwaren ten aanzien van de consument.

## 2.10 Kruispuntbanken: snellere en betere dienstverlening door inzage verzekeringsmakelaar

Er bestaan op heden diverse kruispuntbanken, zoals Sigidis, Mobivis en de Kruispuntbank van de Sociale Zekerheid. Deze kruispuntbanken bevatten gegevens die nuttig zijn voor de werkzaamheden van de verzekeringsmakelaar. Een beperkte en beveiligde inzage tot de betrokken klantgegevens betekent voor een verzekeringsmakelaar een belangrijk hulpmiddel voor een betere en snellere dienstverlening. Heel wat verzekeringsmakelaars zijn daarnaast ook kredietbemiddelaar. Voor de kredietbemiddelaar betekent een beperkte en beveiligde inzage bij de Centrale kredieten voor particulieren (CKP) een belangrijk hulpmiddel in het kader van zijn adviesverlening over kredieten. Momenteel mogen enkel de kredietgevers de databank consulteren, de kredietbemiddelaars vallen uit de boot.

### FVF VRAAGT:

- Verhoging van efficiëntie in het belang van de consument, door de makelaar een ruimere, beveiligde toegang te geven tot bestaande kruispuntbanken.

## 3. DE VERZEKERINGSMAKELAAR

VOOR DE DISTRIBUTIE VAN VERZEKERINGSPRODUCTEN IS EN BLIJFT BELGIË EEN MAKELAARSLAND. DE ROL EN MAATSCHAPPELIJKE WAARDE VAN DE VERZEKERINGSMAKELAAR IS NIET WEG TE DENKEN.

Het verzekeren van risico's en de zoektocht naar zekerheden is voor heel wat mensen - particulier of bedrijf - belangrijk. Immers, het goed beschermen van materiële zaken (zoals auto, woning, bedrijf, ...) en immateriële zaken (zoals gezondheid, pensioenopbouw voor de oude dag, ...) is immens belangrijk om de toekomst veilig te stellen.

Het vinden van goede verzekeringsoplossingen op maat van de persoonlijke behoeften en verlangens van de verzekeringsnemer is hierbij belangrijk. Juist hier vervult de verzekeringsmakelaar een belangrijke brugfunctie tussen de consument en de verzekeringsmaatschappijen! Verzekeringen blijven complexe producten, waarbij de verzekeringsmakelaar fungeert als professionele gids om de consument te ontzorgen, niet enkel bij het afsluiten van verzekeringsproducten maar ook bij bijvoorbeeld een schadegeval. Denken we maar aan de pijnlijke overstromingen in 2021.

Verzekeringsmakelaars zijn bovendien zelfstandige ondernemers die in heel wat segmenten van de markt actief zijn (bijvoorbeeld schadeverzekeringen en/ of levensverzekeringen, nicheverzekeringen, ...). Door het heterogene karakter zit de dienstverlening van de verzekeringsmakelaar verstrengeld in alle sociale lagen van de bevolking en alle economische sectoren die de Belgische economie rijk is. De verzekeringsmakelaar werkt 'fygitaal' en combineert hierbij het menselijk contact met digitale tools. De meerwaarde van een verzekeringsmakelaar is daarom geen 'luxedienst' maar toegankelijk voor alle Belgische consumenten. De diensten van een verzekeringsmakelaar zijn hierdoor een 'verzekering bovenop een verzekering'.

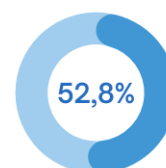


### 3.1. De relevantie van de verzekeringsmakelaar in cijfers

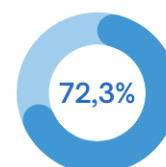
De distributie van verzekeringen in België gebeurt door diverse kanalen: bankverzekeraars, directe verzekeraars, mutualiteiten, verzekeringsagenten, alternatieve distributie (bijvoorbeeld garagisten, reisagenten, begrafenisondernemers,...) en verzekeringsmakelaars. Verzekeringsmakelaars onderscheiden zich van de andere distributiekkanalen door hun onafhankelijke positie t.a.v. de diverse verzekeringsmaatschappijen. Ze zijn dus niet gebonden aan een bepaalde verzekeringsmaatschappij.

## IN CIJFERS

### Omzet verzekeringsmakelaars in 2021

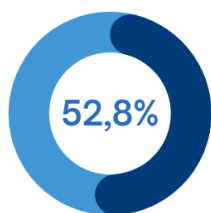


Marktaandeel makelaars bij particulieren



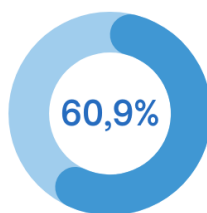
Marktaandeel makelaars bij ondernemingen

### Marktaandeel verzekeringsmakelaars in 2021



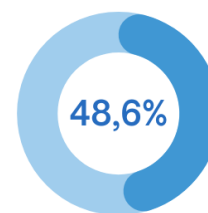
leven + schade

>



schade

&



leven

bron: distributiekkanalen 2021 van Assuralia



12.000

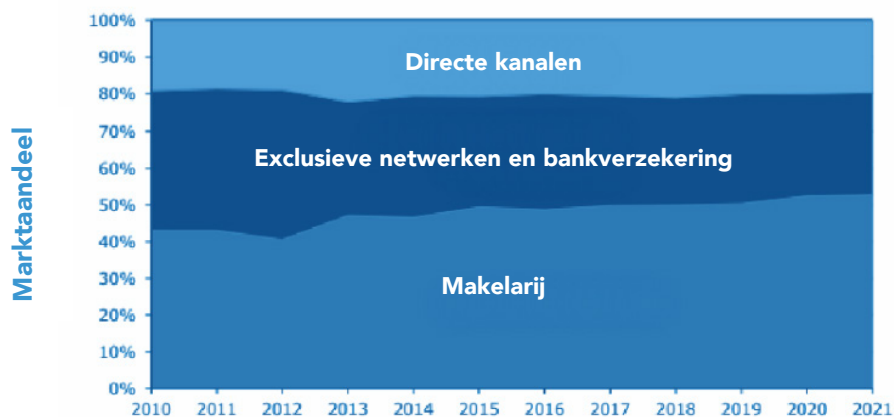
PERSONEN WORDEN TEWERKGESTELD BIJ ONAFHANKELIJKE  
VERZEKERINGSKANTOREN

bron: CEPOM o.b.v. RSZ-gegevens via VSI



...en altijd in de buurt!

VERZEKERINGSMAKELAAR IS EN BLIJFT EEN VAST WAARDE!



bron: distributiekanaal 2021 van Assuralia

DE VERZEKERINGSMAKELAAR IS TEVENS EEN BELANGRIJKE LOKALE WERKGEVER. ZIJN ACTIVITEIT IS EN BLIJFT 'PEOPLE BUSINESS', VOOR EN DOOR 'PEOPLE'.

### 3.2. De rol van de verzekeringsmakelaar in 5 facts

- 1 Verzekeringmakelaars helpen de consument om de juiste behoeften en bijbehorende oplossingen op maat te vinden.
- 2 Verzekeringmakelaars helpen en verdedigen de belangen van hun klanten bij de uitvoering van een verzekeringsovereenkomst (bijvoorbeeld een schadegeval).
- 3 De lokale verankering van de verzekeringmakelaars in steden en gemeenten is groot. De diensten van de makelaars zijn daardoor heel toegankelijk.
- 4 Een persoonlijke contacteconomie met de klant dragen verzekeringmakelaars hoog in de vaandel. 'Vertrouwen' en 'ontzorgen' zijn hierbij twee sleutelementen.
- 5 Door hun onafhankelijke positie wakkeren de verzekeringmakelaars de concurrentie tussen de verzekeringsmaatschappijen zeer sterk aan. Dit heeft een positief effect op het aanbod en de keuzevrijheid van de consument.



**FVF (Federatie voor Verzekerings- en Financiële tussenpersonen)**

Autolei 250 | 2160 Wommelgem  
Tel 03 244 12 80 | BTW BE 0408.383.064  
[info@fvf.be](mailto:info@fvf.be) | [www.fvf.be](http://www.fvf.be)