



Lees de online krant

[Binnenland](#) [Buitenland](#) [Economie](#) [Sport](#) [Kunst](#) [Wetenschap](#) [Multimedia](#) [Archief](#)

## Vermeld de kans op ongeluk

*OPINIE, Peter Kooreman en Theo Nijman*

gepubliceerd op 14 januari 2008 00:00, bijgewerkt op 15 januari 2009 19:54

Printversie

Deel dit artikel

Bij reclames voor verzekeringen moet de kans worden vermeld dat het betreffende ongeval zich voordoet, stellen Peter Kooreman en Theo Nijman

Verzekeraars werken sinds alle commotie over woekerpolissen en leasecontracten hard aan transparantie. Maar de consument is nog geheel op zichzelf aangewezen om een inschatting te maken van de kans dat een te verzekeren risico zich voordoet. Betere informatie zou wettelijk afgedwongen kunnen worden.

Stel: u koopt een nieuwe mobiele telefoon met standaard een garantie van een jaar.

Waarschijnlijk biedt de verkoper u aan de garantieperiode te verlengen, tegen betaling uiteraard. Want al hebt u een uitstekend product gekocht, het kan stuk. Voor een consument is het heel lastig om in zo'n situatie een goede beslissing te nemen. Cruciale informatie om dat te kunnen doen, ontbreekt: hoe vaak komt het voor dat zo'n telefoon in bv. het tweede jaar stuk gaat, 2 op de 100, 20 op de 100, 40 op de 100?

Op billboards langs de kant van veel snelwegen rekent een Nederlandse verzekeraar u voor – tot op veel decimalen nauwkeurig – hoe groot de kans is dat u alleen in de auto zit, mobiel belt, of op weg bent naar uw werk. Verzekeraars zijn goed in het inschatten van kansen op gebeurtenissen, al was het maar omdat hun premies daarop gebaseerd zijn. Zo weet een verzekeraar die een nabestaandenverzekering aanbiedt wat voor de doorsnee Nederlander de kans is voor het einde van de contracttermijn te overlijden.

Eén van ons kreeg onlangs een aanbod voor zo'n verzekering toegestuurd. De folder schetste het beeld van nabestaanden die behalve met een persoonlijk verlies ook met financiële problemen werden geconfronteerd. Exact werden de maandelijkse premies vermeld voor een verzekering die voor nabestaanden een aanvulling garandeert van bijvoorbeeld 1000 euro netto per maand, in geval van overlijden voor de 65ste verjaardag.

Maar over de kans op overlijden was totaal geen informatie te vinden. Verzekeraars hebben daarmee een grote informatievoorsprong op hun klanten, of het nu gaat om arbeidsongeschiktheidsverzekeringen, lijfrenteconstructies of reisverzekeringen. Dat is slecht voor de consument en voor de transparantie van verzekeringsmarkten.

In het geval van de nabestaandenverzekering zou de informatie in de volgende vorm kunnen worden vermeld: 'Van de 100 mannen die de leeftijd van 50 jaar hebben bereikt, overlijden er gemiddeld 13 voor hun 65ste verjaardag'. Goede risico-informatie is cruciaal. Wordt het risico op overlijden overschat, dan neemt goede informatie nodeloze ongerustheid weg en voorkomt het dat mensen zich oververzekeren. Wordt het overlijdensrisico onderschat, dan helpt goede informatie voorkomen dat nabestaanden verrast worden door een onfortuinlijk scenario.

Aanbieders van kredieten zijn volgens de Wet op het Consumentenkrediet verplicht in advertenties de effectieve rente te vermelden. Aanbieders van beleggingsproducten hebben een 'zorgplicht' en zijn verplicht in een 'financiële bijsluiter' de risico's van het product in beeld te brengen. Naar aanleiding van de affaire rond koopsompolissen en het rapport van de commissie-De Ruiter hebben de verzekeraars op zich genomen ook de kosten van verzekeringsproducten transparant te maken. Wij pleiten ervoor dat verzekeraars in reclames ook zo nauwkeurig mogelijk kwantitatieve informatie verschaffen over de kans dat het te verzekeren risico optreedt. Eventueel kan deze informatieplicht wettelijk worden geregeld. Een toezichthouder als de Autoriteit Financiële Markten kan de juistheid van de verstrekte informatie toetst.

Natuurlijk kunnen alleen voor gestandaardiseerde situaties kansen adequaat worden berekend. Een voorbeeld is de kans op overlijden binnen tien jaar voor een willekeurige man van een bepaalde leeftijd. De persoonlijke kans voor de consument die overweegt een nabestaandenverzekering af te sluiten, hangt af van bijvoorbeeld opleidingsniveau, erfelijke factoren en gezondheidstoestand. Deze persoonlijke kans zal vrijwel altijd afwijken van de

gemiddelde kans die de verzekeraar gebruikt. Toch is dat geen bezwaar; het is niet nodig dat consumenten exact hun persoonlijke kansen kennen.

Consumenten hebben doorgaans geen enkel idee in welke orde van grootte de kans op te verzekeren risico's ligt. Wanneer zij op de hoogte zijn van gemiddelde kansen voor de groep waartoe zij behoren, is dat al een belangrijke stap in de goede richting. Dat past prima in het streven van overheid en verzekeraars naar meer transparantie en betere informatie voor de consument.

### Gerelateerde berichten

- [Engelstalige zorgpolis](#)
- [Kwart financiële adviezen deugt niet](#)
- [Annuleren doe je zelf](#)
- [Wisselen van zorgverzekeraar loont de moeite](#)
- [Zilveren Kruis maakt met boeket eind aan dubbele verzekering...](#)

### Meest gelezen archief

- [Ongeluk Schiphol deels schuld Transavia-piloten](#)
- [Neem niet deel aan anti-Israëltribunaal](#)
- ['Weet je wat helpt? Turkenmoppen vertellen'](#)
- [Riant rijden voor een Panda-prijs](#)
- [La solitudine dei numeri primi](#)

#### Advertenties door Google

##### Buffett: "nu kopen"

Wereld rijkste belegger is terug koper. Ontdek hier welke aandelen.  
[www.smartcapital.be](http://www.smartcapital.be)

##### Martin Bril

Bezoek de website van de uitgeverij van Martin Bril  
[www.uitgeverijprometheus.nl](http://www.uitgeverijprometheus.nl)

##### Nederland Energie

Per 1 januari  
Tot 20% lagere tarieven!  
[www.nederlandenergie.nl](http://www.nederlandenergie.nl)



**Reizen** Grieken houden van Van Giersbergen



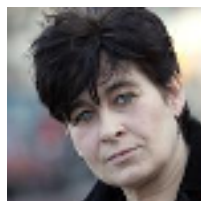
**Hart en Ziel** Werkt het zonder bonus?



**Banen** Intelligentietest: hoe slim ben jij?



**Hart en Ziel** De kunst van sterven



**Reizen** Frédérique Spigt op zoek naar ijseenden



**Martin Bril** Balletdanser 2

#### RSS

[Feed laatste nieuws](#)  
[Feed videoreportages](#)  
[Overzicht RSS-feeds](#)

#### Nieuwsalerts

[E-mail nieuwsbrief](#)  
[E-mail nieuws alert](#)  
[SMS nieuws alert](#)

#### Nieuwe media

[Mobiel](#)  
[Nieuwsklikker](#)  
[Widgets & gadgets](#)

#### Service

[Bezorging](#)  
[Vakantie](#)  
[Abonnement wijzigen](#)

#### Abonnementen

[Proefabonnement](#)  
[Vast abonnement](#)  
[Zaterdagplus abonnement](#)

#### de Volkskrant

[Adverteren](#)  
[Copyright](#)  
[Contact](#)

de Volkskrant is onderdeel van PCM Uitgevers. Andere uitgaven van PCM Uitgevers zijn [Trouw](#) en [NRC Handelsblad](#).