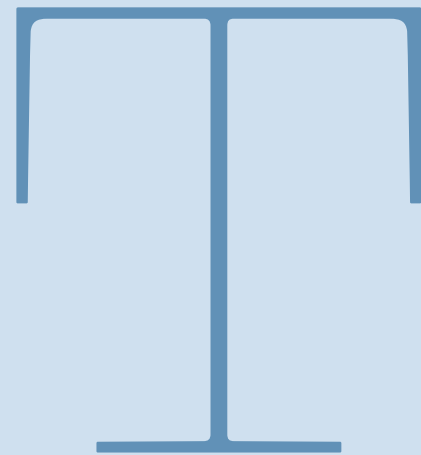


Verzekeringsmaatschappijen: via big data naar big brother?

Met big data kunnen verzekeringen veel preciezer worden afgestemd op het risico. Dat kan de klant financieel voordeel opleveren. Maar ook onverzekerbaarheid.

Door André de Vos



Toen de eerste autoverzekering op de markt kwam die persoonlijk rijgedrag direct koppelde aan de hoogte van de premie, was er ophef: ongewenste inbreuk op de privacy, het einde van de solidariteit. Inmiddels verkoopt good old ANWB een verzekering die uw rijstijl monitort door rijgegevens uit uw auto te halen. Dat kan tot 30% korting op de premie opleveren. Vooral jongere automobilisten zijn er gevoelig voor.

‘Wij zijn erg te spreken over dit product’, zegt ANWB-woordvoerder Ad Vonk. ‘Aan de data ontleende aanwijzingen om het rijgedrag te verbeteren worden echt door verzekeren opgevolgd. Dat maakt het verkeer veiliger. Het is nog te vroeg om te beoordelen of het ook tot minder schade leidt. Dat is natuurlijk wel de bedoeling; het moet financieel wel kunnen.’

Verzekeraars verzamelen traditioneel veel data van mensen om schade te voorspellen en de premie vast te stellen. De postcode is medebepalend bij inbraak-

verzekeringen, type en zelfs kleur van de auto zijn relevant voor de premie van de autoverzekering, en wie een levensverzekering wil afsluiten, moet uitgebreide vragenlijsten invullen over gezondheid en levensstijl.

Door smartphone, internet of things (huishoudelijke apparaten aangesloten op internet) en massaal gebruik van sociale media explodeert de hoeveelheid beschikbare gegevens over mensen. Slimme algoritmes kunnen op basis van die big data nauwkeurige profielen maken.

Verzekeraars gebruiken big data op verschillende manieren. Een belangrijke toepassing is fraudebestrijding. Bepaalde patronen bij claims kunnen wijzen op verzekeringsfraude. Maar met big data kunnen natuurlijk ook perfect ‘goede’ van ‘slechte’ risico’s worden gescheiden. De stroom data uit de boordcomputer van een auto geeft aan wie veilig rijdt en wie niet, zodat de premie daarop kan worden afgestemd. De data kunnen ook worden ingezet om te kijken hoe het nog veiliger kan en daarmee preventief worden gebruikt.

Big data rukken op in verzekeringsland, vooral in het buitenland. De Amerikaanse verzekeraar John Hancock biedt tot 15% korting op levensverzekeringen en andere voordeeltjes voor verzekerden die met een Apple Watch hun eigen bewegingen monitoren. Levensverzekeraars gebruiken in toenemende mate big data in plaats van traditionele vragenlijsten om de premie vast te stellen. Verzekeraar Zurich baseert de offerte voor een nieuwe levensverzekering zelfs deels op een selfie van de aanvrager.

Ook in Nederland zijn er nieuwe toepassingen (zie kaders). Slimme tandenborstels die gegevens over het gebit verzamelen, domoticsystemen die het huis

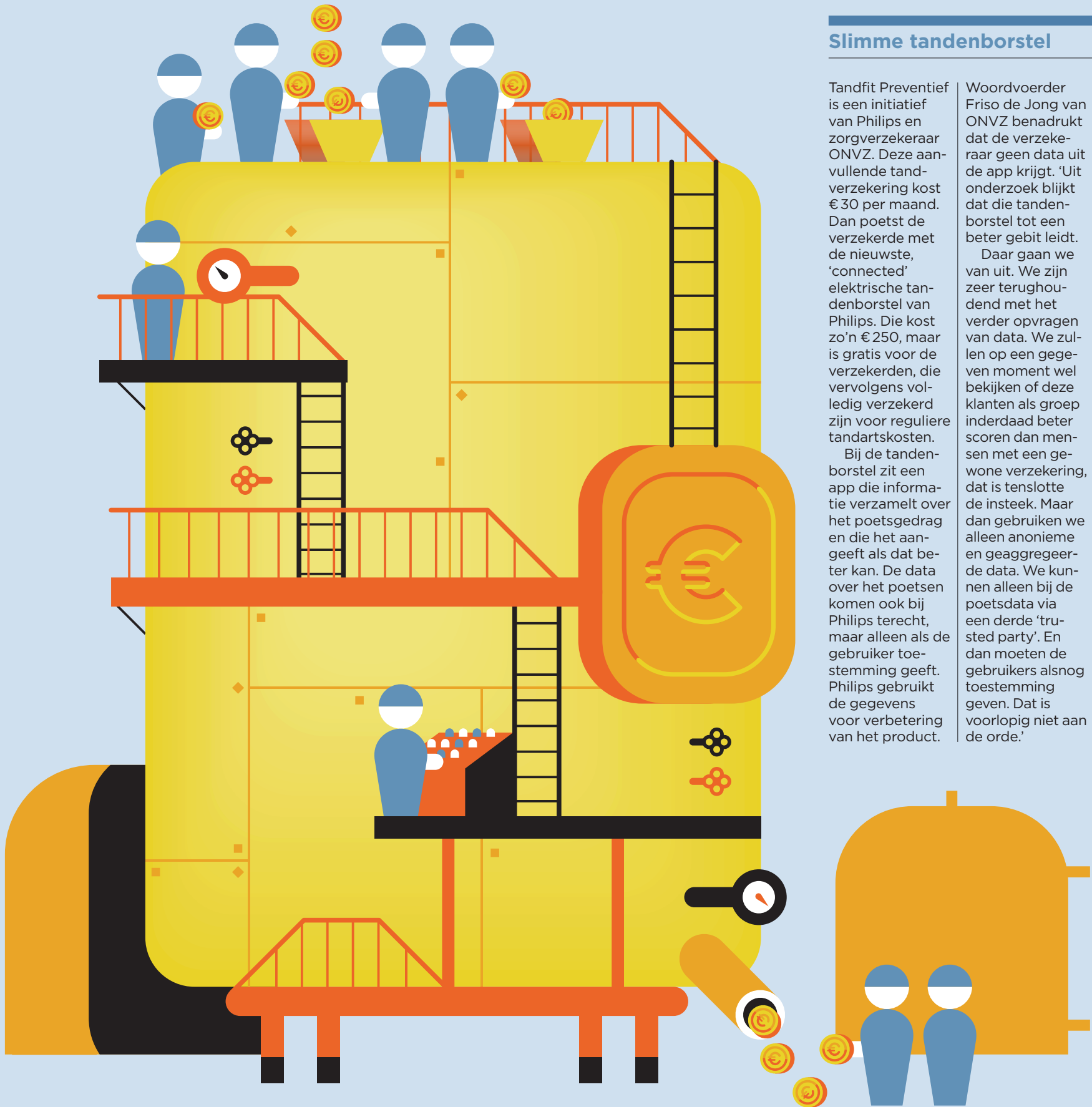
aangenaam warm houden en beveiligen, apps die de consument lokaliseren en kijken of hij genoeg beweegt. Behalve bij de autoverzekeringen is er doorgaans nog geen sprake van uitwisseling van actuele gegevens met de verzekeraar. De verzekerde krijgt korting door het bezit en gebruik van de apparaten en apps, omdat de verzekeraar ervan uitgaat dat dat alleen al leidt tot minder schade, al is dat in de meeste gevallen nog niet bewezen. Preventie is vooralsnog de leidraad, in plaats van individuele monitoring.

Verzekeraars hebben een lange historie in data-analyse. ‘No-claim is niet anders dan een vrij rudimentaire vorm ervan’, zegt Sander Klous, hoogleraar big data en tevens werkzaam bij KPMG. ‘Maar het blijkt ook dat verzekeraars nog niet zo goed zijn in data-analyse. Dan is er weer een onderzoek waarin de buurman twee keer zoveel premie betaalt voor een inboedelverzekering, alleen doordat zijn woning net onder een andere postcode valt. Het is belangrijk om de juiste conclusies te trekken. Met big data is dat niet anders. Hoe definieer je bijvoorbeeld veilig rijden? Dat je je altijd aan de wet houdt, of zijn er andere, subjectieve maatstaven?’

Klous stelt dat het met big data steeds beter mogelijk is het juiste risicoprofiel van individuen vast te stellen. ‘Mensen die weinig risico lopen, betalen dan dus minder premie. Dat betekent automatisch dat de “slechte risico’s” meer gaan betalen. Daar valt iets voor te zeggen, zeker bij schadeverzekeringen; bij zorg ligt dat gevoeliger. Maar ook bij schadeverzekeringen bestaat het gevaar dat mensen met weinig geld straks alleen nog betaalbare verzekeringen kunnen afsluiten als

.....

Lees verder op pagina 8 ➔



Slimme tandenborstel

Tandfit Preventief is een initiatief van Philips en zorgverzekeraar ONVZ. Deze aanvullende tandverzekering kost €30 per maand. Dan poetst de verzekerde met de nieuwste, ‘connected’ elektrische tandenborstel van Philips. Die kost zo’n €250, maar is gratis voor de verzekerden, die vervolgens volledig verzekerd zijn voor reguliere tandartskosten.

Bij de tandenborstel zit een app die informatie verzamelt over het poetsgedrag en die het aangeeft als dat beter kan. De data over het poetsen komen ook bij Philips terecht, maar alleen als de gebruiker toestemming geeft. Philips gebruikt de gegevens voor verbetering van het product.

Woordvoerder Friso de Jong van ONVZ benadrukt dat de verzekerde geen data uit de app krijgt. ‘Uit onderzoek blijkt dat die tandenborstel tot een beter gebit leidt. Daar gaan we van uit. We zijn zeer terughoudend met het verder opvragen van data. We zullen op een gegeven moment wel bekijken of deze klanten als groep inderdaad beter scoren dan mensen met een gewone verzekering, dat is tenslotte de insteek. Maar dan gebruiken we alleen anonieme en geaggregeerde data. We kunnen alleen bij de poetsdata via een derde ‘trusted party’. En dan moeten de gebruikers alsnog toestemming geven. Dat is voorlopig niet aan de orde.’

ze hun gegevens afstaan. Dan kom je in een ethische discussie terecht.’

Het Verbond van Verzekeraars heeft sinds vorig jaar een Solidariteitsmonitor, die moet bijhouden of iedereen zich nog kan verzekeren nu steeds meer big data worden ingezet bij het bepalen van het risicoprofiel.

Nieuwe verzekeringsproducten op basis van persoonlijke data hebben ook te maken met de privacywetgeving. Op het eerste gezicht lijkt de nieuwe wetgeving die eind mei van kracht wordt (Algemene verordening gegevensbescherming: AVG) geen belemmering te vormen, mits de verzamelde data relevant zijn voor het afsluiten van de verzekering en de verzekerde toestemming geeft voor het gebruik ervan.

Maar er zijn toch wel knelpunten. Het aantrekkelijke van big data zijn correlaties waarvan je van tevoren het bestaan niet kunt bevroeden. Misschien is er wel een verband tussen wat iemand op sociale media plaatst en zijn risico op brand? Dan wordt het verleidelijk om zoveel mogelijk data op te vragen.

‘De verzekeraar zal zich bij gegevensverzameling moeten beperken’, zegt Gerrit-Jan Zwenne, hoogleraar recht en digitale technologie en advocaat bij Brinkhof. ‘Er moet een duidelijk verzameldoel zijn en als er gegevens worden verwerkt op basis van toestemming, moet de consument een vrije keuze hebben. Dat laatste is nogal een cryptische bepaling. Bij verzekeringen heb je nu keus genoeg. Maar wat als een verzekering alleen maar betaalbaar is met een slim kastje in je huis? Is er dan nog sprake van vrije keuze? De wet is niet duidelijk, maar de toezichthouder Autoriteit Persoonsgegevens lijkt hierbij erg streng in de leer: het mag al snel niet.’

Als de verzekerde toestemming geeft voor het gebruik van data, wil dat trouwens niet zeggen dat hij ook precies krijgt te zien hoe die gegevens worden gebruikt. De algoritmes zijn van de verzekeraar, al zal die voortaan minder geheimzinnig kunnen doen over welke data precies een rol spelen bij de premiebepaling.

Bij de verzekeraars is op het terrein van big data eerder sprake van een evolutie dan van een revolutie. Maar als straks grote dataverzamelaars als Google en Facebook op de verzekeringsmarkt komen, kan het snel gaan. Amazon, dat het eigen huiscomputersysteem Alexa heeft, is al actief op de Europese verzekeringsmarkt. ‘Het is niet uitgesloten dat de Ne-

derlandse verzekeraars over vijf of tien jaar buitenspel staan’, zegt Jochem Davids van verzekeringsstart-up InsureApp. ‘De Nederlandse verzekeraars hebben het erg zwaar met zichzelf. Er is amper tijd en geld voor innovatie.’

InsureApp wil juist op alle mogelijke manieren data over levensstijl inzetten om verzekeringen te verbeteren. Van reisverzekeringen waarbij je pas betaalt als je de grens overgaat en kortingen voor gezond of veilig gedrag, tot het monitoren van de consument met de InsureApp om te kijken welke extra verzekeringen iemand nodig heeft. ‘Alleen al uit het bewegingspatroon kun je bijvoorbeeld opmaken of iemand een hond heeft.’

Davids ziet in de privacywetgeving geen belemmeringen voor nieuwe toepassingen. Evenmin is hij erg pessimistisch over de negatieve effecten van big data in verzekeringsland. Hij acht het onwaarschijnlijk dat mensen onverzekerbaar worden. ‘De samenleving moet bepalen welke verzekeringen noodzakelijk zijn. Er moet een basis zijn die voor iedereen betaalbaar en toegankelijk is, zo-

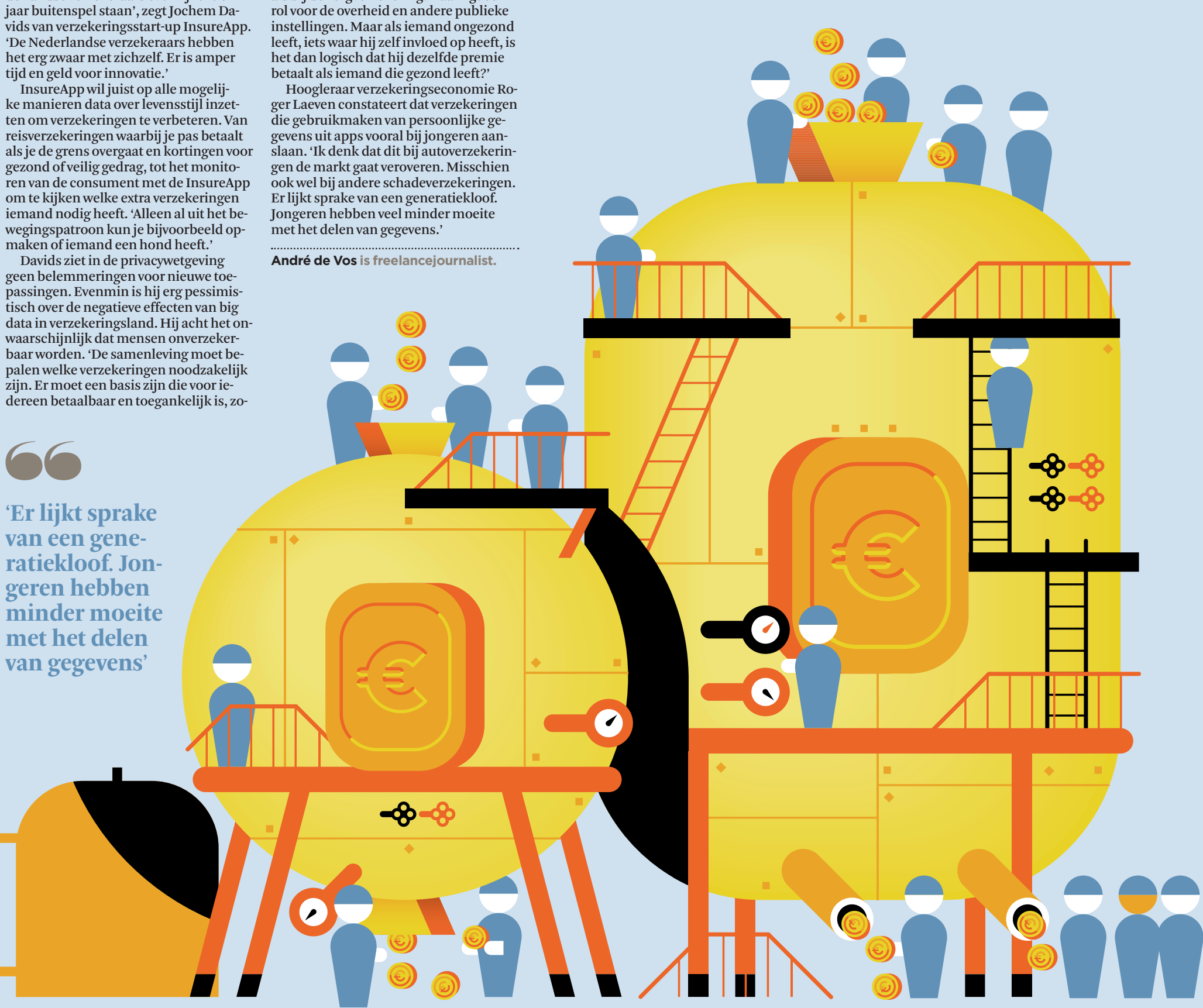
als bij de zorgverzekering. Daar ligt een rol voor de overheid en andere publieke instellingen. Maar als iemand ongezond leeft, iets waar hij zelf invloed op heeft, is het dan logisch dat hij dezelfde premie betaalt als iemand die gezond leeft?’

Hoogleraar verzekerings economie Roger Laeven constateert dat verzekeringen die gebruikmaken van persoonlijke gegevens uit apps vooral bij jongeren aanslaan. ‘Ik denk dat dit bij autoverzekeringen de markt gaat veroveren. Misschien ook wel bij andere schadeverzekeringen. Er lijkt sprake van een generatiekloof. Jongeren hebben veel minder moeite met het delen van gegevens.’

André de Vos is freelancejournalist.



‘Er lijkt sprake van een generatiekloof. Jongeren hebben minder moeite met het delen van gegevens’



Beter beschermd huis

Interpolis Thuismeester geeft verzekerden met een ‘domotica-systeem’ met een rook- en watermelder en een op afstand bedienbare lamp minimaal 3% korting op de opstalverzekering en 6% korting op de inboedelverzekering. De zogenaamde HomeWizard koppelt deze drie systemen via een app, die een melding geeft als er lekkage is of rookontwikkeling.

Alleen de verzekerde ontvangt de gegevens, Interpolis gaat ervan uit dat de installatie van het systeem op zich

al leidt tot betere preventie en dus een lagere schadelast. Dat rechtvaardigt de premiekortingen. Het kortingspercentage is afhankelijk van de preventieve maatregelen die de verzekerde neemt. Die moet hij invullen in de Veiligheidsmeter. ‘Interpolis vertrouwt erop dat de klant de meter naar waarheid invult en het systeem ook echt heeft

‘Wij monitoren de systemen niet’

geïnstalleerd. Wij monitoren de systemen niet. Als een klant niet (tijdig) reageert op een signaal van de app, dan blijft hij natuurlijk wel verzekerd’, aldus de verzekeraar in een toelichting. Interpolis bekijkt alleen op geaggregeerd en anoniem niveau of de verzekerden minder schade hebben.

Voor automobilisten heeft Interpolis recentelijk de Automodus-app geïntroduceerd. Die zet de smartphone van de bestuurder stil tijdens het rijden.

Bonus voor veilig rijden

Bij de Veilig Rijden Verzekering van de ANWB meet een apparaatje in de auto snelheid en manier van bochten nemen, optrekken en remmen. Die gegevens gaan naar de verzekeraar. Veilig rijgedrag kan een korting van maximaal 30% op de premie opleveren. Volgens de ANWB zijn er inmiddels meer dan 10.000 automobilisten met deze verzekering. Van de nieuwe autoverzekeringen die de ANWB afsluit, is 40% een veiligrijdenverzekering. De gemid-

delde korting van deelnemers bedraagt 17,5%. Een kleine honderd verzekerden halen de maximale korting van 30%, maar er zijn ook 230 mensen met de verzekering gestopt omdat ze onveilig reden en geen korting kregen. Wie onveilig rijdt, wordt daarop aangesproken door de verzekeraar en kan worden geschorst.

Omdat het dan

‘Verzekerde houdt bij ons zelf controle’

moeilijk wordt om elders een verzekering te krijgen, nemen verzekerden liever zelf het initiatief.

Woordvoerder Ad Vonk van de verzekeraar: ‘Natuurlijk moet je zorgvuldig omgaan met de data, maar we moeten oppassen dat de privacydiscussie niet alles onmogelijk maakt. De verzekerde houdt bij ons zelf de controle over zijn gegevens. Bij de gegevens uit de boordcomputer die automatisch naar de autofabrikant gaan, is dat niet zo goed geregeld.’