

## **GROENE AMSTERDAMMER ONTRAFELT 'VERZEKERINGSMAFFIA'**

**Dit jaar is het tien jaar geleden dat het begrip 'woekerpolis' werd geïntroduceerd en nog altijd sleept de affaire voort. In de Groene Amsterdammer reconstrueert onderzoeksplatform Investico het ontstaan van de affaire. Nieuwe feiten levert dat niet op, wel een smeug verhaal.**

29 juni 2016

Verzekeraars wisten al rond de millenniumwisseling dat ze fout zaten met de verkoop van woekerpolissen. Toch gingen ze er nog jaren mee door. Volgens schattingen zijn er vanaf de jaren negentig ruim zeven miljoen woekerpolissen verkocht met een totale waarde van honderd miljard euro. De schade wordt geschat op twintig tot dertig miljard euro.

Aan de hand van vele interviews en vele schriftelijke bronnen reconstrueerde onderzoeksplatform Investico het ontstaan van de affaire. "We wisten dat het niet houdbaar was. We renden gezamenlijk het ravijn in", zegt een van de betrokkenen (een anonieme actuaire, red.). "Vanaf 2000 gold: pakken wat je pakken kunt. Want hoe meer geld je nog gauw binnenhaalde, hoe beter je de klap kon opvangen. Achteraf is het verbijsterend dat niemand eind jaren negentig heeft gezegd: ho maar, Rupsje Nooitgenoeg."

Uit het onderzoek rijst het beeld op van een branche die functioneerde als een kartel, met het Verbond van Verzekeraars als spin in het web. Door exorbitant hoge kostenpercentages te verstoppen in beleggingsverzekeringen maakten de verzekeraars gigantische winsten. Toezicht op de sector was er nauwelijks, vrije concurrentie evenmin. "Als je iets deed wat niet in het straatje paste, dan kwam er iemand voorrijden van het Verbond om te vragen waar je mee bezig was." (Aan het woord is Alfred Oosenbrug, die begin jaren negentig bij Klaverblad werkte, red.)

Al in de jaren negentig probeerde een aantal kritische medewerkers van verzekeringsmaatschappijen duidelijkheid te krijgen over de verstopte kosten in beleggingsverzekeringen. "Het duurde maanden voor we die boven water hadden", zegt een van de onderzoekers (die anoniem wilde blijven). "Als specialisten hadden we al de grootste moeite om het na te rekenen. Dat was in 1999. Toen wist men echt wel wat er speelde. Niemand kan zeggen dat ze het niet wisten." Volgens actuaire Oosenbrug gebeurde er niets met deze kritiek. "Dat was de cultuur in die tijd. Kortetermijnpolitiek, geen kritiek, want dat tast ons grandioze verdienmodel aan. De sector ging dwarsliggen en negeerde de waarschuwingen volkomen. De consument was er ook niet vatbaar voor, die leefde met het hoofd in de wolken: slapend rijk worden. De politiek zei: alsjeblieft geen heibel. Dus wie had er belang bij om iets met die kritiek te doen?"

Ondertussen veranderde de cultuur binnen de verzekeraars, vertellen betrokkenen. "Er werden massaal bedrijfskundigen binnengehaald die de toko gingen runnen, maar geen verstand van het vak hadden. Het maakte niet uit of ze autobanden verkochten of verzekeringsproducten, als de winstmachine maar draaide." (Ook hier is Oosenbrug aan het woord, red.)

Toen het probleem met de woekerpolissen na een uitzending van Tros Radar in 2006 breed bekend werd, begonnen de verzekeraars de affaire complexer te maken. Mede daardoor is er nog altijd geen goede oplossing. "Ze zijn complexiteit gaan creëren door de discussie te trechteren naar de verborgen kosten", zegt Oosenbrug. "Die waren bij elke polis anders, zodat ze konden zeggen: er is geen simpele oplossing."

Volgens Oosenbrug is het nog altijd mogelijk om tot een eerlijke compensatieregeling voor gedupeerde consumenten te komen: "In de kern is de problematiek steeds hetzelfde: het beloofde rendement wordt niet gehaald. Je sluit een beleggingsverzekering af met maar één reden: het levert meer op dan sparen. Maar tot op de dag van vandaag zijn de verzekeraars erin geslaagd om die volksverlakkerij met veel te hoge voorgespiegelde rendementen buiten de discussie te houden. Het ging telkens weer over de kosten. En dat is een hopeloze discussie."

### **Sector werd zelf een woekerpolis**

Uit de samenvatting hierboven doemt het beeld op dat de onderzoekers alleen met actuaire Alfred Oosenbrug en een enkele anonieme collega hebben gesproken. Ze spraken echter ook met onder meer Arnoud Boot, Frank Rosenmuller, Falco Valkenburg, Ivo Valkenburg, Ab Flipse, Marcel Hooft van Huysduynen en Jeffrey Leichel. Lees het artikel over de 'verzekeringsmaffia' op Blendle of op de site van de Groene.

"Uiteindelijk werd de sector een woekerpolis op de hele economie", zegt Boot. Mede dankzij de woekerpolissen werd de verzekeringsbranche een groeisector, die daardoor een steeds belangrijker deel van het nationaal inkomen is gaan uitmaken. Boot: "Dat grotere deel van de koek bestaat uit die transactiekosten die de verzekeraars hun klanten in rekening brachten. De vraag is wat de toegevoegde waarde van die hap is. Of die de koek als geheel ook groter maakt, of dat die hap wordt afgesnoept van de koopkracht van consumenten." Dit stelt de verzekeraars voor een dubbel probleem, zegt Boot: "Ze worden geconfronteerd met een reusachtige claim, maar daar staat geen verdienmodel tegenover. Als ik een hoge boete moet betalen maar ik weet dat ik in de toekomst grote winsten kan maken, is dat niet zo erg. Maar de hele toekomst voor de verzekeraars is weg. Niemand koopt nog levensverzekeringen. Het vertrouwen in die sector is verdwenen."

### **Reactie Verbond**

Het Verbond van Verzekeraars herkent zich niet in het geschetste beeld. "De verwijten die de brancheorganisatie gemaakt worden, hebben bovendien betrekking op een tijdperk dat inmiddels ver achter ons ligt. Dat er in de 'woekerpolisaffaire' het nodige is misgegaan staat niet ter discussie. Zo hebben de betrokken verzekeraars in onderhandelingen met breed samengestelde consumentenstichtingen regelingen getroffen waarbij voor in totaal

circa 3 miljard euro aan kostencompensatie te geboden. Het Verbond heeft zich in dezelfde periode beijverd voor kostentransparantie, hervorming van het distributiestelsel en het ontwikkelen van een programma dat tot doel heeft consumenten goed inzicht in hun situatie te bieden en de mogelijkheden om daarin verandering te brengen."