

Slag om uitvaartmarkt gaat nieuwe fase in

De tijd van het smijten met cadeaus lijkt dankzij de inducementregels definitief voorbij in de uitvaartmarkt. Naast bekende namen als Dela, Monuta en Yarden zijn er sinds een paar maanden ook maatschappijen die de markt bewerken met nettoproducten. Ook zijn er steeds meer uitvaartbedrijven die een budgetbegrafenis of -crematie aanbieden.

Een noodzakelijk kwaad is wellicht de beste omschrijving voor het productaanbod van uitvaartverzekeraars- en ondernemingen. De meeste mensen willen niet nadenken over hun uitvaart, maar ruim tweederde van hen besluit er toch een verzekering voor af te sluiten. Nu uitvaartverzekeringen vallen onder de transparantieregels van Bgfo 2 lijkt de markt kansrijk voor nieuwe aanbieders. Twee oude bekenden doken eind vorig jaar plotseling op in de markt. Nicheverzekeraar TAF, vanouds vooral actief op het terrein van betalingsbeschermingsverzekeringen, en 'hypotheekvergelijker' Nationale HypotheekPas (NHP) introduceerden hun eigen uitvaartverzekering. Bij TAF is Quantum Leben AG uit Liechtenstein de risicodrager. Bij NHP heet de partij achter het uitvaartlabel NorthWest, een slapende verzekeringsmaatschappij uit Hoorn die door investeerders nieuw leven werd ingeblazen.

Elian Smits, directeur van NHP, zag haar kans schoon toen NorthWest zich weer aan het front meldde. "Sinds de introductie van Bgfo 2 begin 2010 had ik nog geen partij in de markt gezien die provisieloze, netto uitvaartverzekeringen bood. Dankzij NorthWest kunnen wij nu ook bij uitvaart een transparant product aanbieden." Voor een individu rekent NHP een vast advies-tarief van 195 euro, voor een gezin – ongeacht het aantal kinderen – 295 euro. De eerste maanden liep het storm met de aanvragen, mede door de actiekorting van 100 euro die NHP nu voorlopig handhaaft. "Maar ook los van de lage advieskosten kunnen wij een uitvaartverzekering aanbieden die in veel gevallen het goedkoopste uitpakt." Potentiële klanten die aanhikken tegen de vaste adviesprijs kunnen ook bij NHP toch kiezen voor een variant met provisie, zolang het provisieverbod nog geen uitgemaakte zaak is. "Zo'n 25 procent van onze klanten kiest bij uitvaart

op dit moment nog voor een bruto product", aldus Smits.

PRIJSVECHTERS

Marktleider Dela – meer dan 3 miljoen verzekerden – voelt zich volgens woordvoerder Martin Kersbergen geenszins bedreigd door prijsvechters als NHP en TAF. "Zolang iedereen daadwerkelijk hetzelfde doel nastreeft – een transparante verzekeringsbranche – zijn nieuwe aanbieders altijd prima. Die houden ons scherp." Wel waarschuwt hij in zijn algemeenheid voor "etalagetarieven" bij kantoren die met een lage adviesfee werken. "Een lage adviesprijs bij het sluiten van de verzekering is mooi, maar de voorwaarden en eventuele extra kosten bij mutaties zijn toch belangrijker."

"Als er in de loop van de tijd iets veranderd moet worden aan de polis, dan kan dat gratis, ook via onze tussenpersonen", benadrukt Smits. "Tegen een premie die over de hele looptijd wel 1.000 euro per persoon lager kan uitpakken, bieden wij een kwalitatief goede somverzekering die uitkeert op basis van declaraties die nabestaanden indienen. Een somverzekering geeft de nabestaanden meer keuzevrijheid, terwijl je bij naturaverzekeraars vaak verplicht gebruik moet maken van hun eigen uitvaartcentra." Hoewel Dela ook koopsomverzekeringen aanbiedt, ligt de focus van de Eindhovense coöperatieve verzekeraar van oudsher op het compleet regelen van uitvaarten zonder winststoegmerk. Als getuigenis van



Elian Smits: "Scoren met lage advieskosten."

die laatste doelstelling probeert Dela zo transparant mogelijk te zijn over al het geld dat de verzekerden opbrengen en wat daarmee gebeurt.

CADEAUS

Dela betaalt 5 procent provisie over het verzekerd kapitaal bij een naturaverzekering waarbij een kostprijs van gemiddeld 6.500 euro wordt aangehouden, zo blijkt uit de Dela Omzet Indicator op het intermediairgedeelte van de website. Als de klant de verzekering tegen koopsom afsluit, krijgt de tussenpersoon 7 procent. Op de website staat nog vermeld dat de voorgespiegelde adviesvergoeding 'exclusief bonusprovisie is'. "Slordig dat die oude term er nog staat", beaamt Kersbergen. "Uiteraard is er vanaf de introductie van de Bgfo 2 bij ons geen sprake meer van welke bonus richting het intermediair dan ook. Wij

waren niet voor niets een voorvechter van het insluiten van uitvaartverzekeringen bij het gedragstoezicht. De markt kreeg een steeds slechter imago door aanbieders en tussenpersonen die alleen maar met cadeaus hun producten aan het pushen waren.”

Ook Dela is ‘door schade en schande’ wijs geworden. “In het verleden zorgden verkoopgedreven adviseurs ook bij ons voor relatief hoge bruto omzetvolumes maar netto was de opbrengst gering vanwege de terugboekregeling. Veel slecht geadviseerde klanten haakten helemaal af of stapten over naar een ander. Dat was een belangrijke les voor ons. Alleen door echt transparant te zijn en kwaliteit te leveren win je tegenwoordig de slag om de klant.”

De overstap naar beloningstransparantie in de branche betekende het einde voor een aantal grote tussenpersonen die sterk leunden op uitvaartverzekeringen. Dela trok in het najaar van 2008, ruim voor de introductie van de Bgfo 2, zelf de stekker uit de samenwerking met Vitaela, een Bredase tussenpersoon met 300 ‘adviseurs’. Vorig jaar ging een reeks bedrijven die grootschalig bemiddelden in uitvaart over de kop, waaronder Vivalis, een belangrijke outlet voor Monuta. Een andere partij die omviel was Perfect Finance, ook bekend van de verkoopwebsite met de veelzeggende naam geschenkenverzekerd.nl. Voor verzekeraar Cardif, bekend van de Hypotheek Opvang Polis en dochter van het Franse BNP Paribas, is het rumoer rondom de adviesvergoedingen in uitvaartbranche reden om de activiteiten op uitvaart op een laag pitje te zetten. In de zomer van 2008 stapte Cardif nog met veel zelfvertrouwen haar Life Care Uitvaartverzekering. “We vinden de markt op zich nog steeds interessant”, vertelt directeur corporate communication Marieke van Zuinen. “Maar we kiezen er op dit moment voor om geen

actieve rol te spelen vanwege de grote veranderingen in het distributielandschap en de impact daarvan. Door Bgfo 2 is de koppeling van een uitvaartverzekering aan het hypotheekmoment een stuk minder relevant.”

TOTAALWEIGERAARS

De Nederlandse uitvaartmarkt is volgens Kersbergen niet aantrekkelijk voor partijen die snel grote volumes willen afzetten. De groei in het aantal verzekerden beperkt zich hoofdzakelijk tot pasgeborenen en kinderen die op de polis van de ouders worden bijgeschreven en jongvolwassen die overstappen op een eigen uitvaartpolis.

Kersbergen: “De penetratiegraad van uitvaartverzekeringen ligt al jaren op ongeveer 70 procent. Dat zijn de mensen die iets geregeld hebben voor hun uitvaart. Zo’n 90 procent van die mensen kiest voor een verzekering; de rest kiest voor een vorm van sparen.”

Ondanks de marketingkracht van grote partijen als Dela, Monuta en Yarden blijkt het onhaalbaar om door de barrière van 70 procent heen te breken. Van de resterende 30 procent Nederlanders zonder uitvaartverzekering is volgens Kersbergen 80 tot 90 procent niet in de markt. “Dit zijn de totaalweige-



Martin Kersbergen: “Oppassen voor etalagetarieven.”

raars, mensen die er weloverwogen voor kiezen om niets te regelen. Het heeft geen zin om hen met traditionele marketing te benaderen.”

Die laatste conclusie onderschrijft Smits, maar zij ziet wel mogelijkheden om die doelgroep op een andere manier te benaderen. “We hopen gebruik te kunnen maken van onze sterke propositie op het vlak van overlijdensrisicoverzekeringen. Als je om die reden toch al aan tafel zit met een klant kun je hem makkelijker het belang van een uitvaartzekering duidelijk maken. Steevast blijkt dat mensen de kosten van een begrafenis of crematie ernstig onderschatten. Wij gaan voor een gemiddelde uitvaart uit van 7.500 euro.”

BUDGETCREMATIE

Die kosten staan tegenwoordig open voor discussie. Hanteerden verzekeraars en uitvaartbedrijven vroeger vrijwel allemaal een geïndiceerde totaalprijs voor een begrafenis of een crematie, inmiddels zijn er ook partijen die ‘deeldiensten’ aanbieden. Voor een bedrag tussen de 1.450 en 3.500 euro heb je een budgetuitvaart. De goedkoopste aanbieder is uitvaartcompact.nl, onderdeel van de PC Hoofdgroep uit Amsterdam.

Uitvaartcompact biedt in drie varianten een budgetcrematie of -begrafenis. In de goedkoopste variant kost een budgetcrematie 1.450 en een budgetbegrafenis 1.550 euro. Hierbij is er geen sprake van opbaring en een rouwplechtigheid, wel is een roos of een seizoensbloem op de kist bij de prijs inbegrepen. In de duurste variant, met opbaring en auladienst, liggen deze bedragen twee keer zo hoog. Het bedrijf is actief in Noord- en Zuid-Holland en Flevoland en werkt vrijwel volledig via internet. Zowel de aanvraag als de planning van de uitvaart worden via de website of telefoon geregeld. Uitbreiding van het pakket is niet mogelijk.

Bij Budgetuitvaart.nl uit Hoofddorp



Marieke van Zuinen: “Activiteiten op laag pitje.”

wordt gerekend met een minimumprijs van 2.500 euro en een maximum van 3.500 euro. Het verschil hiertussen zit ‘m in de grafrechten die door heel Nederland sterk uiteenlopen. Op Ameland kun je de grafrechten voor twintig jaar afkopen voor 141 euro (bron: Dela). In Waddinxveen kost dat voor dezelfde periode 2080 euro. Het Hoofddorpse bedrijf heeft wel een min of meer landelijke dekking door samenwerking met regionale uitvaartverzorgers.

Zowel Smits als Kersbergen kunnen zich weinig voorstellen bij het budgetconcept. Smits: “Bij een budgetuitvaart denk ik meer aan een kartonnen doos dan aan iets stijlvol.” Kersbergen: “Als je voor budget gaat, lever je toch iets in. De uitvaart vindt dan bijvoorbeeld plaats op incurante tijden of op een locatie waar de overledene niets mee had, maar waar het enige uitvaartcentrum van de budgetaanbieder zit. Dat is in ieder geval niet de keuze die wij bij Dela maken.” Hoewel Dela er zelf niet in gelooft, biedt haar Rotterdamse uitvaartcentrum Goetsee onder de naam Basic Uitvaarten voor een bedrag van om en nabij 2.500 euro budgetuitvaarten aan. Geen probleem wat Kersbergen betreft. “Er is niets mis mee als een uitvaartondernemer twee totaal verschillende producten verkoopt. In dezelfde straat kunnen ook een Albert Heijn en een Aldi naast elkaar zitten. Dat bij elkaar ook niet.” ■