



# Frustratie of innovatie?

LATEN WE EERLIJK ZIJN: HOE VAAK STELLEN WE ONSZELF DE VRAAG: 'WAAROM DOEN WE DIT EIGENLIJK ZO?' DE KRACHT VAN *FIRST PRINCIPLES* DENKEN ZIT PRECIES DAARIN – HET DOORBREKEN VAN AANNAMES EN TERUGGAAN NAAR DE ESSENTIE. INSURTECHS HEBBEN DEZE BENADERING VOLLEDIG OMARMED. DOOR BESTAANDE AANNAMES OVERBOORD TE GOOIEN EN VANUIT KLANTBEHOEFTEEN OPNIEUW TE BEGINNEN, ZETTEN ZIJ DE VERZEKERINGSSECTOR OP ZIJN KOP. ZE TONEN AAN DAT VERZEKEREN SNELLER, EENVOUDIGER EN EERLIJKER KAN. IN DEZE REEKS OVER INSURTECHS ONTDEK JE HOE ZIJ MET *FIRST PRINCIPLES* DE STATUS QUO UITDAGEN – EN WAT JIJ HIERVAN KUNT LEREN.

TEKST JACK VOS, OPRICHTER ONESURANCE.AI

Het idee van *first principles* is eeuwenoud en geworteld in de filosofie van Aristoteles. Hij beschouwde het als een manier om elk probleem terug te brengen tot zijn fundament. In zijn ogen moest je je ontdoen van aannames en vanuit de kern opnieuw bouwen. Later pasten wetenschappers zoals Isaac Newton dit principe

toe om de natuurwetten te formuleren. Zij begonnen bij de vraag: wat weten we absoluut zeker? Wat kunnen we vanuit daar opbouwen?

Het is de denkwijze die Elon Musk liet zeggen: "Rockets are expensive? Let's figure out why." Hij brak het probleem op in zijn kerncomponenten, analyseerde de kosten en vond manieren om die drastisch te verlagen.

Het resultaat? SpaceX, dat raketten bouwt voor een fractie van de kosten van traditionele spelers. Dit denken is niet alleen voorbehouden aan ruimtevaartpioniers. Ook in jouw werk als adviseur kun je de kracht van *first principles* inzetten. Vraag jezelf af: wat willen mijn klanten echt? Wat kan er simpeler, sneller, efficiënter?

### FRUSTRATIE ALS BRANDSTOF

Frustratie is vaak de drijvende kracht achter verandering, en dat is precies hoe insurtechs meestal ontstaan. De traditionele verzekeringswereld stond jarenlang bekend om trage processen, ondoorzichtige voorwaarden en hoge kosten. Klanten voelden zich vaak verloren in het complexe woud van polissen en claims. Dit creëerde ruimte voor technologie gedreven startups om in te springen en te laten zien dat het anders kan. Vergelijk het met Uber: geboren uit ergernis over onbetrouwbare taxi's, creëerde het een platform dat eenvoud en snelheid bood. Insurtechs doen hetzelfde in de verzekeringssector. Ze combineren technologie met een klantgerichte aanpak. Daniel Schreiber, CEO en oprichter van Lemonade, één van de bekendste insurtechs: "Our mission is to replace a centuries-old industry with something built on empathy, technology, and a deep sense of purpose."

De markt voor insurtechs is booming en wereldwijd zijn er honderden insurtechs actief die zich richten op

'Insurtechs zijn niet langer buitenbeentjes, maar kernspelers in de industrie'

uiteenlopende specialisaties: van gezondheidszorg en schadepreventie tot AI-gedreven risicoanalyse. Volgens FinTech Global bereikte de wereldwijde insurtech-markt een omvang van 26 miljard dollar in 2024 en wordt verwacht dat deze tegen 2033 zal groeien tot ongeveer 496 miljard dollar, wat neerkomt op een samengestelde jaarlijkse groei van 38 procent. Deze groei wordt voornamelijk gedreven door innovaties op het gebied van kunstmatige intelligentie (AI), machine learning (ML), cybersecurity en een toenemende nadruk op Environmental, Social, and Governance (ESG)-praktijken.

Evenementen zoals ITC DIA Europe dat jaarlijks plaatsvindt in Amsterdam, bieden een podium voor deze innovators. Met meer dan honderd deelnemende



*I think it's possible for ordinary people to choose to be extraordinary.*  
– Elon Musk

insurtechs is dit dé plek waar verzekeraars, adviseurs en techbedrijven samenkomen om de toekomst van verzekeringen te bespreken en vorm te geven. Tijdens deze beurs worden de nieuwste technologieën gepresenteerd, van blockchain-oplossingen tot op AI gebaseerde klantinteractieplatforms.

Het business intelligence bedrijf CB Insights brengt elk jaar een lijst uit met meest veelbelovende insurtechs. De kans is groot dat een aantal van deze insurtech bedrijven, apps, platforms, marktplaatsen en tools ook actief gaan worden in Nederland.

### BEDREIGING

Disruptieve initiatieven zijn een bedreiging voor de status quo en worden veelal sceptisch bekeken, zo ook insurtechs. Veel insurtechs richten zich in eerste instantie op groei en marktaandeel, vaak ten koste van directe winstgevendheid. Dit roept vragen op bij traditionele verzekeraars, die vrij comfortabel stabiele marges kunnen realiseren. Daarbij zou de impact in de markt van insurtechs beperkt zijn. Gerekend in percentages marktaandeel is dat natuurlijk waar, veel verzekeraars bestaan echter al honderd jaar of meer, insurtechs slechts een paar jaar. Insurtechs gebruiken echter zeer snel schaalbare technologie en businessmodellen

en kunnen exponentieel groeien. Daarom beseffen verzekeraars dat ze de boot niet mogen missen. Ze investeren nu niet alleen in insurtechs, maar kopen deze startups simpelweg op of werken intensief met hen samen. Zoals Allianz: zij werken samen met Lemonade om hun eigen processen te optimaliseren. Of Nationale-Nederlanden die de Britse insurtech Laka voor fietsverzekeringen in Nederland introduceerde.

Het Verbond van Verzekeraars stimuleert de samenwerking tussen verzekeraars en insurtechs actief via het open Platform InsurTech. Het Verbond - alsmede vele internationale verzekeraars - hebben een structurele samenwerking met Plug and Play InsurTech, hét insurtech-innovatieplatform uit Silicon Valley/München.

Het signaal is duidelijk: insurtechs zijn niet langer buitenbeentjes, maar kernspelers in de industrie.

### THE FUTURE IS FASTER THAN YOU THINK

Insurtechs hebben bewezen dat de verzekeringssector eenvoudiger, eerlijker en klantgerichter kan. Door te denken vanuit first principles en technologie slim in te zetten, hebben ze de lat hoger gelegd voor de hele industrie. Maar dit biedt ook kansen voor jou als adviseur. Door te leren van hun aanpak en samen te werken met deze vernieuwers, kun je jouw klanten beter van dienst

## ZIJN INSURTECHS ALLEEN KLEINE STARTUPS?

Asurion is 's werelds grootste technologiezorgbedrijf en helpt meer dan 300 miljoen klanten optimaal gebruik te maken van hun apparaten, variërend van telefoons en laptops tot huishoudelijke apparaten. Met 24/7 service en een netwerk van meer dan 730 reparatiewinkels biedt Asurion snelle en betaalbare reparaties, vaak binnen 45 minuten. Dit maakt Asurion tot een leider in technologieverzekeringen en klantgerichtheid.

Wefox is in 2014 gestart in Duitsland en is een ecosysteem dat verzekeraars, adviseurs en klanten met elkaar verbindt met als doel processen te stroomlijnen en samenwerking efficiënter te maken. Het heeft meer dan drie miljoen klanten in Europa en werd in 2022 gewaardeerd op 4,5 miljard euro. Het bedrijf, dat onder andere in Nederland TAF heeft overgenomen, voert nu een grote herstructurering door om de snelle groei te managen.

Lemonade heeft als een van de eersten het traditionele verzekeringsmodel op zijn kop gezet. Met een AI-gedreven platform kunnen klanten binnen enkele minuten een polis afsluiten of een claim indienen. Het bedrijf heeft meer dan 1,6 miljoen klan-

ten en staat bekend om zijn unieke winstmodel: een deel van de premie-inkomsten wordt gedoneerd aan goede doelen. Transparantie staat centraal, en dat gecombineerd met de wil een positieve impact te maken, spreekt vooral jongere generaties aan.

Root Insurance gebruikt technologie om rijgedrag te analyseren via een app. Dit stelt hen in staat om premies af te stemmen op hoe veilig iemand rijdt. Geen standaardtarieven meer, maar persoonlijke premies gebaseerd op gedrag. Root heeft inmiddels meer dan twee miljoen klanten en is actief in verschillende staten in de VS. Dit model is niet alleen eerlijker, maar ook een sterke motivator voor veiliger rijgedrag.

Oscar Health richt zich op de gezondheidszorg en biedt klanten directe toegang tot artsen via een gebruiksvriendelijk platform. Het bedrijf bedient inmiddels meer dan één miljoen leden en scoort een indrukwekkende klanttevredenheidsscore van 97 procent. Geen lange wachttijden of gedoe met verzekeringspapieren, maar snelle, persoonlijke zorg.

Ter vergelijking: Nationale-Nederlanden bedient zes miljoen klanten in Nederland, Allianz Benelux bedient twee miljoen klanten.

## BOLTTECH - DE BEST OPGESCHAALDE INSURTECH TER WERELD

Bolttech is een van de meest opvallende insurtechs van dit moment. Dit in Singapore gevestigde bedrijf heeft in december 2024 meer dan 100 miljoen dollar opgehaald wat het waardeerde op 2,1 miljard dollar.

Wat maakt Bolttech zo bijzonder? Allereerst is het hun brede focus op ecosystemen. Met meer dan 800 *distributiepartners* en 200 *verzekeringsmaatschappijen* in ruim 30 landen, behoort het tot de grootste insurtech-platforms wereldwijd. Dit ecosysteem stelt partners in staat snel toegang te krijgen tot een breed scala aan oplossingen, waaronder device protection, levensverzekeringen en eigendomsverzekeringen.

Bolttech maakt intensief gebruik van technologie zoals kunstmatige intelligentie en machine learning om processen zoals underwriting (acceptatie) te versnellen, maar faciliteert ook gepersonaliseerde verzekeringsoplossingen. IoT-integraties spelen daarbij een cruciale rol, bijvoorbeeld in schadepreventie en real-time monitoring. Een van hun meest opvallende producten is *device protection*, waarmee smartphones, laptops en andere apparaten verzekerd worden tegen schade. Dankzij samenwerkingen met grote telecombedrijven kunnen klanten direct bij aankoop een verzekering afsluiten, wat zorgt voor een naadloze erva-



ring. Inspirerend is ook de toegankelijkheid en inclusiviteit die Bolttech nastreeft. Door samen te werken met lokale distributeurs bereikt het miljoenen klanten wereldwijd, ongeacht locatie of inkomen. De schaal en diversiteit van hun aanbod – variërend van traditionele verzekeringen tot innovatieve oplossingen zoals on-demand en cyberverzekeringen – maken Bolttech tot een ware pionier.

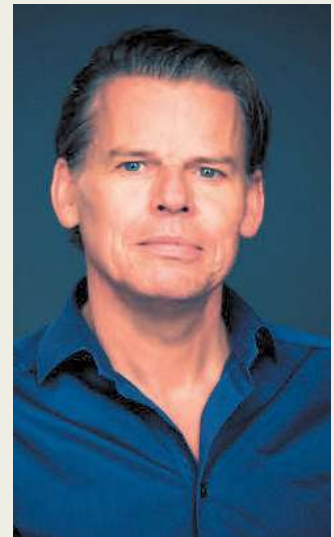
zijn en jezelf positioneren als een moderne, toekomstgerichte professional. Hier zijn een paar inzichten:

*Omarm Technologie:* Insurtechs laten zien hoe technologie processen kan vereenvoudigen en de klantervaring kan verbeteren. Ga gericht op zoek naar technologie die jouw leven makkelijker maakt en klantervaring verbetert.

- *Wees Transparant:* Klanten waarderen eenvoud en eerlijkheid. Neem een voorbeeld aan insurtechs en zorg ervoor dat jouw advies duidelijk en begrijpelijk is.
- *Bied Preventieve Oplossingen:* Help klanten niet alleen met verzekeringen, maar ook met manieren om schade te voorkomen. Dit voegt direct waarde toe en versterkt jouw positie als vertrouwde adviseur.
- *Richt je op Nichemarkten:* Insurtechs richten zich vaak op specifieke doelgroepen, zoals taxibestuurders, kleine ondernemers of micro-verzekeringen. Door jouw focus te verscherpen, kun je jezelf onderscheiden in een competitieve markt.
- *Werk Samen met insurtechs:* Zie insurtechs niet als concurrenten, maar als partners. Samenwerking kan je toegang geven tot innovatieve producten en diensten die jouw klanten ten goede komen. ■

Jack Vos heeft als oud-intermediair in 2022 de insurtech Onesurance.ai opgericht dat schaalbare AI-oplossingen biedt voor verzekeraars en intermediairs met als doel klantbediening te verbeteren.

In een volgend artikel zal Jack Vos enkele aansprekende voorbeelden behandelen van insurtechs en hoe ze op innovatieve wijze verzekeringsproducten aanbieden en daarmee laten zien dat de toekomst van verzekeren nu al mogelijk is.



### Meer informatie:

- [www.thefinancialtechnologyreport.com/the-top-25-insurtech-companies-of-2024/](http://www.thefinancialtechnologyreport.com/the-top-25-insurtech-companies-of-2024/)
- [www.cbinsights.com/research/report/top-insurtech-startups-2024/](http://www.cbinsights.com/research/report/top-insurtech-startups-2024/)
- [www.plugandplaytechcenter.com/industries/insurtech](http://www.plugandplaytechcenter.com/industries/insurtech)