

# Solidariteit en verzekeren

Drs. J.A. Schaffers en dr. E.D. Karssing<sup>1</sup>

## 1 Inleiding

Big data en data & analytics bieden veel kansen. Ook voor verzekeraars. Natuurlijk zijn er zorgen. Bijvoorbeeld rondom privacy. Daarvoor wordt aandacht gevraagd met de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Marjan Slob maakt zich in een column in de Volkskrant echter drukker “om een ander effect van al dat gezoek naar patronen in bijeengegaaarde informatie over groepen mensen: de uitwerking daarvan op onze solidariteit”.<sup>2</sup>

*“Kijk naar wat er gebeurt rondom zorg. Als je vroeger ziek werd, was dat gewoon flink balen, maar je wist: ziekte hoort nu eenmaal bij het menselijk bestaan. Vanuit dat besef hebben we als groep een fonds opgericht. Ieder van ons stopt er geld in en op het moment dat je ziek wordt, haal je uit het fonds wat je nodig hebt. De ene groepsgenoot zal in de praktijk vaker een greep uit de pot doen dan de ander, maar daar zeuren we niet over, want ziek is ziek en het is erg genoeg als dat lot jou treft. Ziek zijn hoort nog steeds bij het leven. Maar inmiddels hoort een aandoening ook bij een of ander risicoprofiel. Jij bent wellicht het slag mens met een verhoogde kans op diabetes, borstkanker, een sportblessure, een muisarm. Life is a bitch, dus die risico's zijn niet eerlijk over de groep verdeeld. Zodra je weet wat je profiel is, ligt desondanks onmiddellijk de vraag op tafel wat je eraan doet om die aandoening waar jij extra vatbaar voor bent te voorkomen. (...) Heb jij aanleg voor hartproblemen? Vervelend voor je, maar wil je dan wel de roomboter laten staan als je blijft? Want als jij niet een beetje je best doet, neemt de kans toe dat jij een beroep moet doen op de gezamenlijke pot. En dan gaat mijn premie omhoog, omdat jij te belazerd bent om te zorgen dat je niet ziek wordt. Zo maakt kennis over risico's dat we elkaar de maat gaan nemen. Ongemerkt worden we elkaars politieagenten”.*

---

1 Jos Schaffers is verbonden aan het Verbond van Verzekeraars en Edgar Karssing aan Nyenrode Business Universiteit. Samen hebben ze workshops over dit onderwerp verzorgd voor bestuurders en commissarissen van verzekeraars. Dit hoofdstuk is op persoonlijke titel geschreven en is niet per se het standpunt van het Verbond van Verzekeraars.

2 M. Slob, Solidariteit in de zorg heeft baat bij een zekere blindheid, *Volkskrant*, 9 oktober 2017.

Slob eindigt haar column met een voorspelling: “Als we niet ingrijpen, zal profielenkennis de groep steeds verder uit elkaar drijven. Solidariteit heeft altijd baat gehad bij een zekere blindheid”.

Met big data en data & analytics kunnen verzekeraars steeds meer zien doordat ze veel beter inzicht krijgen in risicoprofielen. En met hen de verzekerden. Dat staat tegenover “een zekere blindheid”. Als Slob gelijk heeft dan staat met deze nieuwe technologische ontwikkelingen de grondslag van verzekeren op het spel. Tenminste, als we kijken naar wat verzekeraars daar zelf over zeggen. In de Gedragscode Verzekeraars van het Verbond van Verzekeraars staat: “Wij organiseren solidariteit en maken risico's beheersbaar”. En in de visie van Zorgverzekeraars Nederland staat: “Zorgverzekeraars hanteren solidariteit en voor iedereen gelijke toegankelijkheid van de zorg als uitgangspunten binnen een privaat verzekeringsstelsel”.

In dit hoofdstuk bespreken we de zorg die Slob benoemt. We erkennen dat met big data, data & analytics en slimme algoritmes de solidariteit in verzekeren onder druk kan komen te staan. De spannende vervolgvraag is dan: moeten verzekeraars zich hier druk over maken? En zo ja, wat kunnen verzekeraars daar dan aan doen? Welke verzekeraar durft af te wijken van de statistieken? Staan er straks klanten langs de zijlijn? Of zijn de goede risico's straks terecht beter af dan nu en was solidariteit alleen maar een slecht excuus om onvoorzichtig te zijn en risico te nemen?

Technologische ontwikkelingen een halt toeroepen lijkt ons zowel onwenselijk als onmogelijk. Onwenselijk omdat ze ook veel voordelen bieden. Onmogelijk omdat verzekeraars niet op een eiland leven waar innovaties verboden kunnen worden. Stel dat Nederlandse verzekeraars een grens zouden hanteren op dit vlak, wat doen ze dan als een grote buitenlandse partij op de Nederlandse markt toetreedt en zich niks aantrekt van deze mooie ethiek? We zien dan in ieder geval twee opties: de-solidarisatie of een reddingsoperatie. De-solidarisatie betekent dat verzekeraars solidariteit niet langer als uitgangspunt zien, niet langer aangeven dat ze solidariteit organiseren. Omdat ze dat toch niet kunnen waarmaken. Met een reddingsoperatie wordt getracht de solidariteit te revitaliseren voordat deze door gebrek aan onderhoud ten onder gaat. Voor de helderheid zetten we beide opties in extremis neer. In de praktijk zouden onderdelen van de twee opties kunnen worden gecombineerd.

In paragraaf 2 geven we een definitie van solidariteit. Vervolgens bespreken we in paragraaf 3 data & analytics als bedreiging van solidariteit, waarbij we eerst ook de kansen benoemen: voor een evenwichtige analyse. Daarna bespreken we de twee opties. In paragraaf 4 komt de ‘reddingsoperatie’ aan bod, daarna een voorstel om solidariteit af te schaffen in verzekeren: de-solidarisatie. Tijdens acht workshops voor leden van de raad

van bestuur en de raad van commissarissen in het verzekeraarsprogramma op Nyenrode hebben wij afgelopen jaar het vraagstuk aan verzekeraars voorgelegd. In de slotparagraaf maken we de balans op met een reflectie op de antwoorden die zij gaven. Is daarmee de discussie beslecht? Nee, maar hopelijk wel een stapje verder geholpen.<sup>3</sup>

## 2 Solidariteit

Solidariteit wordt vaak geassocieerd met begrippen als verbondenheid en saamhorigheid. Je helpt elkaar zonder dat er onmiddellijk een tegenprestatie tegenover staat. Je doet het vóór elkaar en mét elkaar. Je wilt voor elkaar instaan en je kunt op elkaar terugvallen.

Solidariteit in verzekeren speelt zich af tussen degenen die geluk en pech hebben. Zoals Slob aangaf: *life is a bitch*, als het noodlot jou treft mag je een greep uit de pot doen. Het gaat om onheil waar niemand iets aan had kunnen doen en is een manier om risico's collectief te maken, waarbij een ieder bijdraagt naar rato van het risico dat hij inbrengt. Deels is hier ook sprake van subsidiërende solidariteit, waarbij overdrachten *ex ante* plaatsvinden (dus vóór het intreden van het risico) van degenen die meer betalen dan de premie die hoort bij hun risicoprofiel naar degenen die minder betalen dan overeenkomt met hun risico. Een vorm van solidariteit die onvermijdelijk lijkt, zolang je *ex ante* de risico-profielen niet *vollledig* kunt inschatten.

Maar wie verzekert zich omwille van de solidariteit? Dat iemand zich verzekert is toch geheel vanuit zijn eigenbelang te begrijpen? Hij wil zijn eigen risico's beheersbaar maken. Daarbij speelt toch geen verbondenheid en saamhorigheid? Waarom zou hij omwille van het geluk en welzijn van anderen premie betalen? Anderen die hij helemaal niet kent. Als je iemand wilt helpen, dan kies je toch graag zelf het 'goede doel'? Kortom, is het wel terecht om verzekeren en solidariteit aan elkaar te koppelen? Hoe ziet die solidariteit eruit? Wat gebeurt hier precies? Neem een brandverzekering. De meeste mensen verzekeren zich tegen brand om, als het noodlot toeslaat, zonder al te grote problemen verder te kunnen gaan met hun leven doordat de verzekeraar de schade vergoedt. Als gezegd, dat is geheel vanuit het eigenbelang te begrijpen. Maar dan gebeurt er vervolgens iets bijzonders. In de woorden van Liederkerke is er sprake van een "merkwaardig gevolg".<sup>4</sup>

---

3 We maken geregeld gebruik zonder dit steeds te benoemen van passages uit T. de Bruin en E. Karssing, *Verzekeren, technische solidariteit en morele solidariteit. Kiezen tussen de-solidarisatie en reddingsoperatie*, 2017. [www.verzekeraars.nl/media/4072/verzekeren-technische-solidariteit-en-morele-solidariteit-11-oktober-2017.pdf](http://www.verzekeraars.nl/media/4072/verzekeren-technische-solidariteit-en-morele-solidariteit-11-oktober-2017.pdf)

4 Liederkerke, geciteerd in: T. Timmer, I. Elias, L. Kool en R. van Est, *Berekende risico's. Verzekeren in de data-gedreven samenleving*, Den Haag: Rathenau Instituut, 2015: 15.

Dat mensen een brandverzekering afsluiten zorgt er namelijk voor dat “er een inkomensoverdracht ontstaat van de vele gelukkigen die nooit met brand geconfronteerd werden, naar de kleine fractie ongelukkigen die hun huis in vlammen zagen opgaan. Het verzekeringsprincipe produceert solidariteit als niet-bedoeld neveneffect van vrij afgesloten contracten”.<sup>5</sup> Dus, door je te verzekeren, door een premie te betalen, draag je bij aan de solidariteit in Nederland. Vanuit het perspectief van de verzekerde is dat een onbedoeld maar positief neveneffect. Of, anders gesteld: men kan “premiebetaling voor een verzekering als een vorm van solidariteit beschouwen. Voor veel mensen geldt immers dat zij meer voor een verzekering betalen dan zij er ooit voor terugkrijgen”.<sup>6</sup> Al krijgen ze er wel de zekerheid voor terug dat hun risico's gedekt zijn indien hen narigheid overkomt.

Maar, wacht even. Als solidariteit in verzekeren vanuit het perspectief van de verzekerde een onbedoeld, positief neveneffect is van op eigen belang gericht gedrag, kunnen we dan nog wel zinvol over solidariteit spreken? Over solidariteit die uitdrukking geeft aan verbondenheid en saamhorigheid? Of wordt hier hetzelfde woord – solidariteit – in twee verschillende betekenissen gebruikt? Net zoals een bank een financiële instelling kan zijn of een meubelstuk voor twee of meer personen. We vermoeden het laatste, hoewel de twee betekenissen meer verwant zijn aan elkaar dan een financiële instelling en een meubelstuk. Om dit scherp te krijgen, maken we onderscheid tussen *morele* solidariteit en *technische* solidariteit.

Morele solidariteit is een gevoel van verbondenheid hebben en tonen, waarbij je anderen helpt zonder dat daar onmiddellijk een tegenprestatie van die ander tegenover staat. Belangrijkste element in de definitie is het *motief*: verbondenheid. Je doet het vóór elkaar en mét elkaar.

Morele solidariteit is niet per se de solidariteit die wordt bedoeld bij verzekeren. Deze vorm van solidariteit zullen we *technische* solidariteit noemen en kijkt primair naar het *resultaat*. In de wereld van verzekeringen is solidariteit de mate waarin risico's gedeeld worden met andere deelnemers of begunstigden. Dat mensen door verzekeren solidair zijn, is vanuit het perspectief van de verzekerde vaak onbewust en onbedoeld. Oftewel, technische solidariteit is een onbedoeld maar positief neveneffect van op zichzelf gericht gedrag.

In de praktijk kunnen de twee vormen van solidariteit heel goed samen opgaan. Maar dat hoeft niet, zoals we straks zullen zien.

---

5 Zie vorige voetnoot.

6 P. de Beer, Hoe solidair is de Nederlander nog?, in: E. de Jong en M. Buijsen (red.), *Solidariteit onder druk? Over de grens tussen individuele en collectieve verantwoordelijkheid*, 2005. [www.thijmgenootschap.nl/sites/thijmgenootschap.nl/files/artikelen/t93-1-3-paul-de-beer-hoe-solidair-is-de-nederlander-nog.pdf](http://www.thijmgenootschap.nl/sites/thijmgenootschap.nl/files/artikelen/t93-1-3-paul-de-beer-hoe-solidair-is-de-nederlander-nog.pdf)

### 3 Data & analytics als bedreiging van solidariteit

Verzekeraars verzamelen dagelijks en al jarenlang data van hun klanten om risico's in te kunnen schatten. Het is de basis van verzekeren. Maar die basis is aan flinke verandering onderhevig: de hoeveelheid data neemt razendsnel toe en er komen snel betere technieken om daar verbanden in te vinden. Dit kan, zoals Slob laat zien, voor problemen zorgen. Toch zijn er ook evidente voordelen voor verzekeraars en verzekerden. Die zullen we eerst benoemen.

Voordelen voor verzekeraars en verzekerden zijn, zonder uitputtend te zijn:

- Data kunnen ingezet worden om klanten te helpen op preventiegebied. Een verzekeraar kan eigen data en openbare data met elkaar samenbrengen, op zoek naar patronen in de schade, om op grond daarvan klanten te adviseren. Dat verandert de relatie verzekeraar-verzekerde van een laag-intensieve relatie naar een veel actievere, warmere band, die ook de kans geeft om aan vertrouwen te werken.
- Verzekeraars kunnen met data hun dienstverlening verbeteren. Data & analytics worden vaak ingezet om te voorspellen wat de eerstvolgende behoefte van de klant kan zijn. Als voor de verzekeraar de *next best action* bekend is, kan een de klant die het callcenter belt direct met de juiste medewerker verbonden worden.
- Fraudebestrijding is gebaat bij meer data. Creditcardmaatschappijen kijken al jaren naar betalingspatronen en zoeken direct contact met klanten als er iets abnormaals gebeurt. Op die manier is al menig creditcardmisbruik vroegtijdig opgespoord, zodat erger kon worden voorkomen. Evenzo kunnen verzekeraars onderzoek doen naar claimpatronen en gericht gaan kijken bij afwijkingen. Op die manier kunnen ze goedwillende klanten behoeden voor de misdragingen van slechtwillende verzekerden.
- Tot slot kunnen verzekeraars met data op zoek naar potentiële nieuwe klanten, door de vele nieuwe marketingmogelijkheden van vandaag de dag.

Hoewel er dus kansen liggen, zijn er ook zorgen. Met betrekking tot bijvoorbeeld het laatste punt zijn verzekeraars niet anders dan alle andere bedrijven. We zien dan ook dat het online advertentiegeweld groot is, net als de zorgen die dit oproept. Zo zou de Russische inmenging in de Amerikaanse verkiezingen vooral via online marketing zijn gerealiseerd. Daarbij werd gebruikgemaakt van profielen van Amerikanen die beïnvloedbaar leken. Zij kregen in sociale media dan informatie te zien, waardoor ze net wat vaker op Trump gingen stemmen. Een verzekeraar zou analoog hieraan op zoek kunnen gaan naar mensen die wat meer te besteden hebben, die zich zorgen maken over bepaalde risico's of die net van woning zijn veranderd of een kind hebben gekregen. Al dit soort informatie kan bijdragen aan meer verkoop. Met het 'Cambridge Analytica' schandaal nog vers in het geheugen, moge duidelijk zijn dat hier maatschappelijk veel zorgen over leven. Reclame en verleiding zijn één ding, maar door heel vernuftig gebruik te maken

van zwakheden in het rationele besluitvormingsproces van klanten is er op zeker moment eerder sprake van manipulatie (*evil nudging*). Wanneer gegevens van klanten worden gebruikt in strijd met het belang van diezelfde klanten (om ze bijvoorbeeld te dure producten te verkopen of producten die ze helemaal niet nodig hebben), is de kans groot dat dit niet goed afloopt.

---

Reclame en verleiding zijn één ding, maar door heel vernuftig gebruik te maken van zwakheden in het rationele besluitvormingsproces van klanten is er op zeker moment eerder sprake van manipulatie.

In het Verbondspaper 'Grip op data' werden drie zorgen geadresseerd: privacy, discriminatie en solidariteit.<sup>7</sup> Privacy staat, als gezegd, met de AVG duidelijk op de kaart: verzekeraars dienen goed om te gaan met persoonsgegevens. Discriminatie is lastiger om grip op te krijgen. Hoe meer een bedrijf besluiten neemt gebaseerd op verbanden in de data, hoe belangrijker het wordt te weten of één van die verbanden, of een combinatie daarvan, niet samenvalt met een vorm van discriminatie. Voorjaar 2018 deed het College voor de Rechten van de Mens bijvoorbeeld een verrassende uitspraak. Een verzekeraar besloot enkele jaren terug om niet langer inboedel- en opstalverzekeringen voor woonwagens aan te bieden. Dat besluit werd genomen omdat de portefeuille verlieslatend was, toch oordeelde het College dat hier sprake was van direct onderscheid naar ras. Verzekeraars doen er dus verstandig aan deze zaak goed te bestuderen.

---

7 [www.verzekeraars.nl/media/1489/grip-op-data-green-paper-big-data.pdf](http://www.verzekeraars.nl/media/1489/grip-op-data-green-paper-big-data.pdf)

En dan solidariteit. Solidariteit is in verzekeren, zoals reeds betoogd, in de eerste plaats een resultaat-begrip. We hebben dit technische solidariteit genoemd. Dit is een min of meer *impliciete* vorm van solidariteit. Je zou zelfs kunnen zeggen: verzekerden zijn solidair in onwetendheid. De technische solidariteit is een gevolg van het ex ante indelen van verzekerden in op zich homogene groepen waarbij een inkomensoverdracht plaatsvindt tussen hen die geluk en pech hebben. Deze groepen waren nooit helemaal homogeen, omdat dit technisch onmogelijk was om te berekenen (of omdat dit als maatschappelijk ongewenst werd gezien). De verzekerden verkeerden dus min of meer achter een 'sluier van onwetendheid', verzekeraars hadden immers niet de kennis om te bepalen of iemand slechts door toeval door leed was getroffen, of dat de getroffene in meer of minder mate zelf schuld had.<sup>8</sup> Verzekeraars probeerden natuurlijk al wel invloed uit te oefenen op het gedrag van verzekerden, met bijvoorbeeld een bonus/malus-regeling, een eigen risico, en het uitsluiten van verzekerden na x-tal schades in een bepaalde periode. Alleen, verzekeraars krijgen met data & analytics veel beter inzicht in risicoprofielen, waardoor die onwetendheid afneemt. Met meer data kunnen verzekeraars meer inzoomen op het individuele risico. Hierdoor kunnen steeds meer subcategorieën worden onderscheiden, waardoor verzekeraars steeds beter in staat zijn om groepen te differentiëren, en daarmee premies. De groepen met homogene risico's worden steeds kleiner. Dat zorgt ervoor dat goede risico's minder gaan betalen en slechte risico's meer. Kortom, de manier waarop verzekerden met elkaar (technisch) solidair zijn wordt steeds explicieter: "Ongelukken die eerst een speling van het lot waren, maar nu een risico zijn van een gevaarlijke leefstijl. Of ziekten die eerst een kans waren, en nu een risico worden dat je loopt door het hebben van een ongezonde leefstijl. Een toenemend inzicht en toenemende mogelijkheden om risico's te controleren zorgen dus óók voor een toenemende eigen verantwoordelijkheid voor deze risico's en een afnemende bereidheid om solidair te zijn".<sup>9</sup>

Dit expliciet worden van solidariteit in verzekeren kan de solidariteit ondergraven. Zoals Slob schreef: kennis over risico's zorgt ervoor dat we elkaar de maat gaan nemen, waardoor we ongemerkt elkaars politieagenten worden. En dat geldt zeker voor de solidariteit die een subsidiërend element bevat: door meer kennis "zijn we minder bereid om voor het risicogedrag van andere – onbekende – personen op te draaien (bijvoorbeeld nu de risico's van roken algemeen bekend zijn, neemt de bereidheid om solidair te zijn met iemand die bewust blijft roken af)".<sup>10</sup> Hoe meer we inzicht hebben in het 'van buiten komend onheil', hoe kleiner dan nog de noodzaak van een verzekering zal zijn. Oftewel,

---

8 M. Terpstra, Verdragen, in: T. de Wit en H. Manschot (red), *Solidariteit. Filosofische kritiek, ethiek en politiek*, Amsterdam: Boom, 1999: 63.

9 T. Timmer, I. Elias, L. Kool en R. van Est (ibid.): 47-48.

10 T. Timmer, I. Elias, L. Kool en R. van Est (ibid.): 40.

solidariteit lijkt aan een paradox ten onder te gaan: hoe meer we weten over de manier waarop we met anderen solidair zijn, hoe minder we hiertoe bereid zijn.

Hoe kan solidariteit aan deze paradox ten onder gaan? Hiervoor is het onderscheid tussen morele en technische solidariteit behulpzaam. Morele solidariteit is warm doordat ze is gebaseerd op warme waarden als verbondenheid, saamhorigheid, betrokkenheid, compassie en zorgzaamheid. Technische solidariteit is als onbedoeld positief neveneffect koud. In een warme variant is verzekeren een uiting van een gevoel van verbondenheid en kiest men bewust voor een subsidiërend element: de sterkste schouders dragen de zwaarste lasten, degenen met lage risico's subsidiëren degenen met hoge risico's. Naarmate solidariteit meer administratief wordt geregeld, een noodzakelijk kwaad bij schaalvergroting, en verzekeren slechts op hun eigen belang worden aangesproken (bijvoorbeeld doordat verzekeraars vooral op lage prijzen concurreren), wordt solidariteit in verzekeren impliciet en daardoor kouder. De kilte van de technische solidariteit was geen probleem, omdat deze impliciet was. Men was, als gezegd, solidair in onwetendheid. Voor technische solidariteit volstaat welbegrepen eigenbelang, zolang deze vorm van solidariteit impliciet blijft. Echter, als de technische solidariteit expliciet wordt, roept dit voor verzekeren de vraag op: waarom zou ik solidair zijn? En dan is de warme, morele solidariteit nodig om de technische solidariteit te legitimeren. Er is dan nog steeds geen probleem indien morele solidariteit – de bereidheid om vanuit een gevoel van verbondenheid elkaar te helpen – aan de technische solidariteit legitimiteit verleent en deze warm houdt. Maar er kan dus wel degelijk een probleem ontstaan als de technische solidariteit expliciet wordt, en we de kilte voelen doordat we de warmte van de morele solidariteit missen. Een kilte die we ook over onszelf afroepen. Zoals Slob met een goed gevoel voor introspectie aangeeft: "Niets berekenends is mij vreemd. Ik kies bijvoorbeeld zonder schroom voor een autoverzekering waarbij ik minder premie betaal naarmate ik minder ongelukken maak. Die korting heb ik wel verdiend, denk ik dan". Ze wil echter tegen haar eigen venijn worden beschermd. En daarom stelt ze: "Als het op leven, lijden en dood aankomt zou ik liever gewoon blind solidair zijn". Alleen lijkt dat nauwelijks nog een serieuze optie. Als gezegd, technologische ontwikkelingen zijn niet tegen te houden. En dan staat dus de solidariteit in verzekeren op het spel! Of, en dat zullen we in de slotparagraaf nog aanstippen, we laten dit probleem door de overheid oplossen, zoals bij zorgverzekeringen met een acceptatieplicht. Maar dan staan de verzekeraars buitenspel.

Is dat wel een echt probleem? Volgens sommigen niet. De paradox ontstaat volgens hen omdat technische solidariteit en morele solidariteit ten onrechte met elkaar worden verward. Verzekeren gaat over technische solidariteit. Die morele component was er volgens hen wellicht ooit vroeger, maar nu zeker niet meer. Uit consumentenonderzoek blijkt ook dat klanten deze morele solidariteit helemaal niet verwachten van schade- en levensver-

zekeraars.<sup>11</sup> Het solidariteitsbeginsel en ontstaan van verzekeraars is veel consumenten onbekend. Verzekeraars worden als niet-solidair gezien. Het eigenbelang zou voorop staan en er wordt weinig gekeken naar de gevolgen voor anderen.<sup>12</sup> Dit zou pleiten voor de-solidarisatie: verzekeraars moeten ophouden de rol van solidariteit te benadrukken, omdat dit slechts leidt tot spraakverwarring. Dit is het onderwerp van paragraaf 5. Je kunt echter ook een andere positie innemen en pleiten voor een reddingsoperatie en solidariteit revitaliseren voordat deze door gebrek aan onderhoud ten onder gaat.<sup>13</sup> Opdat technische solidariteit en morele solidariteit hand in hand samen opgaan. In de volgende paragraaf bespreken we hoe dit eruit zou kunnen zien.

## 4 Reddingsoperatie

Solidariteit in verzekeren wordt steeds explicieter. Daardoor kan het steeds minder een onbedoeld, maar positief neveneffect zijn. Slob pleit daarom voor een zekere blindheid, maar dat is niet nodig. Je kunt ook kijken hoe morele solidariteit legitimiteit aan technische solidariteit kan geven.

Volgens De Beus vormt de warme solidariteit de grondslag voor de koude solidariteit.<sup>14</sup> We kunnen dus de solidariteit in verzekeren revitaliseren door technische solidariteit op te warmen. Dat gaat op indirecte wijze door een beroep te doen op morele solidariteit en duidelijk te maken hoe en wanneer dit een rol speelt bij verzekeren. Kortom, door de grondslag van verzekeren expliciet te benoemen en op aantrekkelijke wijze voor het voetlicht te brengen. Daarnaast is het ook nodig om aan een sociale infrastructuur te werken die solidariteit ondersteunt. Een oproep om solidair te zijn blijft steken in een gratuit pleidooi voor mentaliteitsverandering, indien niet tegelijkertijd de sociale infrastructuur wordt aangepakt die mensen in staat stelt dit te realiseren.<sup>15</sup> Wat begint met consumenten niet alleen op prijs aan te spreken, want dan doe je immers alleen een appèl op calculerend op eigenbelang gericht gedrag.

Waarden die niet worden uitgesproken, bestaan niet. In algemene zin is het belang van morele solidariteit dat het bijdraagt aan een betere samenleving. “Men voelt zich ingebed en weet dat men in slechte tijden op de naaste kan rekenen. Dat geeft veiligheid en

11 Dit onderzoek had geen betrekking op zorgverzekeraars.

12 Verbond van Verzekeraars, *Consumentenonderzoek: solidariteit*, mei 2017.

13 De begrippen de-solidarisatie en reddingsoperatie zijn ontleend aan T. de Wit en H. Manschot (red), *Solidariteit. Filosofische kritiek, ethiek en politiek*, Amsterdam: Boom, 1999.

14 J. de Beus, *Economische gelijkheid en het goede leven*, Amsterdam: Contact, 1993.

15 Vgl. M. Bovens en A. Hemerijck (red.), *Het verhaal van de moraal. Een empirisch onderzoek naar de sociale bedding van morele bindingen*, Amsterdam: Boom, 1996.

zekerheid, van waaruit het gemakkelijker wordt de vrijheid te beleven en de mogelijkheden te verwezenlijken die het leven ons biedt; anders gezegd: zelfontplooiing".<sup>16</sup> Als verzekeraars de grondslag van verzekeren niet helder maken, worden mensen alleen maar aangesproken op hun eigen belang en niet op morele solidariteit. Het hoofd, niet het hart of de buik, wordt aangesproken met economische berekeningen. *What's in it for me?* Het is niet zo raar dat mensen steeds meer moeite hebben verder te kijken dan zichzelf als een discussie over grondslagen voortdurend uit de weg wordt gegaan en alleen nog maar over welbegrepen eigenbelang wordt gepraat. Hoe zou je dat kunnen doen? Door bijvoorbeeld verzekeren neer te zetten als meer dan louter een economische transactie, als meer dan een vorm van op zichzelf gericht gedrag. Dat begint er bijvoorbeeld mee bij consumenten helder maken dat ze solidair zijn met elkaar: "Het besef is er niet dat we dit samen betalen ('Verzekeraars zitten ons eigenlijk de hele dag te crowdfunden, alleen weten we dat niet, begrijpen we dat niet, zien we dat niet'), het gevoel overheerst nu dat het 'slechts' die grote, anonieme, duurbetaalde verzekeraar is en dat frauderen dus niet de medeverzekerden dupeert, maar dat slechts die verzekeraar wordt opgelicht".<sup>17</sup> Bijvoorbeeld de reclamecampagne 'Fijn dat we verzekerd zijn' van het Verbond van Verzekeraars verwijst naar de meerwaarde van verzekeren. Zoals ze zelf uitleggen: "Soms lijken we de belangrijke functie van verzekeren uit het oog te zijn verloren. Terwijl verzekeringen er juist voor zorgen dat je kunt doen wat jij wilt. Zonder al te grote belemmeringen". Met feiten en spotjes laten ze zien hoe een wereld zonder verzekeraars eruit zou zien. Ook kan morele solidariteit worden gevoed door

---

Als verzekeraars de grondslag van verzekeren niet helder maken, worden mensen alleen maar aangesproken op hun eigen belang en niet op morele solidariteit.

---

16 J. Tinbergen en J. Berkouwer, *De toekomst van het Democratisch Socialisme*, Rotterdam: Barjesteh, Meeuwes & Co., 1994: 15.

17 Uit verslag *Workshop Solidariteit*, 30 augustus 2016, Actuarieel Genootschap en Verbond van Verzekeraars.

bijvoorbeeld te verwijzen naar de verbondenheid met andere leden van de groep. Zo heeft TVM het initiatief 'de Ridders van de Weg': "Beroepschauffeurs in bezit van een C rijbewijs die drie, vijf, tien of twintig jaar aaneengesloten schadevrij hebben gereden, krijgen respectievelijk de titel Bronzen, Zilveren, Gouden of Diamanten Ridder van de Weg. De Zilveren, Gouden en Diamanten Ridders worden daarnaast nog eens in het zonnetje gezet tijdens de 'Dag van Veilig Transport'".<sup>18</sup> Op deze manier investeert TVM verzekeringen in transportveiligheid. "Onder meer door leden advies te geven over schadepreventie en risicobeheer. Hiermee helpen we onze leden het aantal schades terug te dringen én een positieve bijdrage te leveren aan de verkeersveiligheid".<sup>19</sup> Hiermee werkt TVM op een zichtbare wijze aan de verbinding tussen de verzekerden, met een verhaal dat precies aansluit bij de doelgroep. Nationale-Nederlanden werkte met bewoners van de Haagse wijk Escamp aan 'de Veiligste straat van Nederland'.<sup>20</sup> Het doel was om de straat minimaal twee maanden inbraakvrij te houden. Hiervoor kregen de bewoners een gratis woningcheck aangeboden en werden verbetervoorstellen concreet opgepakt. Wat aanspreekt is dat er niet alleen een enthousiasmerend verhaal werd neergezet – veiligheid – maar dat ook een sociale infrastructuur werd geboden. En dat werkte besmettelijk. "Ik deed mee omdat ik mijn huis veiliger wilde maken. Ik vind de buurtaanpak goed. Hoe meer mensen meedoen, hoe veiliger de buurt wordt. Ook buurtbewoners die officieel niet meededen aan de pilot zijn wel zelf aan de slag gegaan".<sup>21</sup> Een laatste voorbeeld is het Univé initiatief om met speciaal getrainde coaches ouderen nu en dan een helpende hand te geven, zodat ze langer thuis kunnen blijven wonen. Zoals CEO Joost Heideman van Coöperatie Univé aangeeft: "De risico's voor mensen veranderen omdat de wereld om hen heen verandert. Zo is er steeds minder zorg vanuit de overheid. Ouderen willen graag een helpende hand, maar dan wel door mensen die ze vertrouwen. We denken dat wij met onze lokale verankering en de coach om de hoek, als Univé daarin echt een verschil maken. Het past ook bij onze nieuwe koers om vanuit de eeuwenoude waarden van de coöperatie elkaar op nieuwe manieren samen te helpen".<sup>22</sup>

Elkaar samen helpen. Werken aan verbindingen. Eeuwenoude waarden blijven koesteren. En daadwerkelijk een helpende hand bieden. Dat is morele solidariteit in de praktijk. De voorbeelden laten zien dat een reddingsoperatie mogelijk is. Dan is het wel nodig, zoals Gilbert Pluym van de Onderlinge 's-Gravenhage aangeeft, dat verzekeraars dit serieus oppakken: "Als actuaaris vind ik ook dat je een premie niet ver genoeg kunt individuali-

---

18 [www.tvn.nl/ridders/ridders-van-de-weg](http://www.tvn.nl/ridders/ridders-van-de-weg)

19 [www.tvn.nl/ridders/ridders-van-de-weg](http://www.tvn.nl/ridders/ridders-van-de-weg)

20 [www.nn.nl/Over-NationaleNederlanden/Actualiteiten/Nieuwsbericht/NationaleNederlanden-werkt-met-bewoners-aan-de-Veiligste-straat-van-Nederland.htm](http://www.nn.nl/Over-NationaleNederlanden/Actualiteiten/Nieuwsbericht/NationaleNederlanden-werkt-met-bewoners-aan-de-Veiligste-straat-van-Nederland.htm)

21 [www.nn.nl/Over-NationaleNederlanden/Actualiteiten/Nieuwsbericht/NationaleNederlanden-werkt-met-bewoners-aan-de-Veiligste-straat-van-Nederland.htm](http://www.nn.nl/Over-NationaleNederlanden/Actualiteiten/Nieuwsbericht/NationaleNederlanden-werkt-met-bewoners-aan-de-Veiligste-straat-van-Nederland.htm)

22 [www.unive.nl/actueel/2017/unive-zet-coach-in-voor-ouderen](http://www.unive.nl/actueel/2017/unive-zet-coach-in-voor-ouderen)

seren. Maar als verzekeraar moet ik me afvragen of ik die individuele premie ook in rekening wil brengen. Verzekeraars moeten de samenleving duidelijk maken dat solidariteit een ethisch vraagstuk is".<sup>23</sup> Of, in de woorden van actuaris Ruud Kleynen: "We moeten op het gebied van solidariteit minder kijken naar wat technisch mogelijk is, en meer naar wat maatschappelijk wenselijk is. Een verzekering is te veel een financiële transactie geworden. Een verzekeraar zou redesigned moeten worden, met als uitgangspunt: ik ben een vriend die er voor je is als je me nodig hebt".<sup>24</sup>

Overigens doen sommige cynici de genoemde voorbeelden simpelweg af als klantenbinding, als marketing, of nog erger: als schadelastreductie vermomd als sociaal appèl. Hoe dan ook: volgens deze mensen zijn dit soort acties niet wat we onder solidariteit moeten verstaan. Maar waarom zou het mes niet aan twee kanten mogen snijden? Als voornoemde acties wel degelijk bijdragen aan een gevoel van saamhorigheid, dan is het toch niet erg dat ook de verzekeraars daar zelf van profiteren?

## 5 De-solidarisatie: verzekeraarbaarheid

Tegenover een reddingsoperatie, het revitaliseren van morele solidariteit om legitimiteit te geven aan technische solidariteit, staat de-solidarisatie: verzekeraars moeten ophouden de rol van solidariteit te benadrukken omdat dit slechts leidt tot spraakverwarring. Beter is te spreken over verzekeraarbaarheid. Dat past veel beter bij schade- en levensverzekeraars.

Voor zorgverzekeraars geldt dat de overheid solidariteit afdwingt, maar voor de meeste schade- en levensverzekeraars ziet de wereld er heel anders uit. Dan is een verzekering afsluiten een individuele transactie, waarbij een verzekerde een risico dat hij zelf niet wenst te dragen, overdraagt aan de verzekeraar. Dit noemen we kanssolidariteit. Kanssolidariteit moet worden onderscheiden van risico- of subsidiërende solidariteit. Bij risicosolidariteit betalen mensen met een lager risico mee aan de schades van mensen met een hoger risico. Dat vraagt een bereidheid om iets over te hebben voor de ander. Die motivatie speelt niet mee bij auto- en overlijdensrisicoverzekeringen, om twee veelvoorkomende voorbeelden te noemen. Dat geeft Slob ook zelf aan in haar column. Ze had het expliciet niet over bijvoorbeeld een autoverzekering, haar column ging over zorgverzekeringen.

---

23 [www.verzekeraars.nl/publicaties/longreads/solidariteit-en-verzekeraars/solidariteit-is-een-ethisch-vraagstuk](http://www.verzekeraars.nl/publicaties/longreads/solidariteit-en-verzekeraars/solidariteit-is-een-ethisch-vraagstuk)

24 [www.verzekeraars.nl/publicaties/longreads/solidariteit-en-verzekeraars/de-maatschappij-is-onze-klant](http://www.verzekeraars.nl/publicaties/longreads/solidariteit-en-verzekeraars/de-maatschappij-is-onze-klant)

Als verzekeraars spreken over solidariteit bij dit soort producten, bedoelen ze dus iets anders (technische solidariteit), dan consumenten (morele solidariteit). Is dit altijd zo geweest? Is verzekeren niet ontstaan vanuit die warme solidariteit? Zeker is dat het verhaal anders wordt, op het moment dat je je medeverzekerden kent, zoals bij een lokale onderlinge. Wat er veranderd is, is dus niet de solidariteit of het normatief besef van verzekerden of verzekeraars. Wat er veranderd is, is dat verzekeraars op steeds grotere schaal actief werden. Niet meer lokaal, maar nationaal, zodat verzekeren geanonimiseerd is. Overigens is het natuurlijk ook zo dat de individualisering de relaties tussen mensen heeft doen veranderen. Maar ook daarop hebben verzekeraars geen of slechts een beperkte invloed.

Waar verzekeraars wel invloed op hebben, is de prijs van hun product en de techniek waarmee ze die prijzen vaststellen en klanten samenbrengen. Verzekeraars zijn vermoedelijk niet bij machte individuele klanten te overtuigen dat zij iets over moeten hebben voor hun medemens. Dat is wellicht meer een taak voor de kerk of de staat. Maar verzekeraars kunnen en moeten er wel op letten dat hun producten toegankelijk blijven voor klanten. Zouden ze, door datagedreven ontwikkelingen, grote groepen klanten buiten de boot laten vallen, dan zou hen dat zeker worden verweten. In de zomer van 2018 stak deze discussie de kop weer op: er waren groepen zoals jonge bestuurders, taxichauffeurs, verloskundigen en afvalverwerkingsbedrijven die moeite zouden hebben zich te verzekeren, omdat ze door verzekeraars niet langer geaccepteerd werden. Achteraf bleek dat het probleem niet voor alle genoemde groepen echt zo groot was en genuanceerder lag: het ging om een subset van hele slechte risico's. Denk aan bedrijven die het niet zo nauw nemen met de veiligheid. In dat geval is het terecht dat verzekeraars daar paal en perk aan stellen. Het heeft tot gevolg dat die bedrijven gedwongen zijn hun zaakjes op orde te krijgen. Dat is tijdelijk niet leuk, maar het is anderzijds ook niet verantwoord als verzekeraars maar doorgaan met het bieden van dekking, zelfs aan roekeloze ondernemers.

Deels is de onverzekerbare dus tijdelijk van aard en goed uitlegbaar, maar als er echt groepen zijn die massaal worden uitgesloten, worden verzekeraars daar vroeg of laat op aangesproken. Waar morele solidariteit grotendeels buiten hun invloedssfeer ligt, is verzekerbare dus wel degelijk hun verantwoordelijkheid. Wat kunnen verzekeraars doen om de verzekerbare te verbeteren? We noemen drie voorbeelden, opnieuw zonder uitputtend te zijn.

### Onderlingen

In de jaren 60 hadden transportondernemingen steeds vaker moeite om hun risico's onder te brengen bij de bestaande verzekeraars. Het wegvervoer veranderde in hoog tempo, waardoor de risico's toenamen. Verzekeraars waren daardoor gedwongen transportbedrijven steeds hogere premies te vragen. Op zeker moment kwam een aantal trans-

portbedrijven bijeen, om samen een onderlinge verzekeringsmaatschappij op te richten. Zo ontstond in 1962 de verzekeraar, die thans bekend is als TVM.<sup>25</sup> Dit model kan ook in de eenentwintigste eeuw toegepast worden, mogelijk zelfs in combinatie met moderne technieken.

### Borstkankerpredictie

In de moderne kritiek op het gebruik van data door verzekeraars, wordt vaak gesteld dat meer data de solidariteit ondergraaft. Denken we echter vanuit verzekeraarheid, dan valt op dat data & analytics daar ook aan kan bijdragen. Niet altijd misschien, maar wel op het moment dat over een risico nog te weinig bekend is om dit goed in te kunnen schatten. In 2018 bleek dit weer eens, toen het Verbond van Verzekeraars een nieuw borstkankerpredictiemodel wereldkundig maakte. Tot dan toe was het verzekeren van overlevenden van borstkanker een hele dure zaak en vaak zelfs onmogelijk, maar nu er steeds meer data beschikbaar is over het behandelen van deze vreselijke ziekte, is het ook mogelijk om het risico beter in te schatten. Verzekeraars en wetenschappers ontwikkelden vervolgens samen dit model, zodat voor een groter deel van de populatie nu wel een verzekering mogelijk is.

### Solidariteitsmonitor

De solidariteitsmonitor is een hulpmiddel, geïnitieerd door het Verbond in 2017, als waarborg in de discussie over big data. Het is in de ogen van het Verbond lastig om te voorspellen hoe de marktdynamiek uit zal pakken, op het moment dat een partij erin slaagt met meer data risico's beter in te schatten. Die partij zal namelijk de betere risico's selecteren en bij een klein premievoordeel ten opzichte van de concurrentie tijdelijk meer winst boeken. De resterende verzekeraars merken op een zeker moment dat zij met een populatie achterblijven, die gemiddeld genomen net wat meer risico's kent dan voorheen. Deze resterende verzekeraars zullen ofwel de premie moeten verhogen, of ook moeten gaan selecteren en differentiëren zoals de innovator dat doet. Dit kan in extremis leiden tot heel hoge premies voor de slechtere risico's.<sup>26</sup> Om nu echter te voorkomen dat deze onverzekerbaarheidsspiraal onbedoeld optreedt, heeft het Verbond vanaf 2017 een jaarlijkse meting opgezet, waaruit duidelijk moet worden óf er nieuwe groepen onverzekerbaren bijkomen. De monitor meet differentiatie, door jaarlijks van 95.000 fictieve maatmensen<sup>27</sup> te registreren welke premie zij betalen voor een vijftal veelvoorkomende producten. Gaan die premies uit elkaar bewegen, of neemt het aantal klanten dat

---

25 [www.tvn.nl/cooperatie-tvm](http://www.tvn.nl/cooperatie-tvm)

26 Er zijn echter ook marktkrachten voorstelbaar die deze theorie doorkruisen. De moderne Nederlandse verzekeringsmarkt is een verdringingsmarkt: alle klanten hebben reeds een verzekering en groeien kan alleen door klanten bij andere verzekeraars weg te kapen. In die markt is het weinig voorstelbaar dat verzekeraars groepen klanten de rug toekeren.

27 Een 'maatmens' is een fictieve persoon die als vergelijking ('modelpersoon') gebruikt wordt.

niet geaccepteerd wordt toe, dan is dat een duidelijk signaal. Neemt de differentiatie echter de ene periode toe, maar de volgende periode weer af, dan functioneert de markt kennelijk naar behoren. Het rapport, met de samenstelling van de meting, wordt ieder jaar transparant gemaakt, zodat voor eenieder duidelijk is hoe de markt zich ontwikkelt. Natuurlijk is het mogelijk dat de monitor problemen aantoont. Hoe vervelend dat ook zou zijn, het Verbond meent dat het altijd nog verstandiger is om de problemen zelf te benoemen en bespreekbaar te maken, dan te wachten tot een andere partij dit doet. Eén nadeel van de monitor is duidelijk: er zullen heel wat jaren nodig zijn om de gebruikelijke 'varkenscyclus' in de verzekeringsmarkt te onderscheiden van mogelijk fundamentele problemen. De solidariteitsmonitor is daarmee direct een langjarige verplichting.

Er zijn meer instrumenten voorhanden. De Vereende is een maatschappij die als doel heeft om risico's af te dekken die andere verzekeraars laten liggen. Dit is een door de markt zelf opgezette partij, om de wat extremere risico's af te dekken. Pools hebben in het verleden ook hun dienst bewezen om moeilijke risico's toch verzekeraar te maken. De Nederlandse Herverzekeringsmaatschappij voor Terrorismeschade (NHT) is een pool die al jaren functioneert in Nederland voor een lastig risico. Het is echter de vraag of deze oplossingen gaan volstaan om eventuele onverzekerbaarheid als gevolg van toenemend gebruik van data & analytics op te vangen.

Kortom, het klopt, in de Gedragscode Verzekeraars staat inderdaad: wij organiseren solidariteit. Maar de code werkt dat in principe 21 als volgt uit: "Wij maken het mogelijk dat zoveel mogelijk (potentiële) klanten risico's financieel af kunnen dekken en zullen ons inspannen om te voorkomen dat mensen tegen hun wil onverzekerd zijn". Als verzekeraars onder solidariteit iets anders verstaan dan consumenten, dan is het voor iedereen beter hier niet langer over te spreken. Zeker niet in een wereld waarin de verbondenheid lijkt af te nemen. De maatschappij wordt steeds meer gezien als een samenwerking tot wederzijds voordeel. Relaties worden transactioneler. We willen best wel samenwerken, maar dan moet er sprake zijn van een win-win ruilverhouding die in stand wordt gehouden op basis van berekenend gedrag. Dan is het wellicht beter om klare wijn te schenken en als verzekeraars niet langer met 'wij organiseren solidariteit' naar buiten te treden. Ja, in een heel technische betekenis is dat zeker waar, maar voor de gemiddelde leek roept dat alleen maar verwarring op, omdat die leek bij het woord solidariteit vooral aan morele solidariteit denkt. Het gesprek over verzekeren en de debatten over alle nieuwe uitdagingen worden veel zuiverder zonder die morele geladenheid. Beter is te spreken over risicodeling en over het probleem van onverzekerbaarheid. Daar kunnen verzekeraars tezamen hun maatschappelijke verantwoordelijkheid oppakken: door ervoor te zorgen dat iedereen in Nederland verzekeraar is.

## 6 Voorlopige conclusie

Slob pleit in een prikkelende column voor een zekere mate van blindheid om de solidariteit in verzekeren te beschermen. Met big data, data & analytics en slimme algoritmes wordt immers de sluier van onwetendheid opgeheven, waardoor de solidariteit in verzekeren erg kil aanvoelt. Voor blindheid zijn grenzen aan technologische innovaties nodig. In dit hoofdstuk hebben we laten zien dat er nog twee andere opties zijn: een reddingsoperatie en de-solidarisatie. Als deze 'oplossingen' niet werken, als het reguliere instrumentarium om de verzekeraarbaarheid te redden faalt, en er dus niks anders opzit dan te accepteren dat niet ieder risico op termijn nog op de markt verzekerd kan worden, zou uiteindelijk de overheid de door Slob gewenste solidariteit aan verzekeraars kunnen opleggen. Zoals nu reeds gebeurt bij zorgverzekeringen. Je zou dit de *amorele* optie kunnen noemen: verzekeraars zien zich niet langer moreel geroepen om solidariteit of verzekeraarbaarheid te organiseren; zij vervullen slechts een mediërende rol in financiële transacties tussen groepen mensen, binnen door de overheid opgelegde kaders.

Wij hebben eerst en vooral willen kijken wat verzekeraars zelf kunnen doen, en de twee opties aan schade- en levensverzekeraars voorgelegd. Dan blijkt dat niet iedereen een probleem ziet, of eigenlijk alleen maar een semantisch probleem. Dat laatste hebben we proberen 'op te lossen' door onderscheid te maken tussen technische en morele solidariteit. Voor velen was echter duidelijk dat we hier met een actuele discussie te maken hebben. Een discussie die hoog op de agenda van het bestuur zou moeten staan. Sommigen noemden de technologische ontwikkelingen zelfs een *blessing in disguise*: het dwingt een discussie af over de grondslagen van verzekeren.

Ook is helder dat over het begrip solidariteit in de verzekeringsbranche verschillende opvattingen bestaan. Dat is niet behulpzaam, nu verzekeraars zelf in de Gedragscode Verzekeraars stellen dat zij solidariteit organiseren en zich ervoor zullen inspannen dat mensen zo min mogelijk tegen hun wil onverzekerbaar zijn. Want hoe doen ze die belofte gestand, als niet helder is wat ze precies met solidariteit bedoelen? Gaan ze dan voor de reddingsoperatie, of focussen ze op de belofte dat ze onverzekerbaarheid zo veel mogelijk zullen voorkomen? Wellicht zouden de uitingen van Verbond en van verzekeraars hierop aangepast moeten worden door bijvoorbeeld niet langer te zeggen dat men solidariteit organiseert. Maar dan is eerst een keuze nodig.

De tijd lijkt nu rijp voor een duidelijke keuze van de industrie in dit debat: wat is nu eigenlijk de maatschappelijke functie van verzekeraars? Wat is hun morele kompas?<sup>28</sup> Dat is deels een vraag voor individuele verzekeraars. Maar, zoals tijdens de workshop eveneens werd aangegeven: hier ligt ook een rol voor de branche. Sommigen pleiten zelfs voor een *coalition of the willing*, die tezamen de solidariteit revitaliseert. Anderen vinden dat 'arrogant', en vinden dat verzekeraars dan een veel te grote broek aantrekken. Er werd zelfs de suggestie gedaan dat 'het winstoogmerk' van verzekeraars wellicht verboden zou moeten worden. In ieder geval lijken de door Solvency opgelegde eisen aan verzekeraars de discussie niet gemakkelijker te maken. Dat riep de vraag op: is er wel ruimte voor een principiële keuze, of prijs je jezelf dan uit de markt? Anderen meenden dat het huidige verdienmodel op z'n laatste benen loopt, en er hoe dan ook naar nieuwe businessmodellen moet worden gekeken.

Zeker is dat, wat verzekeraars ook doen, ze een morele keuze maken. Daar zou je van verzekeraars transparantie over mogen verwachten: hoe maak je gebruik van data? Wat betekent dit voor solidariteit? Waarbij de afwegingen duidelijk worden gemaakt: wie valt waarom buiten de boot? Big data, data & analytics en slimme algoritmes leveren veel op, maar hun inzet gaat gepaard met keuzes. In de mooie woorden van Peter Paul Verbeek: "*The design of technology is – in fact – doing ethics by other means*".<sup>29</sup>

---

28 Graag verwijzen wij naar het artikel 'De Commissie Ethiek bij de Rabobank' op pagina 41 van dit Jaarboek, dat ingaat op het morele kompas bij de Rabobank.

29 P. Verbeek, *Materializing Morality Design Ethics and Technological Mediation*, *Science, Technology, & Human Values*, Volume 31 Number 3, 2006: 361-380.

