

# Naschrift op: Een verzekeringsparadox

**M**aarten Janssen reageert op een “leuke theoretische *eye opener*” die ik eerst in 2007 in *ESB* verwoordde: consumenten verzekeren risico's bij instanties die er bij gebaat zijn dat risico's groter worden. Eerder dit jaar heb ik in mijn oratie toegelicht dat deze verzekeringsparadox opgebouwd is uit twee elementen. De maximale winst die behaald kan worden per individuele, risico-averse verzekerde stijgt bij een grotere mogelijke schade, en meer individuen zullen zich verzekeren als de mogelijke schade toeneemt. Er valt meer te verdienen aan het verzekeren van een duurdere fiets, en menig nieuwe fiets wordt verzekerd tegen diefstal, maar het risico van een lekke band nemen fietsenkopers op de koop toe. Janssen onderschrijft het bestaan van dit mechanisme maar stelt dat het zeker in de praktijk geen rol speelt doordat concurrentie tussen verzekeraars de verzekeringsparadox neutraliseert. Verder onderzoek is niet nodig; we kunnen rustig gaan slapen.

Door concurrentie tussen verzekeraars zal bij een gegeven mogelijke schade, minder dan de maximaal haalbare winst per verzekerde naar verzekeraars vloeien. In het uiterste geval kunnen verzekeraars niet meer dan een premie vragen die precies voldoende is om de verwachte uit te keren schade te vergoeden, vermeerderd met een opslag voor hun productiekosten, voor de opvang van problemen rond moreel wangedrag en averechtse selectie, en een eventuele extra marge die afhangt van de mate waarin verzekeringspolissen van elkaar verschillen. Maar dit wil niet zeggen dat door concurrentie de mogelijke schade daalt. Dat zou immers de markt voor verzekeringen verkleinen. En van een kleinere taart kunnen minder verzekeraars snoepen. In het uiterste geval, als de mogelijke schade weggeconcurrereerd is, zal ook de vraag naar verzekeringen verdwenen zijn. Dat is niet in het belang van een individuele verzekeraar. In theorie zal het concurrentie-argument dan ook geen uitweg bieden.

Maar *the proof of the pudding is in the eating*. Een complex samenspel van stimuli bepaalt het evenwicht op verzekeringsmarkten. De verzekeringsparadox voedt een van die stimuli, of het nu gaat om de markt voor autoverzekeringen, brandverzekeringen, of ziektekostenverzekeringen. Vooralsnog is dit een theoretisch inzicht. “Uiteindelijk moeten empirische studies laten zien in hoeverre de verzekeringsparadox op verschillende markten opspeelt, en in welke mate deze het marktevenwicht beïnvloedt.” (Hinloopen, 2010). De voorbeelden in de uitzending van het tv-programma TROS RADAR van 25 oktober ondersteu-

nen dit standpunt. De uitzending laat zien dat in een markt waar vele verzekeraars actief zijn, de verzekerde schade niet als vanzelf tot een minimum wordt beperkt. Een nadere beschouwing van de markt voor autoruitschadeherstel is op zijn plaats. Wat opvalt is de hoge concentratiegraad op deze markt: met een waarde van 0,3 voor de Hirschman-Herfindahl-index is deze markt net zo geconcentreerd als een markt bestaande uit drie schadeherstelbedrijven van gelijke omvang. En dat terwijl autoruitschadeherstel een betrekkelijk eenvoudig productieproces is met bescheiden schaalvoordelen.

Autoruitschadeherstel is verzekerd als autobezitters daarvoor kiezen; in menig autoverzekering is dat een aparte optie. Veel van de verzekerde schadelast in deze markt wordt gestuurd naar geprefereerde aanbieders. Verzekeraars hebben goede redenen om geprefereerde aanbieders te selecteren, en in het beste geval worden de daarmee gepaard gaande efficiëntiewinsten doorgegeven aan de consument. Tegelijkertijd zijn er belangrijke argumenten om schadesturing niet toe te staan: het bemoeilijkt bijvoorbeeld toetreding tot de markt van autoruitschadeherstel, het kan innovaties belemmeren als die niet in het belang van verzekeraars zijn, en het is de vraag of een beperkt aantal onderhandelaars van verzekeraars alle wensen van miljoenen verzekerden kan overbrengen naar de aanbodkant van de markt. Janssen zelf geeft nog een argument: als door het selecteren van geprefereerde aanbieders efficiëntere aanbieders buiten de boot vallen omdat hun kosten als geprefereerde aanbieder te hoog worden, is er alles voor te zeggen om markten niet met deze extra kosten op te zadelen. Maar contractvrijheid is een groot goed; verzekeraars zijn vrij om schadeherstelbedrijven te selecteren als geprefereerde aanbieders. “De mededingingswet lijkt hier buiten spel te staan.” (Hinloopen, 2010)

Tijdens mijn oratie merkte ik op: “De invloed van verzekeren op het functioneren van productmarkten is een wetenschappelijk *green field*. De te onderzoeken scenario's zijn legio.” Anders dan Janssen zie ik genoeg aanwijzingen in theorie en praktijk om de invloed van de verzekeringsparadox verder te onderzoeken. Het is belangrijk voor politici en beleidsmakers om alle stimuli goed in kaart te hebben voordat er exclusief geleund wordt op de werking van de markt. Om met Johan Crujff te spreken: “Begrijp wat je weet.”

#### LITERATUUR

Hinloopen, J. (2010) *Verzekerde marktmacht*. Amsterdam: Vossiuspers.

**JEROEN HINLOOPEN**  
Hoogleraar aan de Universiteit van Amsterdam

De redactie behoudt zich het recht voor inzending voor de rubriek reactie te wijzigen, in te korten, aan te passen of te redigeren ten behoeve van de leesbaarheid en argumentatie.