

## Distributiekanaal van de verzekering - Cijfers 2019

Inleiding: van het distributiefrent geen nieuws?	2
1. Doelstelling, methodologie en definities	3
2. Studieresultaten	6
2.1 Representativiteit en betrouwbaarheid van de steekproef	6
2.2 Algemeen overzicht van de resultaten	6
1. Evolutie van het premie-inkomen van de Belgische verzekeringsmarkt	6
2. Ontwikkelingen binnen de distributie van verzekeringen	7
3. Vergelijking met de distributie in andere Europese landen	8
4. Wat met verkoop via internet?	8
2.3 Geheel van de verzekeringen niet-leven en leven	9
2.4 Niet-levensverzekering	11
1. Niet-levensverzekering: verkoop aan particulieren en ondernemingen	13
2. Niet-levensverzekering: resultaten per tak	14
2.5 Levensverzekering	18
1. Leven individueel (takken 21, 23 en 26)	18
1. Leven individueel: overeenkomsten met een gewaarborgde rentevoet (takken 21 en 26)	20
2. Leven individueel: aan beleggingsfondsen gekoppelde overeenkomsten (tak 23)	22
2. Leven groep	24
3. Levensverzekering: productie van nieuwe zaken	26
Bijlage 1: Distributie van verzekeringen en bankuithangborden: onderverdeling in “verzekeringsbankieren” of “bankverzekering”	
Bijlage 2: Tabellen: uitsplitsing premie-inkomen en marktaandeel	
Bijlage 3: Grafieken	

## Inleiding: van het distributiefrent geen nieuws?

2019 was wat de omzet betreft een goed jaar, met premies die meer dan de inflatie toenamen, zodat de groei die in 2018 ingezet is na een paar mindere jaren bevestigd is. De langetermijntrend die wij al een langere tijd waarnemen is dat groepsverzekeringen en schadeverzekeringen door de jaren heen en globaal bekeken een -geringe- groei kennen, terwijl de individuele levensverzekering, en zeker de producten die niet in aanmerking komen voor een fiscale ruggeleuning, een grilliger verloop kent.

Deze gegevens zijn van belang voor de verdeling van de koek onder de diverse distributiekanaalen: de makelaars staan sterk in schadeverzekeringen, de directe verkoop in de zogenaamde employee benefits waar ook de grotere makelaarskantoren (in deze publicatie: "megabrokers") op azen, terwijl de banken al jaren individuele levensverzekeringen met succes aanbieden naast de andere spaarproducten die zij hun klanten kunnen voorstellen.

In de algemene rangschikking vertolkt een en ander zich in een versteviging van de eerste plaats voor de verzekeringsmakelaars, die met 50,4 % van alle premies -zegge en schrijve 14,6 miljard euro aan omzet- een ruime voorsprong genieten op de verkoop via het bankkanaal, de verkoop zonder tussenpersonen of directe distributie en last but not least de agenten. De makelarij haalt haar hoogste score in bedrijfsverzekeringen, met transportverzekeringen als uitschieter, voor een deel via tussenkomst van die andere categorie tussenpersonen, de volmachthouders of onderwriting agencies. De makelarij staat daarentegen zwakker in een aantal spaarverzekeringen, waar het merkwaardig is hoezeer er een verschil is in het marktaandeel inzake pensioenspaarverzekeringen enerzijds en andere individuele levensverzekeringen met fiscaal voordeel anderzijds, alsook in de vergelijking tussen de lopende zaken en de nieuwe productie voor dergelijke producten. Banken nemen de leiding in de verkoop van nieuwe pensioenspaarverzekeringen, hoewel de makelaars weer terrein winnen inzake levensverzekeringen gekoppeld aan hypothecaire leningen. Over woningen gesproken: banken en rechtstreekse verzekeraars zien in 2019 hun marktaandeel voor woningverzekeringen - brandpolissen dus- toenemen ten koste van makelaars en agenten. Ook opmerkelijk: bij de verkoop van nieuwe groepsverzekeringen gaat het de jongste jaren vooral om koopsompolissen en lopen de makelaars in 2019 een deel van hun achterstand op de business-to-business transacties zonder tussenpersonen in. Voor wie weet te zoeken bevat bijgaand statistisch overzicht nog meer van die ontdekkingen.

Het wordt wel met elk jaar duidelijker dat de relatieve stabiliteit die uit de cijfers blijkt ingrijpende evoluties in de manier van omgaan met de klanten verdoezelt: vrijwel alle distributiekanaalen gebruiken van langsom meer digitale technieken, niet alleen voor communicatie en administratieve opvolging, maar ook voor een ware dialoog en voor het sluiten van contracten. De rubriek "e-commerce" van bijgaand overzicht laat dus maar het topje van een ijsberg zien. Over de hele markt richt het streven zich naar een "fygitaal" model dat het beste van twee werelden wil combineren, het menselijke of fysieke enerzijds, en het digitale of 24 uur op 24 beschikbare model anderzijds. Elk op zijn manier, elk met een eigen kijk op het begrip "toegevoegde waarde" waar de klant om vraagt. Laat dat de sterkte zijn van het open distributielandchap dat België kenmerkt.

Het jaar 2020 is wat dit aspect betreft beslist een uitdaging: verstoort de feitelijke ophokplicht die het grootste deel van het jaar als het "nieuwe normaal" gold de gewoonten en hoe raakt dit met name de nieuwe productie? Afspraak binnen een jaar!

*Wauthier Robyns*  
[cia@assuralia.be](mailto:cia@assuralia.be)

## Doelstelling, methodologie en definities

De enquête over de distributiekanaal heeft tot doel het relatieve belang van de verschillende verzekeringsdistributiekanaal in België en de ontwikkeling van hun marktaandeel in de tijd te onderzoeken.

Methodologische aanpassingen bij ondernemingen kunnen verschuivingen met zich meebrengen. Gezien in de enquête telkens de gegevens van de twee afgelopen jaren worden opgevraagd, kunnen daardoor sommige grafieken en tabellen verschillen van die in de vorige edities.

De vragenlijst voor de ondernemingen bestaat uit een tabel waarin de voornaamste verrichtingen en de distributiekanaal tegenover elkaar worden uitgezet. De gehanteerde definities worden hieronder weergegeven.

De distributiekanaal worden in **vier grote categorieën (distributievormen)** opgedeeld.

### A. Makelarij / Niet-exclusieve verzekeringsnetwerken

#### A.1 Klassieke makelarij: makelaars, behalve megabrokers en verzekeringsbankieren (met andere woorden zonder bankagentschap van dezelfde financiële groep) en niet-verbonden agenten

Contracten verkocht door de niet-verbonden agenten en door bij de FSMA als dusdanig geregistreerde verzekeringsmakelaars,

- ▶ zonder bankloket of
- ▶ met bankloket met het uithangbord van een financiële groep waarvan de verzekeringsonderneming die het contract uitgeeft, geen deel uitmaakt.

Bijvoorbeeld:

- ▶ makelaarskantoren of natuurlijke personen die lid zijn van de Federatie voor Verzekerings- en Financiële Tussenpersonen (FVF) of Feprabel,
- ▶ makelaars die als zelfstandige in bijberoep een verzekeringsactiviteit uitoefenen,
- ▶ makelaarskantoren als captive van een verzekeringsonderneming,
- ▶ verzekeringscontracten van groep yyyy verkocht door zelfstandige exclusieve bankagenten die voor groep xxxx werken en ook als verzekeringsmakelaar bij de FSMA zijn geregistreerd.

## A.2 Verzekeringsbankieren: makelaars met bankagentschap van dezelfde financiële groep, zonder megabrokers

Verzekeringscontracten van groep xxxx verkocht door zelfstandige exclusieve bankagenten die voor diezelfde groep werken en ook als verzekeringmakelaar bij de FSMA zijn geregistreerd (=> mogelijkheid om verzekeringsproducten van andere ondernemingen of groepen te verkopen; zo niet: zie bankverzekering).

## A.3 Megabrokers

Voornameel contracten van grote internationale of nationale makelaarskantoren<sup>1</sup>.

## A.4 Andere

Contracten die verkocht worden door andere niet-exclusieve netwerken dan de klassieke makelarij, het verzekeringsbankieren en de megabrokers.

## B. Exclusieve verzekeringsnetwerken zonder bankactiviteiten

Contracten verkocht door:

- ▶ Exclusieve verzekeringsagenten in loondienst: tussenpersonen in loondienst van de verzekeringsonderneming die producten van alleen deze onderneming (of ondernemingsgroep) verkopen.
- ▶ Verbonden verzekeringsagenten<sup>2</sup>: de verzekeringsagent die, uit hoofde van een of meer overeenkomsten of volmachten, werkzaamheden van verzekeringsbemiddeling slechts mag uitoefenen in naam en voor rekening van:
  - één enkele verzekeringsonderneming; of
  - verschillende verzekeringsondernemingen in zoverre de verzekeringsovereenkomsten van die ondernemingen geen onderling concurrerende verzekeringsovereenkomsten zijn;en onder de volledige verantwoordelijkheid van die onderneming(en) handelt voor de verzekeringsovereenkomsten die haar (hen) respectievelijk aanbelangen.

In de grafieken van dit verslag, noemen we deze distributiekanaal steeds "Exclusieve netwerken".

## C. Bankverzekering: exclusieve verzekeringsnetwerken met bankactiviteiten (zie uithangborden als bijlage 1)

Contracten die verkocht worden via een bankkloket, ofwel door een werknemer van de bank, ofwel door een zelfstandig bankagent, die alleen verzekeringsproducten verkoopt van de onderneming die het contract uitgegeven heeft (of groep van ondernemingen, waarbij er in elk geval participatiebanden bestaan tussen de verzekeringsonderneming en de bank).

In de grafieken van dit verslag, noemen we deze distributiekanaal steeds "Bankverzekering".

<sup>1</sup> ADD NV, Agallis NV, Allia Insurance Brokers NV, Alliance Bokiau SA, Aon Belgium Bvba, Belgibo NV, Callant Verzekeringen Antwerpen NV, Callant Verzekeringkantoor bvba, Cigna International Health Services BVBA, Concordia NV, Eurobrokers Insurance Consultants SA, Excel & Co Insurance & Credit Consultants SA, Gras Savoye Consulting (Belgium) SA, Havrico Insurance NV, IC Verzekeringen/CI Assurances NV, Induver Antwerpen NV, Induver Gent NV, Induver Hasselt NV, Kegels & Van Antwerpen NV, Liantis risk solutions NV (oude naam: ADMB Verzekeringen NV), Marsh Europe SA, Marsh SA, Mediüs NV, Mercer (Belgium) NV, Q en O Verzekeringen NV, Van Dessel Verzekeringkantoor NV, Vanbreda Risk & Benefits NV, VDL-Interass NV, Wilink Advice SA, Wilink Financial SA, Wilink Insurance SA, Willemot NV, Willis Towers Watson SA (oude naam: Gras Savoye Belgium SA)

<sup>2</sup> Cf. artikel 257, 5° wet 04/04/2014 betreffende de verzekeringen

## D. Direct (zonder tussenpersonen)

### D.1 Onderlinge en coöperatieve maatschappijen zonder tussenpersonen

Rechtstreeks incasso van onderlinge of coöperatieve maatschappijen, zonder elektronische handel en zonder verrichtingen die via al dan niet exclusieve netwerken van tussenpersonen zijn uitgevoerd.

### D.2 Directe verkoop (business-to-business)

Directe verkoop van contracten door andere verzekeraars dan onderlinge of coöperatieve maatschappijen aan corporate klanten (groeps-, arbeidsongevallen-, ziekteverzekeringen, ...).

### D.3 Direct marketing (business-to-consumer)

Directe verkoop van contracten door andere verzekeraars dan onderlinge of coöperatieve maatschappijen aan particulieren via intensieve commerciële prospectie (mailing, couponing, telemarketing, ...).

### D.4 Elektronische handel zonder tussenpersoon

Raadpleging door de klant van een interactieve website (al dan niet van de onderneming) die is opgezet om contracten te sluiten en waarop de verzekeringsonderneming prijs- of polisoffertes uitwerkt zonder tussenkomst van een tussenpersoon.

### D.5 Andere directe kanalen

Contracten die verkocht worden door andere directe kanalen dan onderlinge en coöperatieve maatschappijen, direct marketing, directe verkoop en e-commerce. Deze rubriek wordt enkel als aanvulling gebruikt.

Bijvoorbeeld:

- ▶ "affinity groups" zonder tussenpersonen (grootwarenhuizen, verenigingen en clubs, auto-importeurs)
- ▶ verzekeringscaptives en pools.

Bijlage 1 geeft een overzicht van de "bankverzekeraars", enerzijds, en de kanalen van het "verzekeringsbankieren", anderzijds en bevat bijgevolg belangrijke informatie voor de juiste interpretatie van de studieresultaten.

## 2. Studieresultaten

De volledige resultaten van de enquête, editie 2019, zijn opgenomen in bijlage 2. Bijlage 3 bevat voor de verschillende categorieën van verzekeringen die hieronder besproken worden een overzicht met alle type grafieken, al dan niet opgenomen in de tekst.

### 2.1 Representativiteit en betrouwbaarheid van de steekproef

De studie is uitgevoerd op basis van een steekproef die vrijwel de hele Belgische markt omvat, met inbegrip van de niet bij Assuralia aangesloten ondernemingen en de Belgische bijkantoren van in de Europese Economische Ruimte gevestigde bedrijven die niet door de Nationale Bank van België (NBB) gecontroleerd worden. De verrichtingen die in ons land via vrije dienstverlening worden gesloten vanuit een ander land van de Europese Economische Ruimte, zijn echter in zeer beperkte mate in de enquête opgenomen.

De geanalyseerde steekproef vertegenwoordigt zo'n 99 % van de premie-incasso's 2019 van de Belgische verzekeringsmarkt.

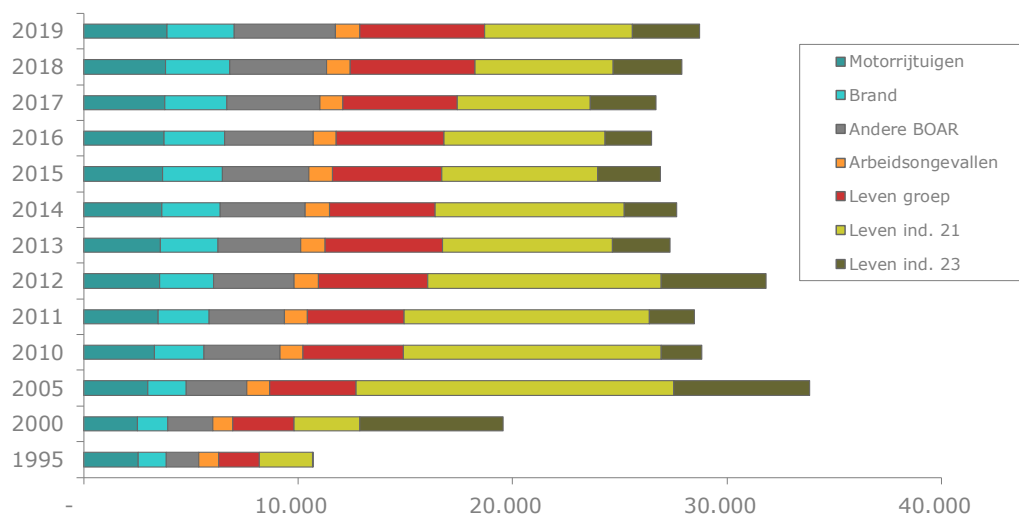
### 2.2 Algemeen overzicht van de resultaten

#### 2.2.1 Evolutie van het premie-inkomen van de Belgische verzekeringsmarkt

De verzekeraars verwezenlijken in 2019 28,9 miljard euro aan premie-inkomsten voor het geheel van de verzekeringen niet-leven en leven, tegenover 28,0 miljard euro in 2018. In 2019 ligt het totale premievolume 828,3 miljoen euro hoger dan in 2018, een relatieve stijging van 3,0 %. Deze stijging is groter dan de toename van de index der consumptieprijzen in 2019 (+1,4 %); waardoor de reële stijging 1,5 % bedraagt.

Iets meer dan twee vijfden van de totale omzet komt voort uit de verkoop van niet-levensverzekeringsproducten. De premie-inkomsten van deze verzekeringen blijven jaar na jaar toenemen. De nagenoeg lineaire incassogroei van de producten niet-leven zet zich in 2019 verder door met een stijging van 3,6 %, waardoor het premie-inkomen uitkomt op 12,6 miljard euro. In reële termen stijgt het incasso niet-leven met 2,1 % in 2019, wat hoger is dan de reële groei van 0,6 % in 2018.

Sinds enkele jaren vormen de niet-levensverzekeringen een grotendeels verzadigde markt die een redelijk gezonde conjunctuur kent: de schadelast is onder controle, de herverzekeringsvoorwaarden zijn versoepeld en de concurrentie is reëel.



Grafiek 1: Ontwikkeling premie-inkomen van 1995 to 2019 (in miljoen euro)

De levensverzekeringsproducten zijn in 2019 goed voor 16,3 miljard euro aan premie-inkomsten. In 2008 bedroeg het incasso leven nog 18,5 miljard euro. Over de periode 2008-2019 bekeken vond er dus een daling van 12,1 % plaats, wat neerkomt op een gemiddelde daling van 1,2 % per jaar. Recent groeit het incasso van de levensverzekeringen opnieuw. Na dalingen in 2015 (-6,0 %), 2016 (-1,4 %) en 2017 (-1,1 %), bedraagt de incassogroei immers 6,0 % in 2018 en 2,5 % in 2019.

Van de 16,3 miljard euro premie-inkomsten in 2019 voor leven, is 10,5 miljard euro afkomstig van de individuele levensverzekeringsproducten (tak 21, 23 en 26). Hiermee ligt het incasso van de individuele levensverzekeringen in 2019 4,1 % hoger dan de 10,1 miljard euro opgetekend in 2018. Het incasso van de producten met gegarandeerde rentevoet (tak 21 en 26) stijgt in 2019 met 6,8 %. De omzet van de tak 23-producten ligt daarentegen 2,1 % lager dan in 2018.

De groepsverzekeringen, inclusief eerste pijler, brengen in 2019 5,8 miljard euro aan premie-inkomsten op. Dit betekent een daling met 0,3 % ten opzichte van 2018.

## 2.2.2 Ontwikkelingen binnen de distributie van verzekeringen

De helft van de omzet van de verzekeraars op de Belgische verzekeringsmarkt wordt gerealiseerd via de makelaars. In 2019 verwerven deze niet-exclusieve tussenpersonen 50,4 % van de premie-inkomsten voor het geheel van leven- en niet-levensverzekerings-producten. De exclusieve netwerken en bankverzekeraars verwerven in datzelfde jaar 29,4 % van de premies en de directe kanalen 20,2 %. Het belang van de verschillende distributievormen varieert naargelang de soort verzekering.

De omzet van de **niet-levensverzekeringsproducten** wordt grotendeels gerealiseerd door de makelaars. Deze niet-exclusieve netwerken zijn goed voor ongeveer drie vijfden van de premie-inkomsten (61,1 % in 2019). De directe verzekering is de tweede belangrijkste speler en verwezenlijkt ongeveer één vijfde van de omzet (19,0 %). Verder worden de niet-levensverzekeringen ook verdeeld door de exclusieve netwerken (11,8 %) en de bankverzekering (8,1 %). Het distributielandschap van de niet-levensverzekering blijft de laatste jaren nagenoeg ongewijzigd. Wel is het zo dat de exclusieve netwerken en de bankverzekering, met mondjesmaat tussen 2008 en 2019, 3,0 procentpunten marktaandeel veroverd hebben op de makelarij en de directe kanalen.

Bij de levensverzekeringen wordt een onderscheid gemaakt tussen de individuele en de groepsverzekeringen. De distributie van beide kent een verschillende ontwikkeling.

De belangrijkste verdeler voor de **individuele levensverzekeringsproducten** blijft de bankverzekering. In 2019 kent de bankverzekering een stijging van de omzet voor deze producten (+6,1 %) die hoger ligt dan de omzetstijging van de totale markt (+4,1 %). Hierdoor stijgt haar marktaandeel: 46,1 % in 2019 ten opzichte van 45,2 % in 2018. Na de bankverzekering volgt de makelarij als tweede belangrijkste speler, met 43,0 % marktaandeel in 2019.

Op de markt van de **individuele levensverzekeringen met gegarandeerde rentevoet (takken 21 en 26)** zijn de makelaars en de bankverzekering de voornaamste spelers. In 2019 zijn ze goed voor respectievelijk 44,6 % en 40,5 % marktaandeel. De bankverzekering realiseert een aanzienlijke terreinwinst: een stijging van 38,4 % marktaandeel in 2018 naar 40,5 % in 2019, waardoor de kloof met de makelarij kleiner wordt. De exclusieve netwerken en de directe kanalen hebben in 2019 marktaandelen van respectievelijk 9,3 % en 5,6 %.

De premie-inkomsten van de **individuele tak 23-verzekeringen** komen voor het grootste deel tot stand via de bankverzekering. In 2015 lag het marktaandeel van het bankkanaal voor het eerst sinds het begin van de observatieperiode op minder dan 60 %. Dit marktaandeel stijgt opnieuw boven de 60 % in 2016 (61,8 %), 2017 (63,8 %) en 2018 (60,1 %). Door een terreinverlies tegenover 2018, daalt het marktaandeel van de bankverzekering in 2019 (59,6 %) net onder de 60 %. In 2013 is het marktaandeel van de makelaars fors toegenomen en het fluctueert sindsdien tussen 33 % en 39 %.

In tegenstelling tot de individuele levensverzekeringen, worden de **groepsverzekeringen** (inclusief eerste pijler) voornamelijk verkocht via het directe kanaal (51,9 % marktaandeel in 2019). De exclusieve netwerken en de bankverzekering zijn hier slechts kleine spelers. De makelaars spelen daarentegen ook bij deze verzekeringsproducten een belangrijke rol. In 2019 zijn ze goed voor zo'n twee vijfden van de premie-inkomsten.

### 2.2.3 Vergelijking met de distributie in andere Europese landen<sup>3</sup>

In 2018 worden niet-levensverzekeringen in Europa voornamelijk verkocht via agenten en makelaars. Een meerderheid van de omzet wordt verwezenlijkt via deze tussenpersonen in onder meer Italië (84,8 % marktaandeel), Duitsland (82,3 %) en België (73,0 %). In Frankrijk behalen de agenten en makelaars een marktaandeel van 50,0 %.

Voor de levensverzekeringen verwezenlijken Frankrijk en Italië meer dan de helft van hun premie-inkomen via de bankverzekering (respectievelijk 65,0 % en 75,0 %). In België wordt 45,2 % van het incasso 2018 van de individuele levensverzekeringen door de bankverzekering gerealiseerd, terwijl de groepsverzekering voor meer dan de helft via het directe kanaal verloopt.

### 2.2.4 Wat met verkoop via internet?

Op het internet is heel wat informatie te vinden over verzekeringen. Verzekeraars en ook vele tussenpersonen hebben een website waarop de klant informatie kan vinden over de aangeboden verzekeringen. Maar de online verkoop van verzekeringsproducten lijkt, met name in België, nog niet van de grond te komen. In 2019 is de e-commerce slechts goed voor 0,2 % van de totale omzet. De redenen hiervoor zijn divers: niet elk verzekeringsproduct leent zich er gemakkelijk toe om verkocht te worden via internet, verzekeraars willen de tussenpersonen niet voor het hoofd stoten, de opmaak van het contract moet nog bijgeschaafd worden voor deze manier van verkoop, .... Vandaag lijkt de klant het internet vooral te gebruiken om informatie te vinden over

<sup>3</sup> Insurance Europe, <https://www.insuranceeurope.eu/insurancedata> > "European insurance industry database" > "Distribution channels" (Laatst bijgewerkt op 13 augustus 2020)



verzekeringen of om producten met elkaar te vergelijken, de aankoop ervan doet hij nog steeds via de meer traditionele kanalen.

Indien een aankoop via e-commerce gebeurt, zal de consument, wanneer de mogelijkheid geboden wordt, toch dikwijls kiezen om een tussenpersoon aan te duiden. In dit geval wordt deze aankoop door de ondernemingen niet onder e-commerce geklasseerd.

Uit de resultaten blijkt dat e-commerce voornamelijk gebruikt wordt voor aankoop van andere BOAR-verzekeringen (meer specifiek hulpverlening of (reis)bijstand), autoverzekeringen en woningverzekeringen.

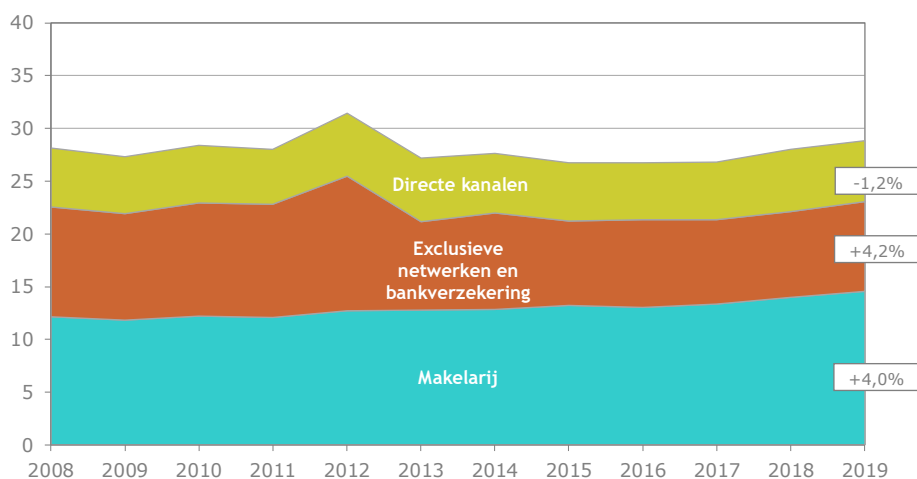
Niettemin is de financiële wereld in snel tempo aan het digitaliseren. Nieuwe diensten worden ontwikkeld en bestaande diensten zijn sterk aan het evolueren. Denk maar aan de verschillende apps die beschikbaar zijn voor de consument. Het is waarschijnlijk dat deze ontwikkelingen ook een invloed zullen hebben op de distributie van verzekeringsproducten.

### 2.3 Geheel van de verzekeringen niet-leven en leven

In 2019 boeken de verzekeraars een omzet van 28,9 miljard euro voor het geheel van de verzekeringen niet-leven en leven. Ten opzichte van 2018 ligt de omzet 828,3 miljoen euro hoger, hetzij een stijging van 3,0 %.

Het premie-incasso verworven via de bankverzekeraars en de exclusieve netwerken is in 2019 met 4,2 % (+341,5 miljoen euro) gegroeid ten opzichte van 2018. De makelaars realiseren een gelijkaardige relatieve toename van 4,0 % (+556,9 miljoen euro). De directe kanalen zien daarentegen hun incasso dalen met 1,2 % (-70,0 miljoen euro).

Dit premie-inkomen is samengesteld uit de premie-inkomens van verschillende groepen van verzekeringsproducten. Om de evolutie van het totale premie-inkomen te verklaren, is de evolutie van die onderliggende premie-inkomens bepalend. Zo zijn de piek in 2012 en de terugval in 2013 het gevolg van de stijging en daling van het incasso van de individuele levensverzekeringen.

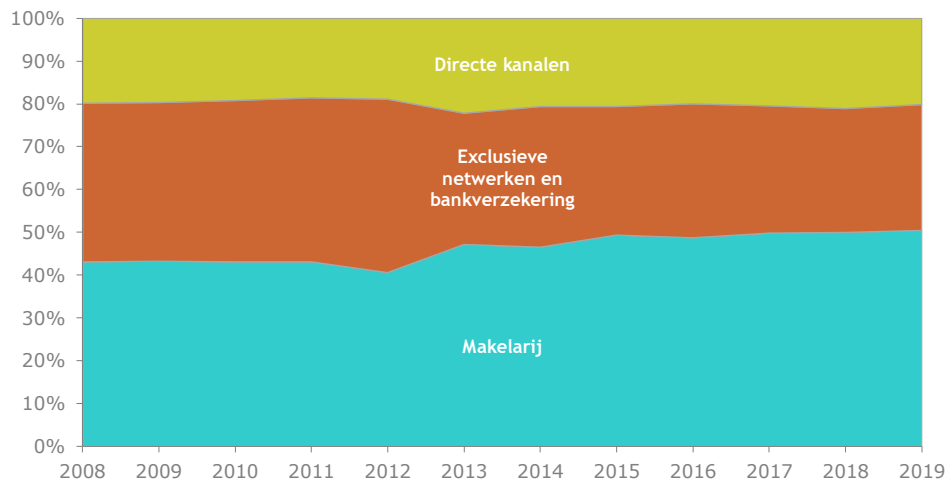


Grafiek 2: Ontwikkeling premie-inkomen leven en niet-leven (in miljard euro)

In 2019 verwerven de **makelaars**, na een stijging met 0,5 procentpunten tegenover 2018, een marktaandeel van 50,4 %. Deze niet-exclusieve tussenpersonen zijn voor zowat alle verzekeringsproducten een belangrijke verdeler, zowel bij de niet-levensverzekeringen als bij de individuele levensverzekeringscontracten en groepsverzekeringen realiseren ze een belangrijk deel van het premie-inkomen.

De **exclusieve netwerken en bankverzekering** zijn in 2019 de tweede belangrijkste speler met een marktaandeel van 29,4 %. Dit is een terreinwinst met 0,4 procentpunten tegenover 2018. De exclusieve netwerken behalen hun grootste marktaandelen op de markt van de niet-levensverzekeringen en de individuele levensverzekeringen met gewaarborgde rentevoet (takken 21 en 26). De bankverzekering is vooral sterk op de markt van de individuele levensverzekeringen. Deze distributievorm kent ook de grootste incassoschommelingen gedurende de laatste twaalf jaren, schommelingen die zich voordoen in de individuele tak 21- en tak 23-levensverzekeringen.

De **directe verzekering** is in 2019 goed voor 20,2 % van de totale premie-inkomsten, tegenover 21,1 % in 2018. Ze is de belangrijkste verdeler van de groepsverzekeringen en speelt ook een belangrijke rol op de markt van de niet-levensverzekeringen.

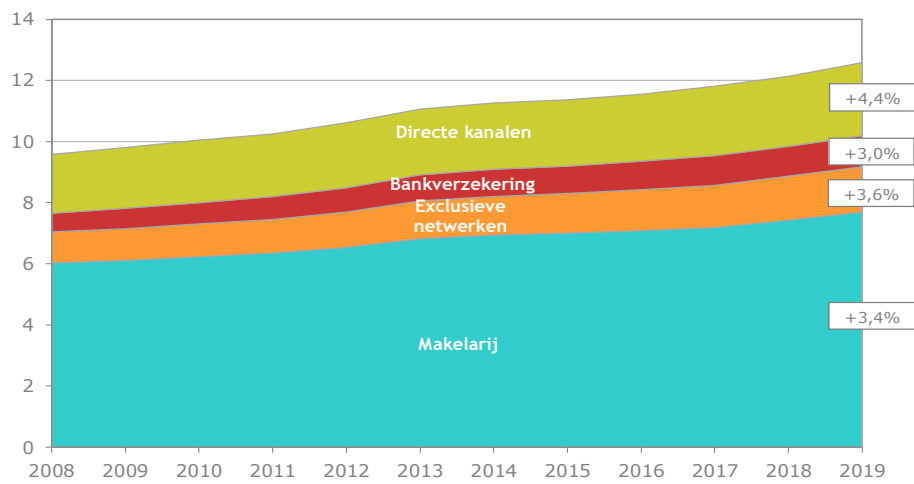


Grafiek 3: Ontwikkeling belangrijkste distributievormen in leven en niet-leven

## 2.4 Niet-levensverzekering

De niet-levensverzekeringen brengen in 2019 12,6 miljard euro op aan premie-inkomsten. Dit is een stijging van 437,6 miljoen euro of 3,6 % ten opzichte van 2018.

In 2019 kunnen opnieuw alle distributievormen een stijging van de premie-inkomsten niet-leven voorleggen. De inkomsten van de bankverzekering nemen in 2019 toe met 29,7 miljoen euro tegenover 2018 (+3,0 %). De makelarij heeft 255,0 miljoen euro extra premie-inkomsten verworven (+3,4 %) en de exclusieve netwerken tekenen een incassostijging van 51,5 miljoen euro (+3,6 %) op. Het zijn de directe kanalen die met 4,4 % (+101,5 miljoen euro) de grootste relatieve stijging noteren ten opzichte van 2018.



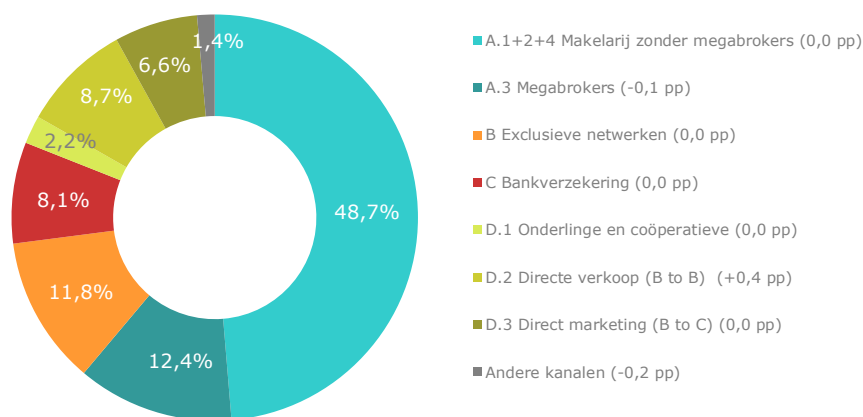
Grafiek 4: Ontwikkeling premie-inkomen niet-leven volgens de belangrijkste distributievormen (in miljard euro)

De verdeling van niet-levensverzekeringen verloopt voornamelijk via de verschillende **makelaarskanalen**, met andere woorden de niet-exclusieve distributiekkanalen. In 2008 waren deze kanalen goed voor 62,9 % van de premie-inkomsten van de niet-levensverzekeringen. In 2019 is hun marktaandeel lichtjes afgenomen tot 61,1 %. Tot op vandaag blijven de makelaars beslist de belangrijkste distributievorm wat betreft de verkoop van niet-levensverzekeringsproducten, niettegenstaande het aandeel geleidelijk afnam over de jaren heen.

Het marktaandeel van de makelarij zonder megabrokers bedraagt 48,7 % in 2019, net zoals in 2018. De megabrokers zijn in 2019 goed voor een marktaandeel van 12,4 %. In realiteit ligt het aandeel van de megabrokers echter hoger, gezien meerdere verzekeraars het incasso van de megabrokers niet kunnen afsplitsen van de klassieke makelarij.

Op de markt van de niet-levensverzekeringen is de **directe verzekering**, met een marktaandeel van 19,0 %, de tweede belangrijkste distributievorm. De premie-inkomsten van de directe verzekering worden hoofdzakelijk verkregen via directe verkoop (B to B) en direct marketing (B to C). Zij nemen respectievelijk 8,7 % en 6,6 % van de markt van niet-levensverzekeringen voor hun rekening. Tegenover 2018 boekt de directe verkoop (B to B) 0,4 procentpunten terreinwinst, terwijl het marktaandeel van de direct marketing (B to C) status quo blijft.

De **exclusieve netwerken** en de **bankverzekeraars** zijn de kleinere spelers op de markt van de niet-levensverzekeringen. In 2019 zijn ze goed voor respectievelijk 11,8 % en 8,1 % van de premie-inkomsten van de niet-levensverzekeringen. Beide kanalen zien hun aandeel de voorbije jaren met mondjesmaat toenemen: hun gezamenlijk marktaandeel niet-leven stijgt van 16,8 % in 2008 naar 19,9 % in 2019.



Grafiek 5: Uitsplitsing premie-inkomen niet-levensverzekeringen per kanaal in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018)

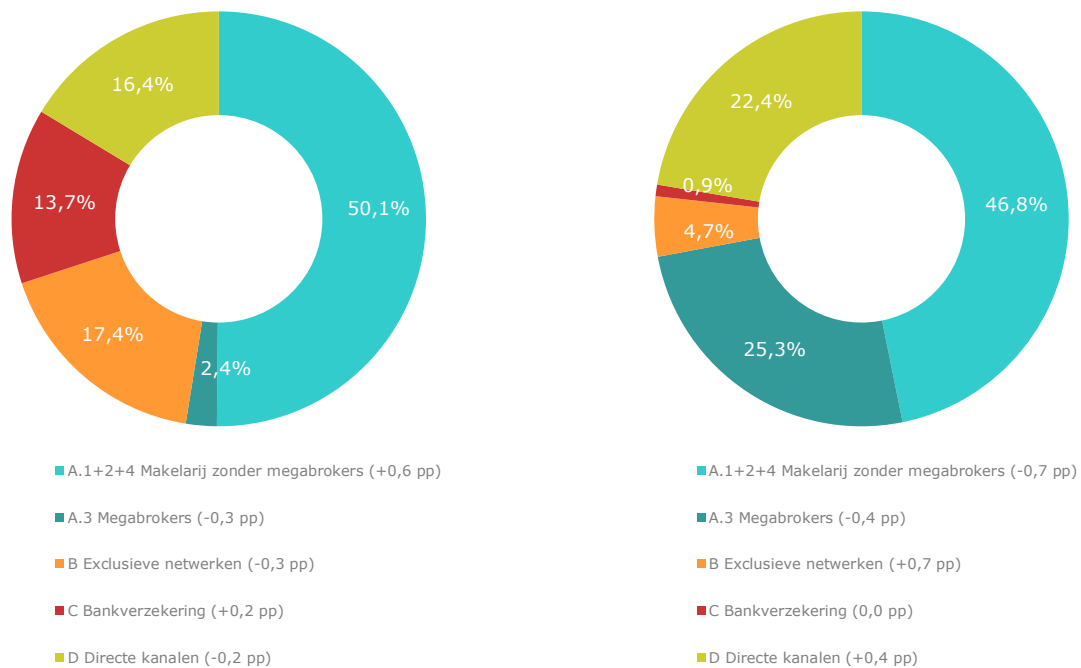
### 2.4.1 Niet-levensverzekering: verkoop aan particulieren en ondernemingen

Zoals eerder vermeld worden niet-levensverzekeringsproducten voornamelijk verkocht via de makelaarskanalen. Zowel particulieren als ondernemingen hebben bij de aanschaf van niet-levensverzekeringen vaak een voorkeur voor een onafhankelijke tussenpersoon. Meer dan de helft van het premie-inkomen (52,6 %) dat in 2019 afkomstig is van particulieren, is voor rekening van de makelaars. Voor ondernemingen is deze voorkeur nog meer uitgesproken aangezien het marktaandeel van de makelaars voor deze doelgroep 72,1 % bedraagt.

Particulieren kopen hun niet-levensverzekeringen grotendeels bij de makelaars zonder megabrokers. Deze niet-exclusieve tussenpersonen zijn in 2019 goed voor 50,1 % van de premie-inkomsten verworven bij particulieren. De verkoop van niet-levensverzekeringen aan particulieren wordt daarnaast voornamelijk gerealiseerd via exclusieve netwerken (17,4 % marktaandeel), directe kanalen (16,4 %) en bankverzekering (13,7 %). De megabrokers zijn een kleine speler bij de verkoop aan particulieren, met 2,4 % marktaandeel in 2019.

De distributie van niet-levensverzekeringsproducten aan ondernemingen wordt vooral verwezenlijkt door de makelarij zonder megabrokers (46,8 % marktaandeel) en de megabrokers (25,3 % marktaandeel). De directe verzekering en de exclusieve netwerken tekenen respectievelijk 22,4 % en 4,7 % van de premie-inkomsten op. Vergeleken met de marktaandelen van 2018, winnen de exclusieve netwerken (+0,7 pp) en de directe kanalen (+0,4 pp) terrein ten opzichte van de makelaars (-1,1 pp).

De bankverzekering speelt voornamelijk een rol bij de realisatie van premie-inkomsten bij particulieren (13,7 % marktaandeel in 2019). Voor de verkoop van woning- en familiale verzekeringsproducten is ze goed voor ongeveer een vijfde van de premie-inkomsten. De verkoop aan ondernemingen is daarentegen beperkt. Daar bedraagt het marktaandeel van de bankverzekering slechts 0,9 % in 2019.



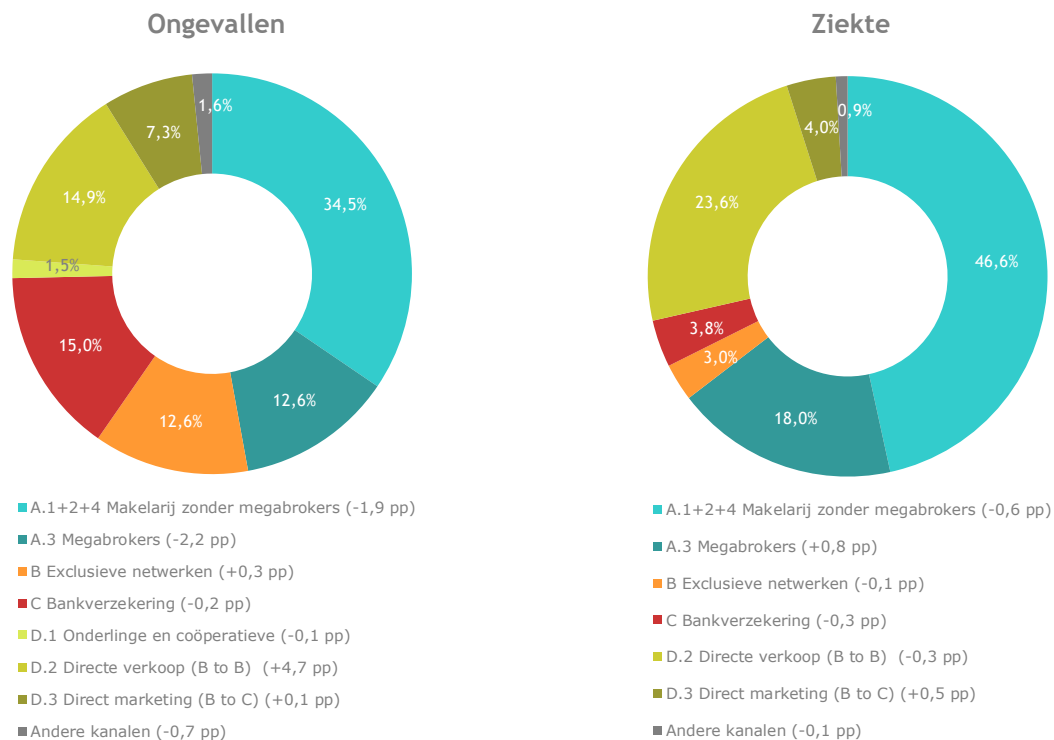
Grafiek 6 en 7: Uitsplitsing premie-inkomen niet-levensverzekeringen per kanaal in 2019 particulieren (links) en ondernemingen (rechts)

## 2.4.2 Niet-levensverzekering: resultaten per tak

De takken niet-leven met het grootste incasso in 2019 zijn de motorrijtuigenverzekering (zijnde voertuigcasco en BA-motorrijtuigen) en de brandverzekering, met respectievelijk 3,8 miljard euro en 3,1 miljard euro premie-inkomsten. De verkoop van algemene BA-verzekeringen brengt in 2019 985 miljoen euro op, een stijging met 46 miljoen euro (+4,9 %) tegenover 2018. Hiermee noteren de algemene BA-verzekeringen een grotere relatieve stijging dan andere takken niet-leven. Naast het incasso van de tak algemene BA, stijgt ook het incasso van de takken ziekte (+4,7 %), brand (+4,7 %), rechtsbijstand (+3,5 %), arbeidsongevallen (+2,2 %), ongevallen (1,9 %) en motorrijtuigen (1,6 %) in 2019 sneller dan de inflatie (+1,4 %).

Voor de **ongevallenverzekeringen** zijn het de makelaarskanalen die het leeuwendeel van de omzet realiseren, met een marktaandeel van 47,1 % in 2019. De megabrokers nemen hiervan 12,6 % voor hun rekening. De directe verzekering is in 2019 goed voor 25,3 % marktaandeel, waarvan 14,9 % via directe verkoop (B to B) en 7,3 % direct marketing (B to C). Exclusieve netwerken en bankverzekeraars vertegenwoordigen samen ongeveer één vierde van de markt (27,5 %). De directe verkoop (B to B) behaalt 4,7 procentpunten meer marktaandeel dan in 2018, terwijl de makelarij 4,1 procentpunten verliest.

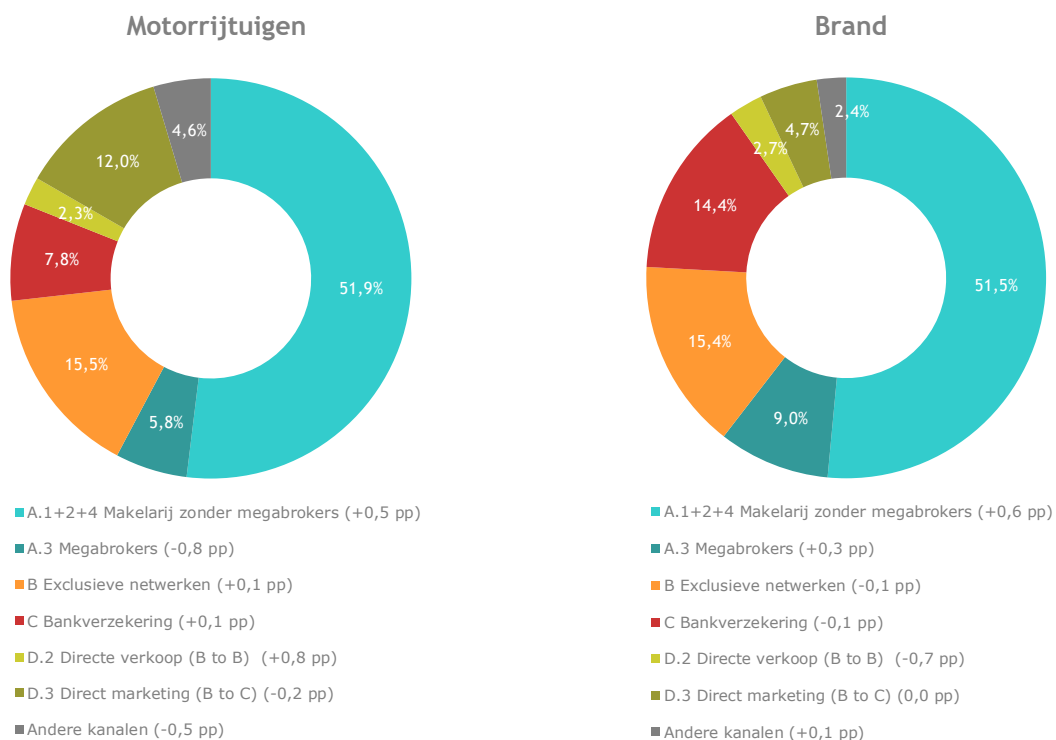
Het premie-inkomen van de **ziekteverzekeringen** wordt in nog sterkere mate dan bij de ongevallenverzekeringen gerealiseerd via de makelarij, getuige het marktaandeel van 64,6 % in 2019. Een andere grote speler in de distributie van de ziekteverzekering is de directe verkoop (B to B) met een marktaandeel van 23,6 %. De megabrokers (+0,8 procentpunten) en de B to C verkoop (+0,5 procentpunten) boeken in 2019 terreinwinst. Elk van de andere kanalen verliest in 2019 marktaandeel ten opzichte van 2018.



Grafiek 8 en 9: Uitsplitsing premie-inkomen per kanaal in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018) - verzekeringen ongevallen (links) en verzekeringen ziekte (rechts)

Meer dan de helft van de **verzekeringen motorrijtuigen** wordt in 2019 verdeeld door de makelaars (57,7 % marktaandeel), waarbij het aandeel van de megabrokers beperkt is (5,8 %). De directe kanalen in hun geheel blijven de tweede grootste distributievorm, met een marktaandeel dat stijgt van 18,8 % in 2018 naar 19,0 % in 2019. De grootste terreinwinst in deze tak wordt geboekt door één van de directe kanalen, namelijk de directe verkoop (B to B). Het marktaandeel van dit kanaal stijgt met 0,8 procentpunten en komt uit op 2,3 % in 2019. De exclusieve netwerken (+0,1 procentpunten) en bankverzekering (+0,1 procentpunten) behalen licht hogere marktaandelen tegenover 2018 om in 2019 uit te komen op respectievelijk 15,5 % en 7,8 % marktaandeel.

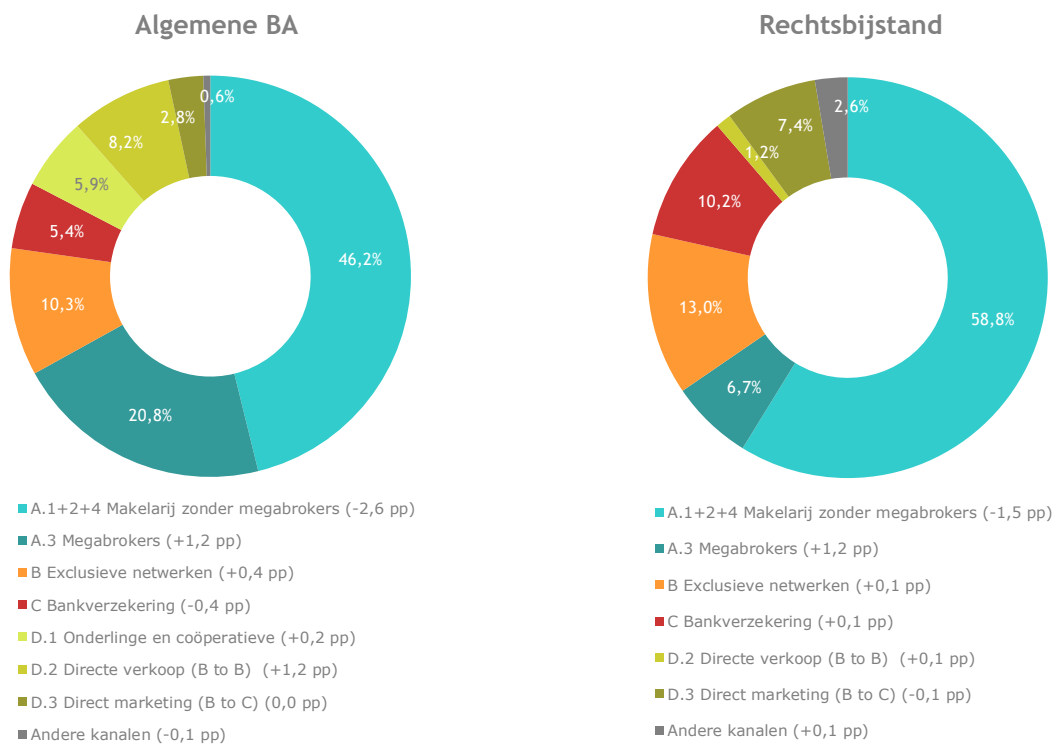
Bij de **brandverzekeringen** behalen de makelaars en de exclusieve netwerken in 2019 marktaandelen die vergelijkbaar zijn met hun marktaandelen bij de verzekeringen motorrijtuigen. Deze tellen op tot zo'n drie vierden van de markt, zodanig dat het overige vierde verdeeld wordt via ofwel de bankverzekering ofwel de directe kanalen. Bij de verkoop van brandverzekeringen is het marktaandeel van de bankverzekeraars (14,4 %) groter dan dat van de directe kanalen (9,7 %). Bij de verzekeringen motorrijtuigen daarentegen, noteren de directe kanalen een fors hoger marktaandeel (19,0 %) dan de bankverzekeraars (7,8 %). Vergeleken met 2018 wordt in 2019 een groter deel van de brandverzekeringen door makelaars verdeeld (+0,9 procentpunten). Het terreinverlies situeert zich vooral bij de directe kanalen (-0,7 pp) en in mindere mate bij de exclusieve netwerken (-0,1 pp) en bankverzekering (-0,1 pp).



Grafiek 10 en 11: Uitsplitsing premie-inkomen per kanaal in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018) - verzekeringen motorrijtuigen (links) en verzekeringen brand (rechts)

Ongeveer twee derde (67,0 %) van het incasso van de verzekeringen **algemene BA** wordt in 2019 verdeeld via makelaars. Het andere derde wordt verkocht door de directe kanalen (17,4 %), exclusieve netwerken (10,3 %) en bankverzekeraars (5,4 %). De megabrokers zien hun marktaandeel met 1,2 procentpunten stijgen tot 20,8 % in 2019. Ook het grootste directe distributiekanaal, de directe verkoop (B to B), wint in 2019 1,2 procentpunten marktaandeel en komt uit op 8,2 %. Terreinverlies is er vooral bij de makelaars zonder megabrokers (-2,6 pp), maar ook bij de bankverzekering (-0,4 pp).

De makelaarskanalen zijn in 2019, met 65,5 % marktaandeel, de voornaamste verdeler van **rechtsbijstandverzekeringen**. Het overige incasso rechtsbijstand wordt ruwweg in gelijke mate verdeeld door de exclusieve netwerken (13,0 %), directe kanalen (11,3 %) en bankverzekering (10,2 %). Tegenover 2018 stijgt het marktaandeel van de megabrokers met 1,2 procentpunten, naar 6,7 % in 2019. Het marktaandeel van de makelaars zonder megabrokers, daarentegen, daalt met 1,5 procentpunten naar 58,8 % in 2019. De exclusieve netwerken, directe kanalen en bankverzekering noteren in 2019 marktaandelen die 0,1 procentpunt hoger liggen dan hun respectievelijke marktaandelen in 2018.

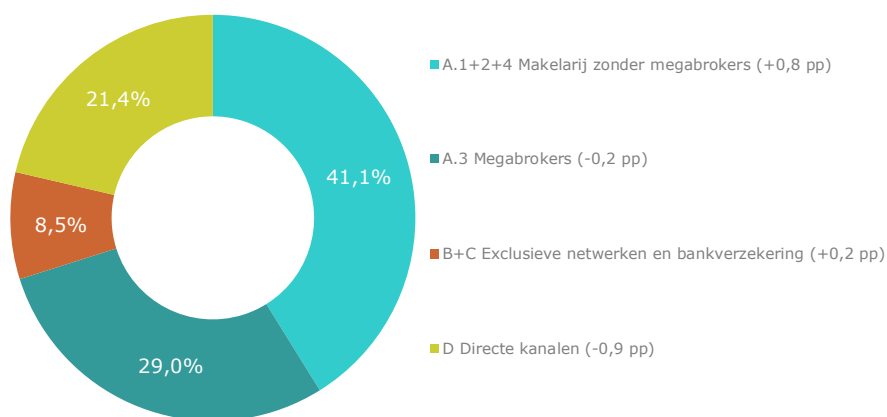


Grafiek 12 en 13: Uitsplitsing premie-inkomen per kanaal in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018) - verzekeringen algemene BA (links) en verzekeringen rechtsbijstand (rechts)



De distributie van **arbeidsongevallenverzekeringen** verloopt in 2019 vooral via de makelaars zonder megabrokers (41,1 % marktaandeel), de megabrokers (29,0 % marktaandeel) en de directe kanalen (21,4 % marktaandeel). Slechts 8,5 % van het incasso arbeidsongevallen wordt verkocht via de exclusieve netwerken en bankverzekering. De makelaars zonder megabrokers (+0,8 pp) en de exclusieve netwerken en bankverzekering (+0,2 pp) boeken in 2019 terreinwinst, ten nadele van de directe kanalen (-0,9 pp) en de megabrokers (-0,2 pp).

#### Arbeidsongevallen

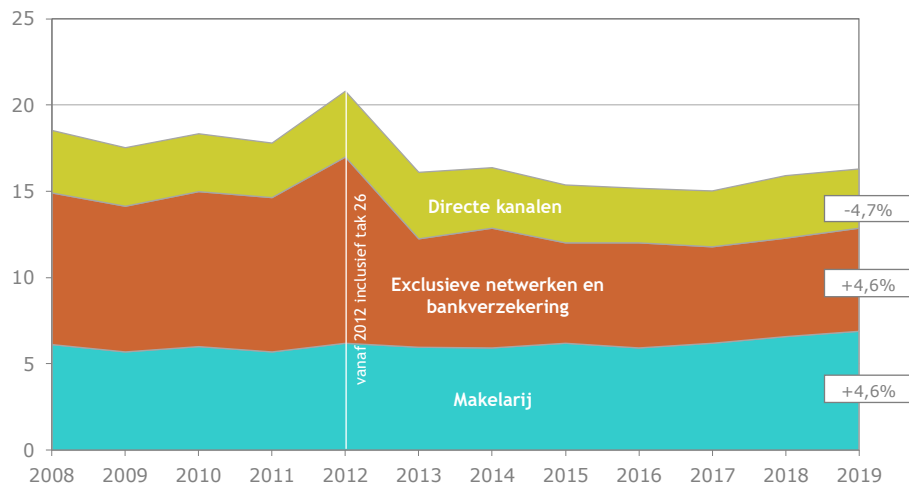


Grafiek 14: Uitsplitsing premie-inkomen verzekeringen arbeidsongevallen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018)

## 2.5 Levensverzekering

In 2019 brengen de levensverzekeringen een premie-inkomen van 16,3 miljard euro op. Dat is 390,7 miljoen euro meer dan in 2018, hetzij een stijging met 2,5 %.

Het grootste deel van dit premie-inkomen wordt verwezenlijkt door de individuele levensverzekeringen. In 2019 realiseren deze een omzet van 10,5 miljard euro. De overige 5,8 miljard euro aan premie-inkomsten is afkomstig van de groepsverzekeringen.



Grafiek 15: Ontwikkeling premie-inkomen leven volgens de belangrijkste distributievormen (in miljard euro)

Door een terreinwinst met 0,9 procentpunten, behalen de makelaars in 2019 een marktaandeel van 42,2 %. Hierdoor vergroten ze de voorsprong op de exclusieve netwerken en bankverzekering, welke de leidersrol op zich namen tot en met 2014 (en in het jaar 2016). Het aandeel van de directe kanalen schommelt de voorbije twaalf jaar ruwweg rond één vijfde en komt in 2019 uit op 21,1 %.

De levensverzekeringen zijn op te delen in twee grote groepen, de individuele levensverzekeringen (cf. sectie 2.5.1) en de groepsverzekeringen (cf. sectie 2.5.2). Om de distributie van de levensverzekeringen te begrijpen, zijn de, toch wel verschillende, kenmerken van deze twee groepen relevant. Deze verschillen zijn onder meer toe te schrijven aan de verschillen in de doelgroepen (particulier versus onderneming).

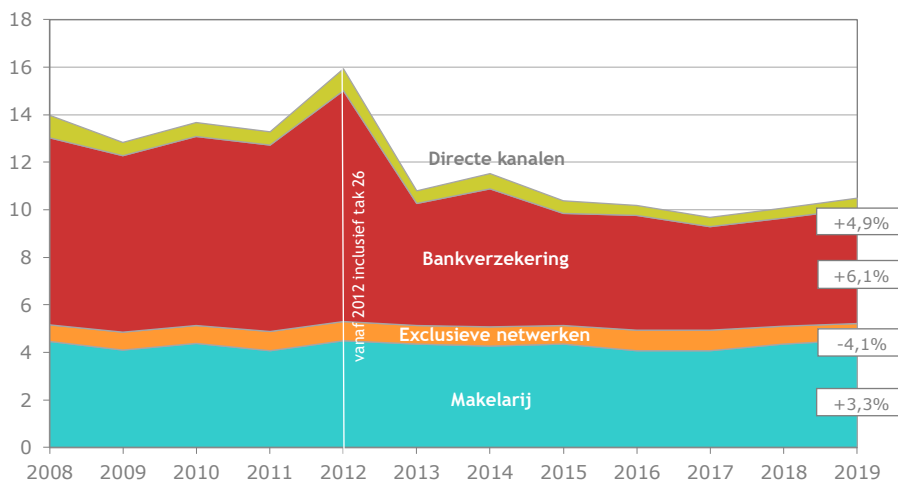
De levensverzekeringen kunnen, in tegenstelling tot de meeste niet-levensverzekeringen, beschouwd worden als langlopende contracten waarbij vaak meerdere, eventueel jaarlijkse, stortingen worden gedaan. Om een juist beeld te schetsen van de huidige machtsverhoudingen onder de distributiekanaalen is het daarom aangewezen om voor de levensverzekeringen de productie van nieuwe zaken te observeren. In sectie 2.5.3. wordt hier op ingegaan.

### 2.5.1 Leven individueel (takken 21, 23 en 26)

De individuele levensverzekeringen realiseren in 2019 een totaal premievolume van 10,5 miljard euro. Het grootste deel hiervan, 6,9 miljard euro, is afkomstig van de tak 21-producten. De tak 23-producten brengen in 2019 3,1 miljard euro aan premie-inkomsten op en de tak 26-producten zijn goed voor 521,1 miljoen euro.

In 2019 stijgen de premie-inkomsten van de individuele levensverzekeringsproducten met 409,0 miljoen euro, hetzij 4,1 %. Het incasso van de tak 21-producten neemt toe met

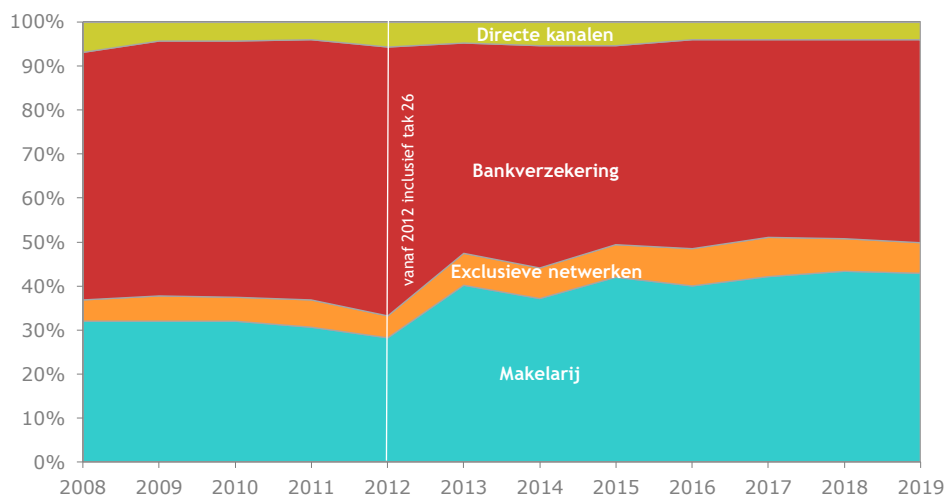
469,8 miljoen euro (+7,3 %) en dat van de tak 26-producten met 4,9 miljoen euro (+1,0 %). De tak 23-producten zien daarentegen hun incasso dalen met 65,7 miljoen euro (-2,1 %).



Grafiek 16: Ontwikkeling premie-inkomen leven individueel (takken 21, 23 en 26) volgens de belangrijkste distributievormen (in miljard euro)

Het incasso van de individuele levensverzekeringen kent behoorlijk wat schommelingen gedurende de beschouwde periode, schommelingen die vaak te wijten zijn aan het meer of minder interessant zijn van bepaalde producten. Zo is de piek in 2012 grotendeels te verklaren door de anticipatie op de verhoging van de premietaks op individuele levensverzekeringen (in 2013 werd de premietaks opgetrokken van 1,1 % naar 2 % voor een groot deel van deze producten).

De exclusieve netwerken zien hun premie-inkomsten afnemen in 2019 met 31,1 miljoen euro (-4,1 %) tegenover 2018. Bij de andere distributievormen stijgen de inkomsten uit de verkoop van individuele levensverzekeringen. Zowel in absolute als in relatieve termen stijgt de verkoop via de bankverzekering het sterkst, namelijk met 277,7 miljoen euro (+6,1 %). De omzet van de makelarij en die van de directe kanalen stijgen respectievelijk met 142,6 miljoen euro (+3,3 %) en 19,8 miljoen euro (+4,9 %).



Grafiek 17: Ontwikkeling belangrijkste distributievormen in leven individueel (takken 21, 23 en 26)

De **bankverzekering** is het belangrijkste kanaal voor de distributie van individuele levensverzekeringen. In 2019 realiseert ze 46,1 % van de premie-inkomsten, tegenover 45,2 % in 2018. Van 2008 tot 2012 behaalde de bankverzekering een marktaandeel van meer dan 50 %, maar sinds 2013 duikt het aandeel herhaaldelijk onder dat peil.

Na de bankverzekering zijn het de **makelaars** die het grootste marktaandeel verwerven. Zij verliezen lichtjes terrein ten opzichte van 2018: hun marktaandeel is met 0,3 procentpunten gedaald tot 43,0 % van de premie-inkomsten.

De **exclusieve netwerken** slaagden er de voorbije jaren in om stukje bij beetje terrein te winnen. Terwijl hun marktaandeel in 2008 slechts 4,9 % bedroeg, was dit in 2017 al gestegen naar 8,9 %. Deze opmars werd sindsdien ten dele teruggedraaid. Het marktaandeel van de exclusieve netwerken daalde naar 7,5 % in 2018 en naar 6,9 % in 2019.

In 2008 was de **directe verzekering** goed voor 6,8 % van het premie-inkomen van de individuele levensverzekeringen, vooral via de verkoop van tak 21-producten. Tegelijk met de dalende premie-inkomsten in 2009, daalde ook het marktaandeel van de directe verzekering, naar 4,3 % in dat jaar. Tussen 2009 en 2016 schommelt het marktaandeel ruwweg tussen de 4 % en de 6 %. Vanaf 2016 blijft het marktaandeel nagenoeg stabiel op 4 %.

Wanneer de evolutie voor de tak 21-, tak 23- en tak 26-levensverzekeringsproducten afzonderlijk ontleed wordt, dan komen verschillende distributielandschappen tot uiting.

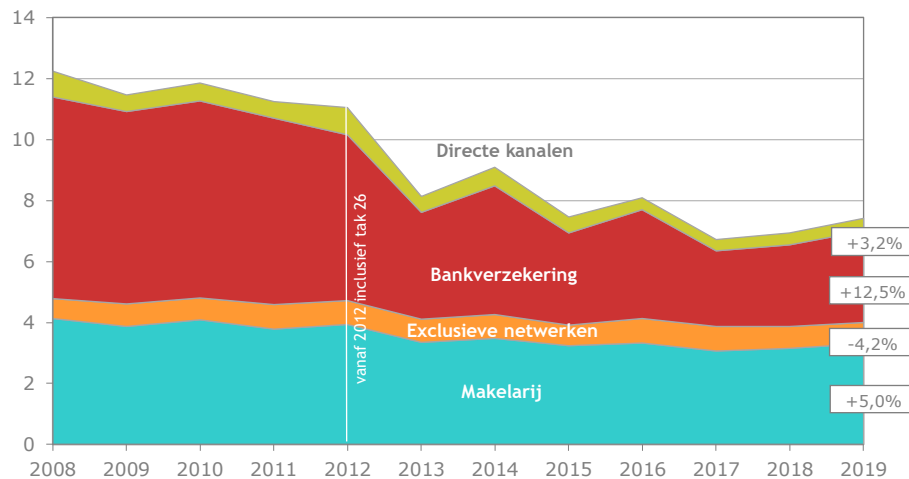
#### 2.5.1.1 Leven individueel:

##### overeenkomsten met een gewaarborgde rentevoet (takken 21 en 26)

In 2019 boeken de individuele levensverzekeringen met gewaarborgde rentevoet (tak 21 en 26) een omzet van 7,4 miljard euro tegenover 6,9 miljard euro in 2018, wat een stijging met 6,8 % betekent.

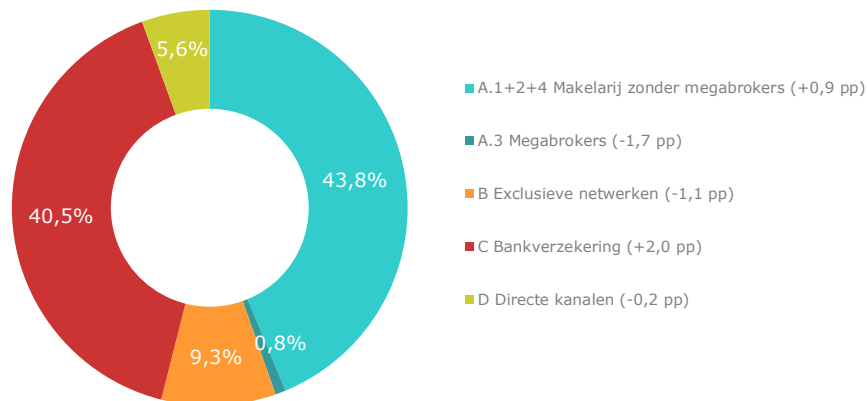
In de periode 2008-2019 kent het incasso van de individuele tak 21 en 26 levensverzekeringen een dalende tendens, ondanks verscheidene jaren met een incassotoename (2010, 2014, 2016, 2018 en 2019). Het premie-inkomen van deze producten kende in 2013 een vrije val, door de verhoging van de premietaks van 1,1 % naar 2 % voor de meeste van deze producten.

In 2019 stijgt het premie-incasso van de individuele verzekeringen met gewaarborgde rentevoet (takken 21 en 26) met 474,8 miljoen euro. Deze toename is hoofdzakelijk toe te schrijven aan de bankverzekering en de makelarij, waarvan de incasso's in 2019 toenemen met respectievelijk 334,0 miljoen euro (+12,5 %) en 158,5 miljoen euro (+5,0 %). Ook de directe kanalen dragen met een omzetstijging van 12,6 miljoen euro (+3,2 %) bij tot de groei. De exclusieve netwerken boeken daarentegen een daling van de omzet met 30,3 miljoen euro (-4,2 %).



Grafiek 18: Ontwikkeling premie-inkomen leven individueel takken 21 en 26 volgens de belangrijkste distributievormen (in miljard euro)

Sterke stijgingen of dalingen van de premie-inkomsten hebben een belangrijke invloed op de evolutie van de marktaandeelen van de verschillende distributiekanaalen. Dit geldt des te meer wanneer de stijging of daling grotendeels door één van de kanalen wordt gedragen.



Grafiek 19: Uitsplitsing premie-inkomen leven individueel takken 21 en 26 per kanaal in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018)

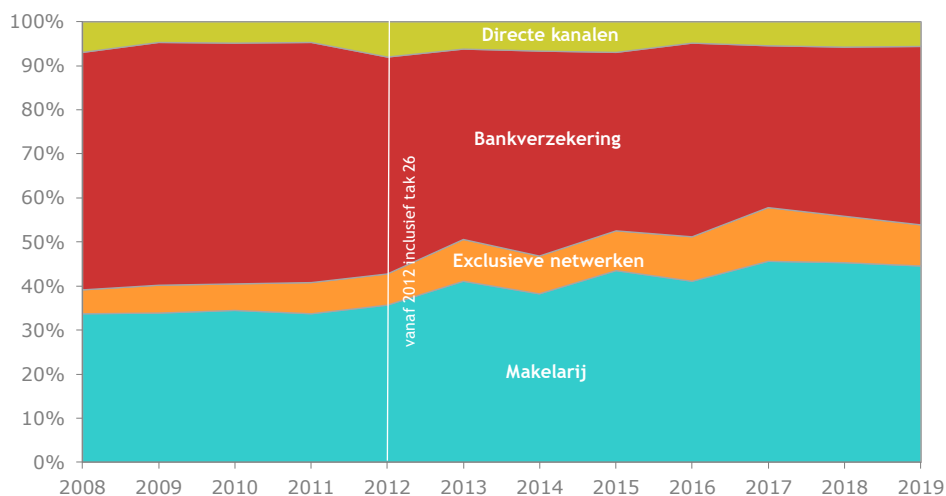
In 2015 werden de **makelaars** voor de eerste maal de voornaamste distributievorm van de individuele verzekeringen tak 21 en 26. Na een wissel van de koppositie met de bankverzekering in 2016, heroveren de makelaars in 2017 de eerste plaats door een toename van hun marktaandeel tot 45,7 %. Dit aandeel daalt naar 45,4 % in 2018 en 44,6 % in 2019, wat in beide jaren wel nog steeds een groter marktaandeel is dan dat van de bankverzekering. Bij de makelaarskanalen zijn het vooral de makelaars andere dan megabrokers die het grootste deel van de inkomsten verwezenlijken. Ze hebben in 2019 een marktaandeel van 43,8 %.

De **bankverzekering** is in 2019 goed voor 40,5 % van de verdiende premies. Dankzij een forse incassostijging in zowel absolute als relatieve termen, wint de bankverzekering 2,0 procentpunten terrein tegenover 2018.

Door de afname van het premie-inkomen van de **exclusieve netwerken**, daalt hun marktaandeel van 10,4 % in 2018 naar 9,3 % in 2019. Ondanks het terreinverlies is hun marktaandeel in 2019 nog steeds aanzienlijk groter dan in 2008, toen het 5,5 % bedroeg.

De resterende premie-inkomsten, goed voor een aandeel van 5,6 %, worden verwezenlijkt via de **directe verzekering**. Sinds 2008 schommelt het aandeel van de directe verzekering bij de verdeling van individuele levensverzekeringen tak 21 en 26 ruwweg tussen de 5 en 8 %.

Voor de pensioenspaarverzekeringen worden de premie-inkomsten voornamelijk verworven via de makelaars, de bankverzekering en de exclusieve netwerken. Zij hebben in 2019 een marktaandeel van respectievelijk 40,0 %, 29,9 % en 26,0 %. Verzekeringen verbonden aan hypothecaire leningen worden vaker verkocht door makelaars: zij vertegenwoordigen 45,2 % van de premie-inkomsten in 2019.



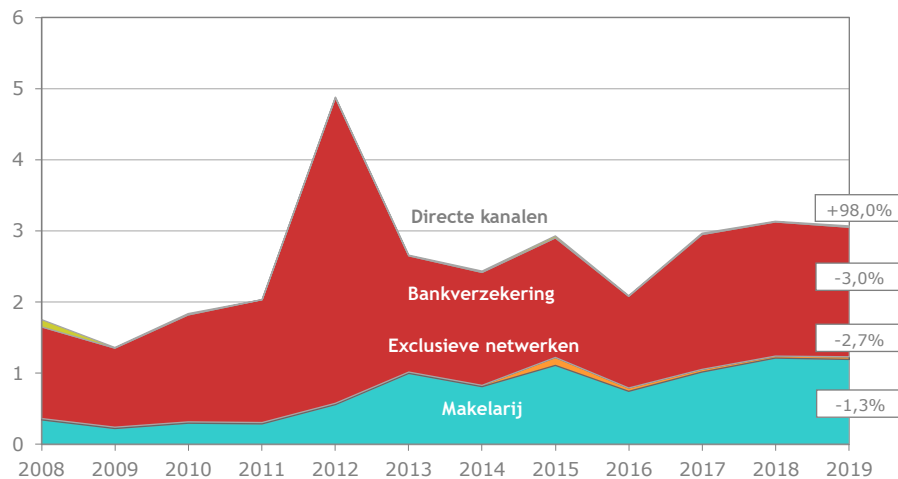
Grafiek 20: Ontwikkeling belangrijkste distributievormen in leven individueel takken 21 en 26

### 2.5.1.2 Leven individueel:

#### aan beleggingsfondsen gekoppelde overeenkomsten (tak 23)

In het jaar 2019 brengt de verkoop van de individuele levensverzekeringen verbonden aan beleggingsfondsen 3,1 miljard euro op. Dat is 65,7 miljoen euro (-2,1 %) minder dan in 2018.

De directe kanalen tekenen in 2019, als enige van de distributievormen, een incassostijging op. In 2019 bedraagt het incasso van de directe kanalen 7,2 miljoen euro (+98,0 %) meer dan in 2018. Het incasso van de bankverzekering, de makelarij en de exclusieve netwerken daalt met respectievelijk 56,2 miljoen euro (-3,0 %), 15,9 miljoen euro (-1,3 %) en 0,8 miljoen euro (-2,7 %).

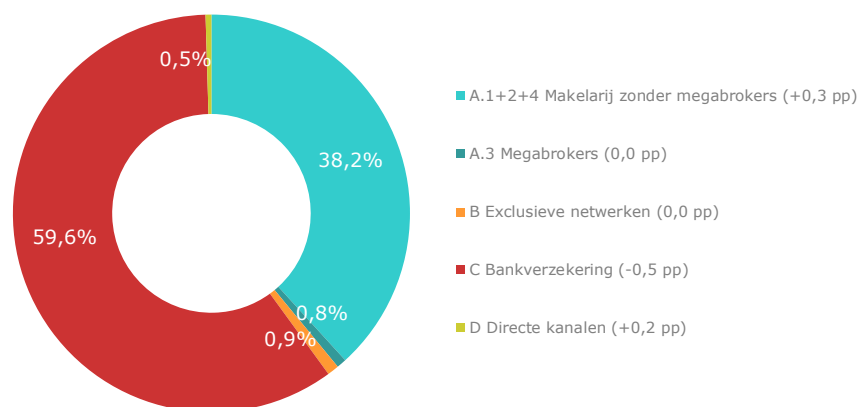


Grafiek 21: Ontwikkeling premie-inkomen leven individueel tak 23 volgens de belangrijkste distributievormen (in miljard euro)

De **bankverzekering** verwerft in 2019 bijna drie vijfden (59,6 %) van het incasso van de individuele tak 23-levensverzekeringsproducten. De bankverzekering blijft met voorsprong de grootste speler in deze markt, ondanks een terreinverlies met 0,5 procentpunten tegenover 2018.

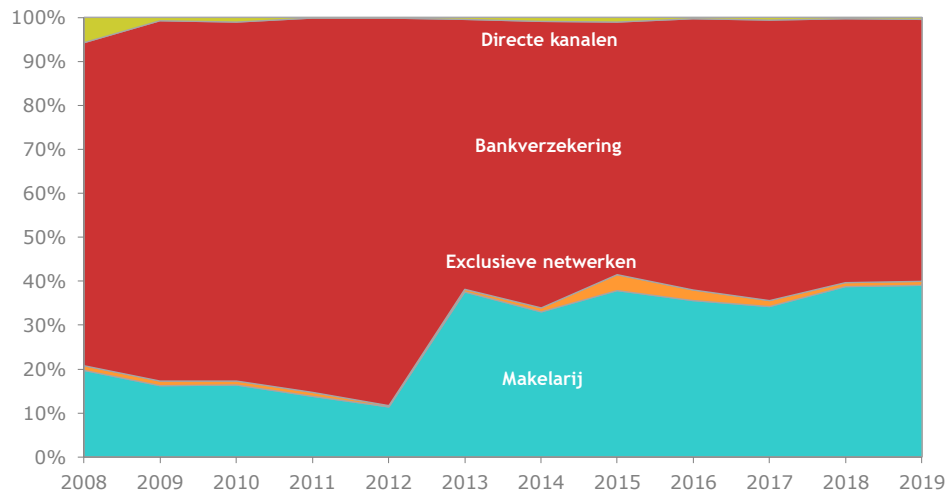
De **makelarij** is de tweede belangrijkste verdeler van de individuele levensverzekeringen tak 23. Deze niet-exclusieve distributievorm is in 2019 goed voor 39,0 % van de premie-inkomsten. Net als bij de individuele verzekeringen van de takken 21 en 26, spelen de megabrokers een bescheiden rol binnen de makelarij: in 2019 wordt 0,8 % van de individuele tak 23-levensverzekeringen verkocht via megabrokers.

De **exclusieve netwerken** en de **directe verzekering** zijn met een marktaandeel van respectievelijk 0,9 % en 0,5 % kleine spelers op deze markt.



Grafiek 22: Uitsplitsing premie-inkomen leven individueel tak 23 per kanaal in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018)

De evolutie van het premie-inkomen in tak 23 wordt vooral bepaald door die van de **bankverzekering**. Gedurende de laatste twaalf jaren wordt zo'n 60 % à 90 % van de omzet verworven via dit kanaal. Zelfs na de terugval van haar marktaandeel in 2013 blijft de bankverzekering de belangrijkste speler op deze markt.

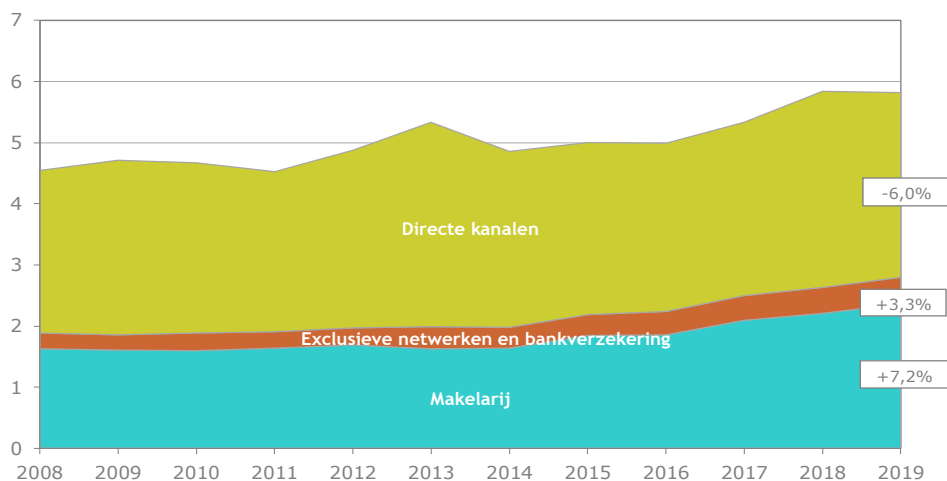


Grafiek 23: Ontwikkeling belangrijkste distributievormen in leven individueel tak 23

### 2.5.2 Leven groep

In 2019 blijven de premie-inkomsten van de groepsverzekeringen quasi stabiel (-0,3 %) ten opzichte van 2018 en komen uit op 5,8 miljard euro.

De omzet van de directe kanalen daalt met 191,3 miljoen euro (-6,0 %) ten opzichte van 2018. De makelaars verwezenlijken in 2019 159,3 miljoen euro meer omzet dan in 2018, een relatieve stijging met 7,2 %. Samengeteld noteren de exclusieve netwerken en de bankverzekering een bescheiden omzetstijging van 13,7 miljoen euro (+3,3 %) tegenover 2018.



Grafiek 24: Ontwikkeling premie-inkomen in leven groep volgens de belangrijkste distributievormen - incl. eerste pijler (in miljard euro)

De **directe verzekering** domineert de markt van de groepsverzekeringen (inclusief eerste pijler), ze is goed voor meer dan de helft van de premie-inkomsten (51,9 % in 2019). Dit distributiekanaal verliest evenwel 3,1 procentpunten marktaandeel ten opzichte van 2018, voornamelijk ten voordele van de makelaarskanalen (+2,9 procentpunten).

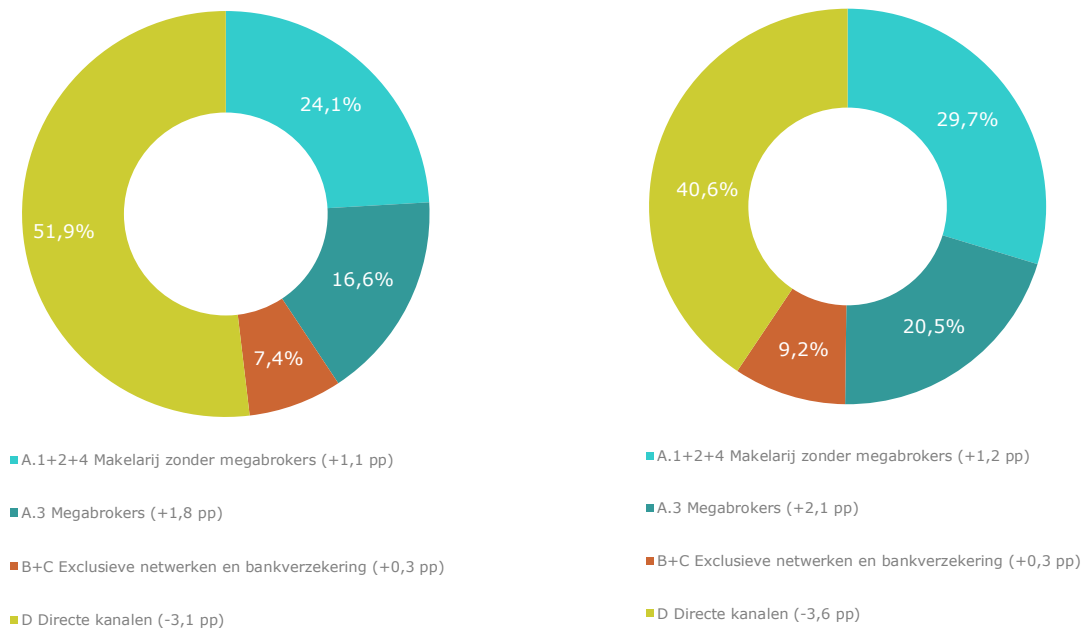
Anders dan bij de individuele levensverzekeringen, is het marktaandeel van de **megabrokers** tamelijk groot bij groepsverzekeringsproducten. Hun marktaandeel bedraagt 16,6 % in 2019, een



stijging met 1,8 procentpunten in vergelijking met 2018. De **makelaars zonder megabrokers** noteren in 2019 een marktaandeel van 24,1 %, wat 1,1 procentpunten hoger is dan in 2018.

De **exclusieve netwerken** en de **bankverzekering** zijn eerder bescheiden spelers op de markt van de groepsverzekeringen (inclusief eerste pijler), ze hebben samen een marktaandeel van 7,4 % in 2019.

Wanneer geen rekening wordt gehouden met de eerste pijlverzekeringen, die hoofdzakelijk via de directe distributiekanaalen verkocht worden, wordt de directe verzekering de tweede belangrijkste vorm van distributie. Ze haalt in 2019 een marktaandeel van 40,6 % tegenover een aandeel van 50,2 % voor de makelaars.

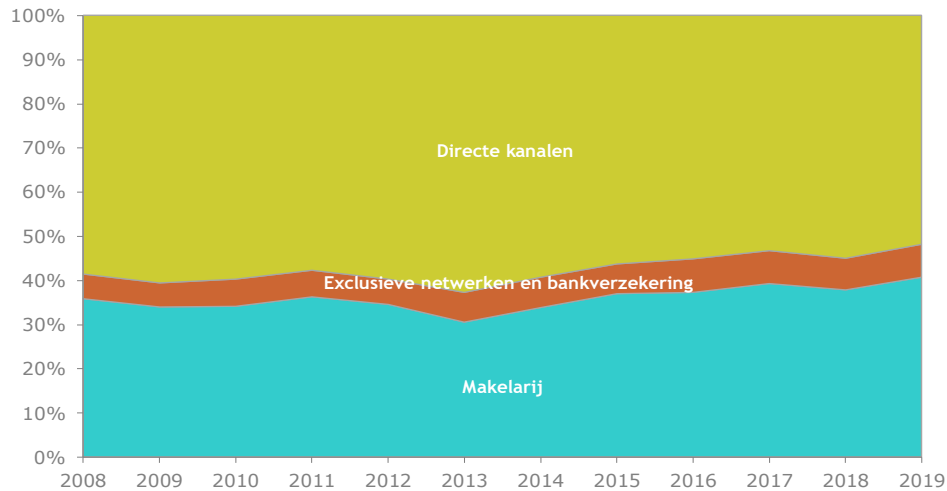


Grafiek 25 en 26: Uitsplitsing premie-inkomen in leven groep per kanaal in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018) - incl. eerste pijler (links) en zonder eerste pijler (rechts)

Over de beschouwde periode worden de premie-inkomsten van de groepsverzekeringen (inclusief eerste pijler) voornamelijk verworven via de **directe verzekering**. Tussen 2008 en 2014 schommelt het marktaandeel van de directe kanalen ruwweg rond de 60 %. Vanaf 2015 kent het een jaarlijkse terugval, tot 53,2 % in 2017. Een heropleving naar 55,0 % marktaandeel in 2018, wordt gevolgd door een verdere daling naar 51,9 % in 2019.

De **makelaars** verwezenlijken tot en met 2013 ongeveer één derde van de omzet. Hun marktaandeel groeit daarna jaarlijks (uitgezonderd in 2018) van 30,6 % in 2013 tot 40,7 % in 2019.

De **exclusieve netwerken** en de **bankverzekering** hebben sinds 2008 een gezamenlijk marktaandeel van zo'n 6 à 8 %.

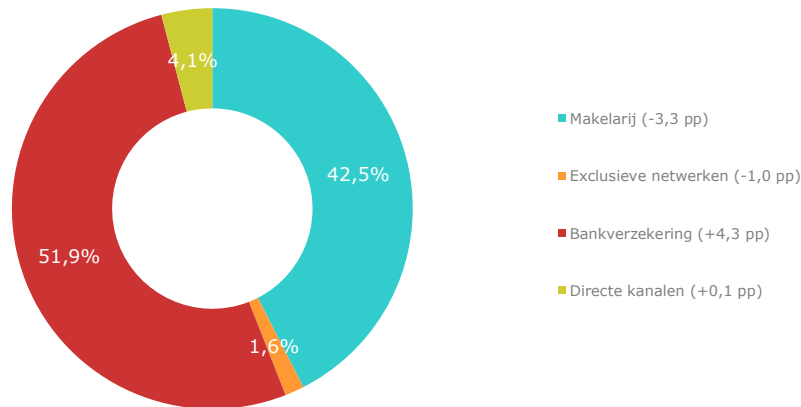


Grafiek 27: Ontwikkeling belangrijkste distributievormen in leven groep (incl. eerste pijler)

### 2.5.3 Levensverzekering: productie van nieuwe zaken

De nieuwe productie van levensverzekeringen levert in 2019 6,9 miljard euro premie-inkomsten op tegenover 6,4 miljard euro in 2018, dat is een stijging met 8,6 %.

Eerder werd al duidelijk dat de distributielandschappen voor de individuele levensverzekeringen en de groepsverzekeringen verschillend zijn. Ook bij de verkoop van nieuwe zaken is dit verschil merkbaar.



Grafiek 28: Productie van nieuwe zaken leven individueel - takken 21, 23 en 26  
Uitsplitsing per kanaal in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018)

In 2019 ligt de omzet van de nieuwe productie van de **individuele levensverzekeringen** 531,9 miljoen euro (+10,6 %) hoger dan in 2018 en komt op 5,6 miljard euro. Dankzij een omzetstijging van 491,7 miljoen euro (+20,6 %) tegenover 2018, bereikt de bankverzekering 51,9 % marktaandeel in 2019. Hierdoor vergroot de kloof met het marktaandeel van de makelaars, dat 42,5 % bedraagt in 2019. De omzet van de makelarij stijgt in 2019 met 58,0 miljoen euro (+2,5 %) tegenover 2018. Terwijl de exclusieve netwerken een incassodaling van 42,2 miljoen euro (-32,9 %) noteren in 2019, stijgt het incasso van de directe kanalen met

24,5 miljoen euro (+12,0 %). Deze kleinere spelers nemen respectievelijk 1,6 % en 4,1 % van de markt voor hun rekening.

De omzet van de **pensioenspaarverzekeringen** bedraagt 96,9 miljoen euro in 2019, een stijging met 1,0 miljoen euro (+1,0 %) ten opzichte van 2018. Het incasso van de makelaars bedraagt, zowel in 2018 als in 2019, 30,9 miljoen euro. Ook het incasso van de directe kanalen blijft stabiel in 2018 en 2019: ze realiseren in beide jaren een omzet van 0,6 miljoen euro. De exclusieve netwerken en de bankverzekering zien daarentegen hun omzet stijgen, met respectievelijk 0,2 miljoen euro (+0,9 %) en 0,8 miljoen euro (+1,8 %) tegenover 2018, om uit te komen op 22,6 miljoen euro en 42,8 miljoen euro in 2019. De bankverzekering blijft met een marktaandeel van 44,1 % de belangrijkste verdeler van nieuwe pensioenspaarverzekeringen, gevolgd door de makelaars (31,9 % marktaandeel) en de exclusieve netwerken (23,3 % marktaandeel).

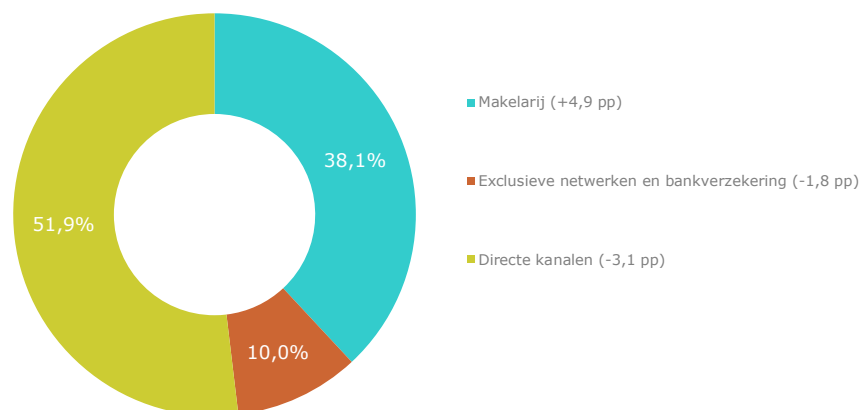
De nieuwe productie van **verzekeringen verbonden aan hypothecaire leningen** levert in 2019 meer inkomsten op. Hun omzet stijgt met 3,7 miljoen euro (+3,2 %) tot 120,1 miljoen euro. Deze vooruitgang is samengesteld uit een daling van 0,7 miljoen euro (-1,9 %) bij de makelarij en een stijging van 4,4 miljoen euro (+5,4 %) bij de andere distributiekkanalen. De makelarij verliest hierdoor 1,5 procentpunten marktaandeel tegenover 2018 en komt uit op 28,9 %.

Ook de **andere fiscaal in mindering gebrachte verzekeringsproducten** noteren in 2019 een toename van de premie-inkomsten voor hun nieuwe productie, met 3,6 % tot 557,4 miljoen euro. De bankverzekering (+0,8 procentpunten) en de directe kanalen (+0,2 procentpunten) kennen in 2019 een stijging van hun marktaandeel ten nadele van de makelarij (-0,6 procentpunten) en de exclusieve netwerken (-0,3 procentpunten). De makelarij is de belangrijkste speler: in 2019 bedraagt haar marktaandeel 64,5 %. De bankverzekering blijft de tweede belangrijke speler met een marktaandeel van 29,0 %.

De premie-inkomsten van de nieuwe productie **andere verrichtingen tak 21** liggen in 2019 401,3 miljoen euro (+26,7 %) hoger dan in 2018 en bedragen 1,9 miljard euro. Het incasso van de bankverzekering en dat van de makelaars stijgt met respectievelijk 297,2 miljoen euro (+31,0 %) en 108,1 miljoen euro (+25,7 %). De directe kanalen noteren op hun beurt een kleine incassostijging van 13,9 miljoen euro (+15,3 %). Als enige van de distributievormen zien de exclusieve netwerken hun omzet dalen tegenover 2018, namelijk met 18,0 miljoen euro (-52,3 %). Dankzij haar forse incassostijging ziet de bankverzekering haar marktaandeel stijgen van 63,6 % in 2018 naar 65,8 % in 2019. De makelaars zijn met 27,8 % marktaandeel in 2019 de tweede grootste verdeler bij de nieuwe productie van andere verrichtingen tak 21.

De omzet van de nieuwe productie van **individuele tak 23-levensverzekeringsproducten** ligt in 2019 4,5 % hoger dan in 2018 en bedraagt 2,4 miljard euro. De bankverzekering is goed voor 54,1 % van de premie-inkomsten. Dit marktaandeel ligt 4,2 procentpunten hoger dan in 2018. De makelaars verliezen 4,2 procentpunten marktaandeel tegenover 2018 en komen in 2019 uit op 44,8 %. De directe kanalen en de exclusieve netwerken zijn, met marktaandelen van respectievelijk 0,6 % en 0,5 % in 2019, zeer kleine spelers op deze markt.

De verkoop van nieuwe **tak 26-verzekeringen** brengt in 2019 521,1 miljoen euro op, een stijging met 1,0 % ten opzichte van 2018. Het premievolume van de makelaars daalt met 2,4 %, terwijl dat van de andere kanalen stijgt met 8,7 %. Het marktaandeel van de makelarij daalt hierdoor van 69,7 % in 2018 naar 67,4 % in 2019.



Grafiek 29: Productie van nieuwe zaken leven groep (incl. eerste pijler)  
Uitsplitsing per kanaal in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018)

De nieuwe productie **groepsverzekeringen** realiseert in 2019 een premie-inkomen van 1,4 miljard euro, een stijging met 1,4 % tegenover 2018.

De omzet via de **vaste en flexibele premies** kent in 2019 een stijging met 61,7 miljoen euro (+36,1 %) en bedraagt 232,9 miljoen euro. Bij de directe kanalen stijgt de omzet met 36,0 miljoen euro (+86,2 %) en bij de makelarij met 29,1 miljoen euro (+28,2 %). Het incasso van de exclusieve netwerken en bankverzekering daalt daarentegen met 3,3 miljoen euro (-12,6 %). Dankzij hun sterke incassogroei, winnen de directe kanalen 9,0 procentpunten marktaandeel om uit te komen op 33,3 % in 2019. De makelaars behalen in 2019 een marktaandeel van 56,8 % en de exclusieve netwerken en bankverzekering noteren een marktaandeel van 9,8 %.

In 2019 brengen de **koopsommen** 1,1 miljard euro op, wat 43,0 miljoen euro (-3,6 %) minder is dan in 2018. Deze dalende omzet is het gevolg van afnames bij de exclusieve netwerken en bankverzekeraars, met 19,8 miljoen euro (-14,7 %), en de directe kanalen, met 67,9 miljoen euro (-9,6 %). De makelaars realiseren als enige distributievorm een incassostijging. Hun omzet stijgt met 44,6 miljoen euro (+12,9 %). Het marktaandeel van de makelarij stijgt van 29,2 % in 2018 naar 34,2 % in 2019, terwijl dat van de directe kanalen daalt van 59,4 % naar 55,7 %. De exclusieve netwerken en bankverzekeraars bezitten in 2019 een marktaandeel van 10,1 %.

## Bijlage 1

### Distributie van verzekeringen en bankuithangborden: onderverdeling in “verzekeringsbankieren” of “bankverzekering”

Onderstaande tabel\* vermeldt de uithangborden waaronder de verzekeringsovereenkomsten werden verkocht, met aanduiding van het soort distributiekanaal.

Verzekeringsonderneming	Uithangborden	
	Verzekeringsbankieren	Bankverzekering
AG Insurance	Fintro	BNP Paribas Fortis Bpost bank
Argenta Verzekeringen		Argenta
AXA Belgium	AXA Bank	
Belfius Insurance		Belfius Bank
CPH Life		Banque CPH
Crelan Verzekeringen	Crelan/Europabank	
Fidea Baloise	Nagelmackers	
KBC Verzekeringen		KBC Bank CBC Banque
NN Insurance Belgium NN Non-Life Insurance		ING Bank
North Europe Life Belgium Partners Verzekeringen		Beobank

\* Zijn niet opgenomen in dit overzicht: partnerships tussen banken/kredietinstellingen, enerzijds en kredietverzekeraars en bijstandsverzekeraars, anderzijds.

## Bijlage 2

### Tabellen: uitsplitsing premie-inkomen en marktaandeel

Opmerking bij de tabellen:

- ▶ Wanneer een onderneming enkel een opsplitsing volgens de verschillende kanalen invulde voor het huidige jaar, werd deze opsplitsing ook doorgevoerd op de globale cijfers van het vorige jaar (of omgekeerd) om continuïteit van de cijfers te garanderen. Hierdoor kan het voorkomen dat het totaalbedrag voor een tak niet overeenkomt met de som van de deelproducten.
- ▶ Sommige verzekeraars zijn niet in staat om het incasso van de megabrokers af te splitsen, het totale incasso van de megabrokers is dus onderschat.

### Opsplitsing particulieren/ondernemingen

In deze editie werd aan de ondernemingen gevraagd om zelf het totale incasso Niet-Leven op te splitsen in het incasso voor particulieren, enerzijds, en het incasso voor ondernemingen, anderzijds. Zo werd meer dan 90 % van het totale incasso Niet-Leven correct ingedeeld volgens particulieren/ondernemingen. Voor de ondernemingen die deze opsplitsing niet konden opgeven, heeft Assuralia een benaderende raming gemaakt op basis van de indeling die in de edities 2012 en vorige werd gebruikt.

Uitsplitsing incasso's Boekjaar 2019 (in euro) Synthetisch	Alle kanalen	A. Makelarij / Niet-exclusieve verzekering- kanalen	B. Exclusieve verzekering- kanalen zonder bankactiviteiten	C. Bancassurance: Exclusieve verzekering- netwerken met bankactiviteiten	D. Direct (zonder tussenpersonen)
<b>INCASSO'S</b>					
<b>1. ONGEVALLLEN</b>	389.359.124	183.445.999	48.886.494	58.325.410	98.701.222
- Individueel en afhankelijkheid	185.882.447	103.696.221	23.173.989	18.865.255	40.146.981
- Collectief	203.476.678	79.749.778	25.712.504	39.460.154	58.554.241
<b>2. ZIEKTE</b>	1.829.109.949	1.181.705.063	55.369.338	69.724.564	522.310.984
- Individueel en afhankelijkheid	698.428.659	505.537.677	95.423.228		97.467.754
- Collectief	1.130.681.290	676.167.387	29.670.674		424.843.229
<b>3. MOTORRIJTUIGEN</b>	3.813.176.406	2.201.893.836	589.758.233	298.684.313	722.840.022
<b>4. BRAND EN ANDERE GELIJKGEST. GEVAREN</b>	3.089.195.209	1.868.665.337	475.101.895	444.537.658	300.890.320
- Woningen	1.984.551.594	1.063.868.134	302.616.492	433.716.359	184.350.611
- Andere eenvoudige risico's	589.353.474	394.361.120	139.484.996		55.507.356
- Speciale risico's	515.290.141	410.436.083	43.821.706		61.032.354
<b>5. BURGERRECHTEL. AANSPRAKELIJKHEID</b>	985.106.894	659.633.565	101.295.174	53.020.389	171.157.766
- Privé-leven	259.570.569	136.186.944	40.026.999	51.733.875	31.622.752
- Andere	725.536.325	523.446.621	61.268.175	1.286.514	139.535.014
<b>6. TRANSPORT</b>	174.008.777	166.930.382	2.151.554		4.926.842
<b>7. RECHTSBIJSTAND</b>	588.110.771	384.949.488	76.690.926	60.010.711	66.459.648
<b>8. ANDERE BOAR-VERRICHTINGEN</b>	580.431.991	250.247.028	42.388.511	27.176.844	260.619.608
<b>9. ARBEIDSONGEVALLLEN</b>	1.124.944.170	788.846.424	95.644.020		240.453.725
<b>10. INDIVIDUELE LEVENSVZERKERING</b>	10.474.528.077	4.500.865.442	721.811.050	4.825.418.148	426.433.438
- Pensioensparen	1.082.700.748	433.432.844	280.998.949	323.991.522	44.277.433
- Verzek. verbonden met hypoth. leningen	595.027.846	269.114.801		325.913.045	
- Andere fiscaal in mindering gebrachte verzekeringen	2.009.346.217	1.149.779.420	242.087.516	539.181.611	78.297.669
- Andere verrichtingen tak 21	3.200.988.311	1.101.285.806	145.905.295	1.772.664.429	181.132.781
- Tak 23	3.065.348.760	1.196.226.061	29.082.747	1.825.475.036	14.564.916
- Tak 26	521.116.195	351.026.511		170.089.684	
<b>11. GROEPSVERZEKERING</b>	5.816.403.351	2.366.822.423	432.512.869		3.017.068.060
- Vaste en flexibele premies	4.673.409.306	1.975.389.229	317.248.216		2.380.771.863
- Koopsommen	1.142.994.045	391.433.194	115.264.653		636.296.197
<b>TOTAAL NIET-LEVEN</b>	<b>12.573.443.292</b>	<b>7.686.317.122</b>	<b>1.485.947.508</b>	<b>1.012.818.525</b>	<b>2.388.360.137</b>
- particulieren	7.046.657.922	3.703.153.838	1.227.599.933	963.121.042	1.152.783.107
- ondernemingen	5.526.785.364	3.983.163.281	258.347.574	49.697.483	1.235.577.028
<b>TOTAAL LEVEN</b>	<b>16.290.931.428</b>	<b>6.867.687.865</b>	<b>5.979.742.066</b>		<b>3.443.501.498</b>
<b>TOTAAL NIET-LEVEN &amp; LEVEN</b>	<b>28.864.374.720</b>	<b>14.554.004.987</b>	<b>8.478.508.099</b>		<b>5.831.861.635</b>
<b>PRODUCTIE VAN NIEUWE ZAKEN</b>					
<b>12. INDIVIDUELE LEVENSVZERKERING</b>	5.560.345.652	2.362.887.994	86.193.262	2.883.319.356	227.945.041
- Pensioensparen	96.870.298	30.921.858	22.568.359	42.767.359	612.723
- Verzek. verbonden met hypoth. leningen	120.063.047	34.638.670		85.424.377	
- Andere fiscaal in mindering gebrachte verzekeringen	557.371.510	359.371.653	30.703.589	161.440.286	5.855.983
- Andere verrichtingen tak 21	1.905.865.892	529.376.348	16.407.510	1.254.781.907	105.300.128
- Tak 23	2.359.058.709	1.057.552.955	11.644.591	1.276.090.460	13.770.704
- Tak 26	521.116.195	351.026.511		170.089.685	
<b>13. GROEPSVERZEKERING</b>	1.375.902.341	523.767.500	138.191.282		713.943.557
- Vaste en flexibele premies	232.908.294	132.334.306	22.926.629		77.647.360
- Koopsommen	1.142.994.046	391.433.195	115.264.653		636.296.198

Uitsplitsing marktaandeel Boekjaar 2019 (in %) Synthetisch	Alle kanalen	A. Makelaar / Niet-exclusieve verzekeringskanalen	B. Exclusieve verzekeringskanalen zonder bankactiviteiten	C. Bancassurance: Exclusieve verzekeringsnetwerken met bankactiviteiten	D. Direct (zonder tussenpersonen)
<b>INCASSO'S</b>					
<b>1. ONGEVALLEN</b>	100,0%	47,1%	12,6%	15,0%	25,3%
- Individueel en afhankelijkheid	100,0%	55,8%	12,5%	10,1%	21,6%
- Collectief	100,0%	39,2%	12,6%	19,4%	28,8%
<b>2. ZIEKTE</b>	100,0%	64,6%	3,0%	3,8%	28,6%
- Individueel en afhankelijkheid	100,0%	72,4%	13,7%		14,0%
- Collectief	100,0%	59,8%	2,6%		37,6%
<b>3. MOTORRIJTUIGEN</b>	100,0%	57,7%	15,5%	7,8%	19,0%
<b>4. BRAND EN ANDERE GELIJKGEST. GEVAREN</b>	100,0%	60,5%	15,4%	14,4%	9,7%
- Woningen	100,0%	53,6%	15,2%	21,9%	9,3%
- Andere eenvoudige risico's	100,0%	66,9%	23,7%		9,4%
- Speciale risico's	100,0%	79,7%	8,5%		11,8%
<b>5. BURGERRECHTEL. AANSPRAKELIJKHEID</b>	100,0%	67,0%	10,3%	5,4%	17,4%
- Privé-leven	100,0%	52,5%	15,4%	19,9%	12,2%
- Andere	100,0%	72,1%	8,4%	0,2%	19,2%
<b>6. TRANSPORT</b>	100,0%	95,9%	1,2%		2,8%
<b>7. RECHTSBIJSTAND</b>	100,0%	65,5%	13,0%	10,2%	11,3%
<b>8. ANDERE BOAR-VERRICHTINGEN</b>	100,0%	43,1%	7,3%	4,7%	44,9%
<b>9. ARBEIDSONGEVALLEN</b>	100,0%	70,1%	8,5%		21,4%
<b>10. INDIVIDUELE LEVENSVZERKERING</b>	100,0%	43,0%	6,9%	46,1%	4,1%
- Pensioensparen	100,0%	40,0%	26,0%	29,9%	4,1%
- Verzek. verbonden met hypoth. leningen	100,0%	45,2%		54,8%	
- Andere fiscaal in mindering gebrachte verzekeringen	100,0%	57,2%	12,0%	26,8%	3,9%
- Andere verrichtingen tak 21	100,0%	34,4%	4,6%	55,4%	5,7%
- Tak 23	100,0%	39,0%	0,9%	59,6%	0,5%
- Tak 26	100,0%	67,4%		32,6%	
<b>11. GROEPSVERZEKERING</b>	100,0%	40,7%	7,4%		51,9%
- Vaste en flexibele premies	100,0%	42,3%	6,8%		50,9%
- Koopsommen	100,0%	34,2%	10,1%		55,7%
<b>TOTAAL NIET-LEVEN</b>	<b>100,0%</b>	<b>61,1%</b>	<b>11,8%</b>	<b>8,1%</b>	<b>19,0%</b>
- particulieren	100,0%	52,6%	17,4%	13,7%	16,4%
- ondernemingen	100,0%	72,1%	4,7%	0,9%	22,4%
<b>TOTAAL LEVEN</b>	<b>100,0%</b>	<b>42,2%</b>	<b>36,7%</b>		<b>21,1%</b>
<b>TOTAAL NIET-LEVEN &amp; LEVEN</b>	<b>100,0%</b>	<b>50,4%</b>	<b>29,4%</b>		<b>20,2%</b>
<b>PRODUCTIE VAN NIEUWE ZAKEN</b>					
<b>12. INDIVIDUELE LEVENSVZERKERING</b>	100,0%	42,5%	1,6%	51,9%	4,1%
- Pensioensparen	100,0%	31,9%	23,3%	44,1%	0,6%
- Verzek. verbonden met hypoth. leningen	100,0%	28,9%		71,1%	
- Andere fiscaal in mindering gebrachte verzekeringen	100,0%	64,5%	5,5%	29,0%	1,1%
- Andere verrichtingen tak 21	100,0%	27,8%	0,9%	65,8%	5,5%
- Tak 23	100,0%	44,8%	0,5%	54,1%	0,6%
- Tak 26	100,0%	67,4%		32,6%	
<b>13. GROEPSVERZEKERING</b>	100,0%	38,1%	10,0%		51,9%
- Vaste en flexibele premies	100,0%	56,8%	9,8%		33,3%
- Koopsommen	100,0%	34,2%	10,1%		55,7%



Uitsplitsing incasso's Boekjaar 2018 (in euro) Synthetisch	Alle kanalen	A. Makelarij / Niet-exclusieve verzekerings- kanalen	B. Exclusieve verzekerings- kanalen zonder bankactiviteiten	C. Bancassurance: Exclusieve verzekerings- netwerken met bankactiviteiten	D. Direct (zonder tussenpersonen)
<b>INCASSO'S</b>					
<b>1. ONGEVALLLEN</b>	381.965.405	195.622.246	46.917.148	57.980.104	81.445.909
- Individueel en afhankelijkheid	188.057.679	106.299.807	22.702.654	17.895.722	41.159.497
- Collectief	193.907.725	89.322.438	24.214.494	40.084.382	40.286.411
<b>2. ZIEKTE</b>	1.747.295.399	1.125.347.986	54.914.821	71.184.681	495.847.912
- Individueel en afhankelijkheid	678.617.178	492.790.894	96.163.082		89.663.203
- Collectief	1.068.678.222	632.557.092	29.936.421		406.184.709
<b>3. MOTORRIJTUIGEN</b>	3.754.817.302	2.181.634.768	577.784.434	289.464.695	705.933.405
<b>4. BRAND EN ANDERE GELIJKGEST. GEVAREN</b>	2.951.258.549	1.758.429.552	457.525.630	427.107.162	308.196.205
- Woningen	1.907.547.135	1.026.945.743	293.284.372	416.744.094	170.572.924
- Andere eenvoudige risico's	566.011.423	363.518.936	132.368.058		70.124.429
- Speciale risico's	477.699.993	367.964.874	42.236.267		67.498.852
<b>5. BURGERRECHTEL. AANSPRAKELIJKHEID</b>	938.931.899	641.288.431	93.182.331	54.309.220	150.151.918
- Privé-leven	253.028.069	133.437.956	39.311.400	49.536.531	30.742.183
- Andere	685.903.830	507.850.475	53.870.932	4.772.689	119.409.735
<b>6. TRANSPORT</b>	156.763.105	149.972.091	1.984.152		4.806.862
<b>7. RECHTSBIJSTAND</b>	568.128.852	373.708.369	73.428.701	57.248.481	63.743.301
<b>8. ANDERE BOAR-VERRICHTINGEN</b>	535.709.851	240.784.656	38.873.574	24.813.903	231.237.719
<b>9. ARBEIDSONGEVALLLEN</b>	1.100.924.255	764.557.781	90.894.919		245.471.555
<b>10. INDIVIDUELE LEVENSVZERKERING</b>	10.065.489.377	4.358.216.428	752.959.388	4.547.681.796	406.631.765
- Pensioensparen	1.095.448.789	419.583.401	291.329.861	336.865.787	47.669.740
- Verzek. verbonden met hypoth. leningen	560.167.714	251.175.525		308.992.189	
- Andere fiscaal in mindering gebrachte verzekeringen	1.974.710.654	1.137.474.981	232.664.802	521.008.985	83.561.886
- Andere verrichtingen tak 21	2.787.913.137	978.158.115	156.984.330	1.490.487.047	162.283.645
- Tak 23	3.131.067.699	1.212.105.694	29.900.802	1.881.703.723	7.357.481
- Tak 26	516.181.383	359.718.713		156.462.671	
<b>11. GROEPSVERZEKERING</b>	5.834.756.801	2.207.571.149	418.784.969		3.208.400.684
- Vaste en flexibele premies	4.648.718.739	1.860.779.010	283.732.068		2.504.207.660
- Koopsommen	1.186.038.062	346.792.139	135.052.901		704.193.024
<b>TOTAAL NIET-LEVEN</b>	<b>12.135.794.617</b>	<b>7.431.345.879</b>	<b>1.434.493.901</b>	<b>983.120.055</b>	<b>2.286.834.785</b>
- particulieren	6.935.363.678	3.628.013.532	1.227.049.644	934.358.088	1.145.942.415
- ondernemingen	5.200.430.937	3.803.332.342	207.444.256	48.761.966	1.140.892.371
<b>TOTAAL LEVEN</b>	<b>15.900.246.178</b>	<b>6.565.787.577</b>	<b>5.719.426.153</b>		<b>3.615.032.448</b>
<b>TOTAAL NIET-LEVEN &amp; LEVEN</b>	<b>28.036.040.796</b>	<b>13.997.133.457</b>	<b>8.137.040.109</b>		<b>5.901.867.234</b>
<b>PRODUCTIE VAN NIEUWE ZAKEN</b>					
<b>12. INDIVIDUELE LEVENSVZERKERING</b>	5.028.494.572	2.304.936.968	128.426.669	2.391.662.458	203.468.478
- Pensioensparen	95.883.230	30.880.129	22.366.155	42.007.288	629.657
- Verzek. verbonden met hypoth. leningen	116.355.221	35.324.558		81.030.663	
- Andere fiscaal in mindering gebrachte verzekeringen	538.210.487	350.459.533	31.252.386	151.741.646	4.756.923
- Andere verrichtingen tak 21	1.504.563.377	421.298.400	34.365.384	957.539.055	91.360.539
- Tak 23	2.257.300.874	1.107.255.636	17.923.839	1.125.349.364	6.772.035
- Tak 26	516.181.383	359.718.713		156.462.671	
<b>13. GROEPSVERZEKERING</b>	1.357.202.408	450.019.802	161.299.378		745.883.228
- Vaste en flexibele premies	171.164.345	103.227.663	26.246.478		41.690.204
- Koopsommen	1.186.038.062	346.792.139	135.052.901		704.193.024

Uitsplitsing marktaandeel Boekjaar 2018 (in %) Synthetisch	Alle kanalen	A. Makelarij / Niet-exclusieve verzekeringskanalen	B. Exclusieve verzekeringskanalen zonder bankactiviteiten	C. Bancassurance: Exclusieve verzekeringsnetwerken met bankactiviteiten	D. Direct (zonder tussenpersonen)
<b>INCASSO'S</b>					
<b>1. ONGEVALLEN</b>	100,0%	51,2%	12,3%	15,2%	21,3%
- Individueel en afhankelijkheid	100,0%	56,5%	12,1%	9,5%	21,9%
- Collectief	100,0%	46,1%	12,5%	20,7%	20,8%
<b>2. ZIEKTE</b>	100,0%	64,4%	3,1%	4,1%	28,4%
- Individueel en afhankelijkheid	100,0%	72,6%	14,2%		13,2%
- Collectief	100,0%	59,2%	2,8%		38,0%
<b>3. MOTORRIJTUIGEN</b>	100,0%	58,1%	15,4%	7,7%	18,8%
<b>4. BRAND EN ANDERE GELIJKGEST. GEVAREN</b>	100,0%	59,6%	15,5%	14,5%	10,4%
- Woningen	100,0%	53,8%	15,4%	21,8%	8,9%
- Andere eenvoudige risico's	100,0%	64,2%	23,4%		12,4%
- Speciale risico's	100,0%	77,0%	8,8%		14,1%
<b>5. BURGERSRECHTEL. AANSPRAKELIJKHEID</b>	100,0%	68,3%	9,9%	5,8%	16,0%
- Privé-leven	100,0%	52,7%	15,5%	19,6%	12,1%
- Andere	100,0%	74,0%	7,9%	0,7%	17,4%
<b>6. TRANSPORT</b>	100,0%	95,7%	1,3%		3,1%
<b>7. RECHTSBIJSTAND</b>	100,0%	65,8%	12,9%	10,1%	11,2%
<b>8. ANDERE BOAR-VERRICHTINGEN</b>	100,0%	44,9%	7,3%	4,6%	43,2%
<b>9. ARBEIDSONGEVALLEN</b>	100,0%	69,4%	8,3%		22,3%
<b>10. INDIVIDUELE LEVENSVZERKERING</b>	100,0%	43,3%	7,5%	45,2%	4,0%
- Pensioensparen	100,0%	38,3%	26,6%	30,8%	4,4%
- Verzek. verbonden met hypoth. leningen	100,0%	44,8%		55,2%	
- Andere fiscaal in mindering gebrachte verzekeringen	100,0%	57,6%	11,8%	26,4%	4,2%
- Andere verrichtingen tak 21	100,0%	35,1%	5,6%	53,5%	5,8%
- Tak 23	100,0%	38,7%	1,0%	60,1%	0,2%
- Tak 26	100,0%	69,7%		30,3%	
<b>11. GROEPSVERZEKERING</b>	100,0%	37,8%	7,2%		55,0%
- Vaste en flexibele premies	100,0%	40,0%	6,1%		53,9%
- Koopsommen	100,0%	29,2%	11,4%		59,4%
<b>TOTAAL NIET-LEVEN</b>	<b>100,0%</b>	<b>61,2%</b>	<b>11,8%</b>	<b>8,1%</b>	<b>18,8%</b>
- particulieren	100,0%	52,3%	17,7%	13,5%	16,5%
- ondernemingen	100,0%	73,1%	4,0%	0,9%	21,9%
<b>TOTAAL LEVEN</b>	<b>100,0%</b>	<b>41,3%</b>	<b>36,0%</b>		<b>22,7%</b>
<b>TOTAAL NIET-LEVEN &amp; LEVEN</b>	<b>100,0%</b>	<b>49,9%</b>	<b>29,0%</b>		<b>21,1%</b>
<b>PRODUCTIE VAN NIEUWE ZAKEN</b>					
<b>12. INDIVIDUELE LEVENSVZERKERING</b>	100,0%	45,8%	2,6%	47,6%	4,0%
- Pensioensparen	100,0%	32,2%	23,3%	43,8%	0,7%
- Verzek. verbonden met hypoth. leningen	100,0%	30,4%		69,6%	
- Andere fiscaal in mindering gebrachte verzekeringen	100,0%	65,1%	5,8%	28,2%	0,9%
- Andere verrichtingen tak 21	100,0%	28,0%	2,3%	63,6%	6,1%
- Tak 23	100,0%	49,1%	0,8%	49,9%	0,3%
- Tak 26	100,0%	69,7%		30,3%	
<b>13. GROEPSVERZEKERING</b>	100,0%	33,2%	11,9%		55,0%
- Vaste en flexibele premies	100,0%	60,3%	15,3%		24,4%
- Koopsommen	100,0%	29,2%	11,4%		59,4%

2019 vs 2018	Alle kanalen	A. Makelarij / Niet-exclusieve verzekeringskanalen	B. Exclusieve verzekeringskanalen zonder bankactiviteiten	C. Bancassurance: Exclusieve verzekeringsnetwerken met bankactiviteiten	D. Direct (zonder tussenpersonen)
<b>INCASSO'S</b>					
<b>1. ONGEVALLEN</b>		-4,1%			4,0%
- Individueel en afhankelijkheid					
- Collectief		-6,9%		-1,3%	8,0%
<b>2. ZIEKTE</b>					
- Individueel en afhankelijkheid					
- Collectief					
<b>3. MOTORRIJTUIGEN</b>					
<b>4. BRAND EN ANDERE GELIJKGEST. GEVAREN</b>					
- Woningen					
- Andere eenvoudige risico's		2,7%			-3,0%
- Speciale risico's		2,6%			-2,3%
<b>5. BURGERRECHTEL. AANSPRAKELIJKHEID</b>		-1,3%			1,4%
- Privé-leven					
- Andere		-1,9%			1,8%
<b>6. TRANSPORT</b>					
<b>7. RECHTSBIJSTAND</b>					
<b>8. ANDERE BOAR-VERRICHTINGEN</b>		-1,8%			1,7%
<b>9. ARBEIDSONGEVALLEN</b>					
<b>10. INDIVIDUELE LEVENSVZERKERING</b>					
- Pensioensparen		1,7%			
- Verzek. verbonden met hypoth. leningen					
- Andere fiscaal in mindering gebrachte verzekeringen					
- Andere verrichtingen tak 21				-1,1%	1,9%
- Tak 23					
- Tak 26		-2,3%		2,3%	
<b>11. GROEPSVERZEKERING</b>		2,9%			-3,1%
- Vaste en flexibele premies		2,2%			-2,9%
- Koopsommen		5,0%		-1,3%	-3,7%
<b>TOTAAL NIET-LEVEN</b>					
- particulieren					
- ondernemingen		-1,1%			
<b>TOTAAL LEVEN</b>					-1,6%
<b>TOTAAL NIET-LEVEN &amp; LEVEN</b>					
<b>PRODUCTIE VAN NIEUWE ZAKEN</b>					
<b>12. INDIVIDUELE LEVENSVZERKERING</b>		-3,3%	-1,0%	4,3%	
- Pensioensparen					
- Verzek. verbonden met hypoth. leningen		-1,5%		1,5%	
- Andere fiscaal in mindering gebrachte verzekeringen					
- Andere verrichtingen tak 21				-1,4%	2,2%
- Tak 23		-4,2%			4,2%
- Tak 26		-2,3%		2,3%	
<b>13. GROEPSVERZEKERING</b>		4,9%	-1,8%		-3,1%
- Vaste en flexibele premies		-3,5%	-5,5%		9,0%
- Koopsommen		5,0%	-1,3%		-3,7%

### Grafieken

Grafieken met betrekking tot de totale productie

- Ontwikkeling premie-inkomen volgens de belangrijkste distributievormen 2008-2019
- Uitsplitsing premie-inkomen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018)
  - o Per distributievorm
  - o Per distributiekanaal\*
- Ontwikkeling van de belangrijkste distributievormen 2008-2019

voor de volgende categorieën van verzekeringen

- Het geheel van de verzekeringen niet-leven en leven
- De niet-levensverzekeringen
- De levensverzekeringen
- De individuele levensverzekeringen
- De individuele levensverzekeringen Tak 21 en 26
- De individuele levensverzekeringen Tak 23
- De groepsverzekeringen

Grafieken met betrekking tot de nieuwe productie

- Uitsplitsing premie-inkomen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018)
  - o Per distributievorm

voor de volgende categorieën van verzekeringen

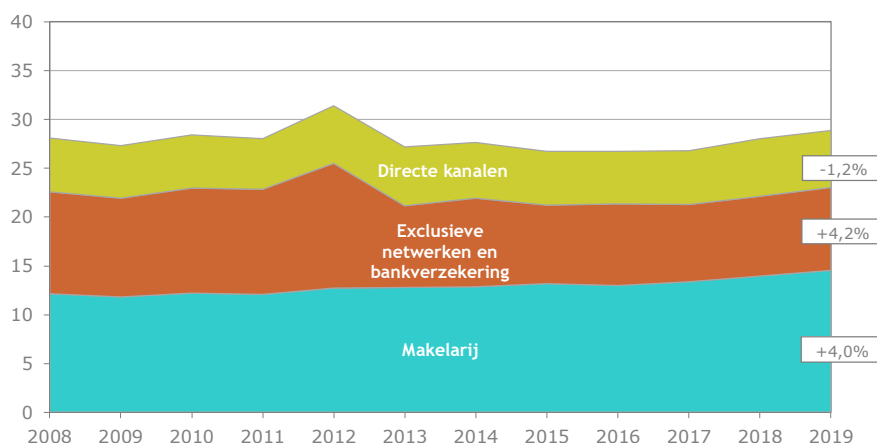
- De individuele levensverzekeringen
  - o Leven individueel (Takken 21-23-26)
  - o Pensioensparen
  - o Verzekeringen verbonden met hypothecaire leningen
  - o Andere fiscaal in mindering gebrachte verzekeringen
  - o Andere verrichtingen Tak 21
  - o Tak 23
  - o Tak 26
- De groepsverzekeringen
  - o Leven groep
  - o Vaste en flexibele premies
  - o Koopsommen

---

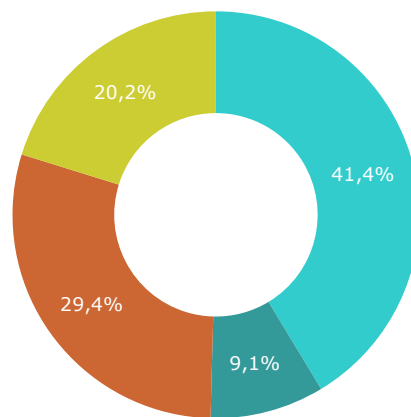
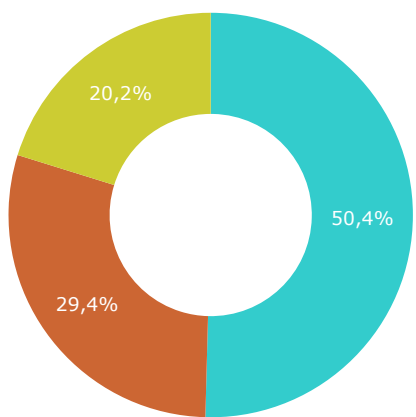
\* Dit type grafiek is ook aangemaakt voor zeven takken van de niet-levensverzekeringen: ongevallen, ziekte, motorrijtuigen, brand, algemene BA, rechtsbijstand en arbeidsongevallen.

**DISTRIBUTIEKANALEN 2019: GEHEEL VERZEKERINGEN NIET-LEVEN EN LEVEN**

**Ontwikkeling premie-inkomen volgens de belangrijkste distributievormen (in miljard euro)**

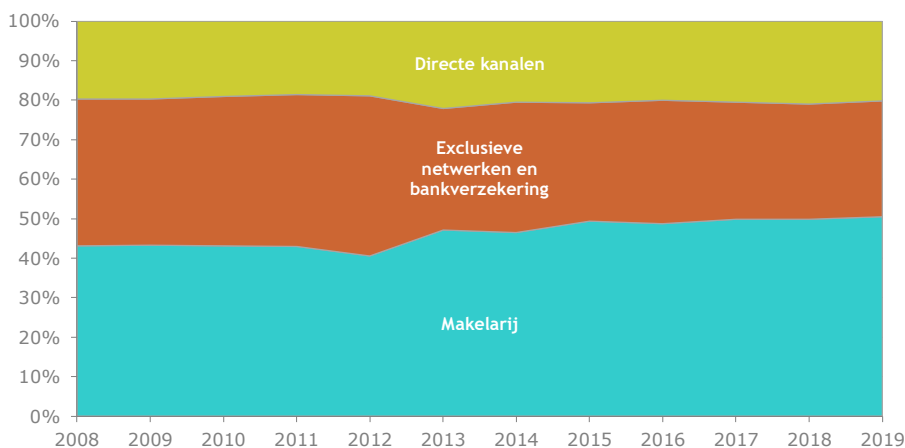


**Uitsplitsing premie-inkomen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018)**  
Per distributievorm      Per distributiekanaal

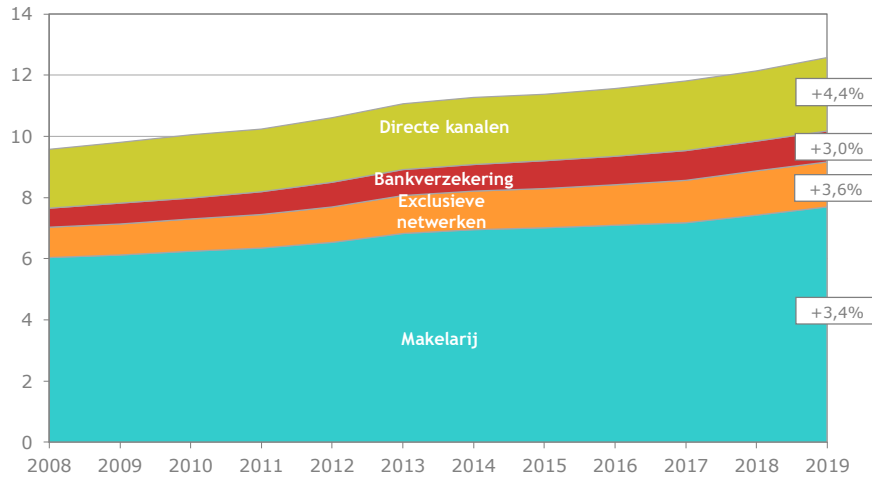


- Makelarij (+0,5 pp)
- Exclusieve netwerken en bankverzekering (+0,4 pp)
- Directe kanalen (-0,8 pp)
- A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (+0,7 pp)
- A.3 Megabrokers (-0,2 pp)
- B+C Exclusieve netwerken en bankverzekering (+0,4 pp)
- D Directe kanalen (-0,8 pp)

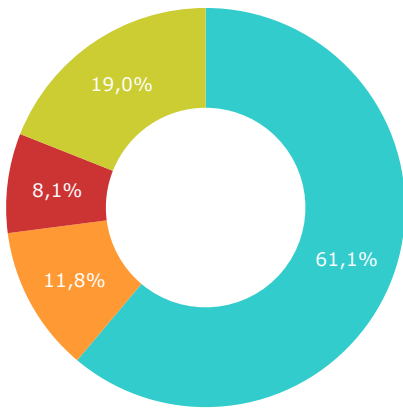
**Ontwikkeling van de belangrijkste distributievormen**



Ontwikkeling premie-inkomen volgens de belangrijkste distributievormen (in miljard euro)

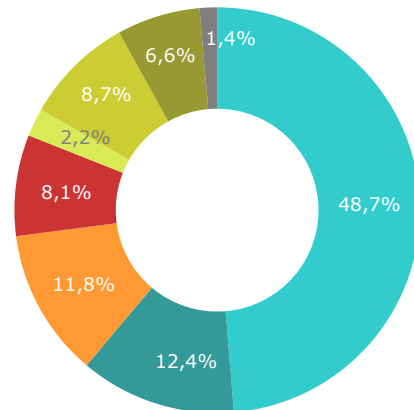


Uitsplitsing premie-inkomen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018) Per distributievorm



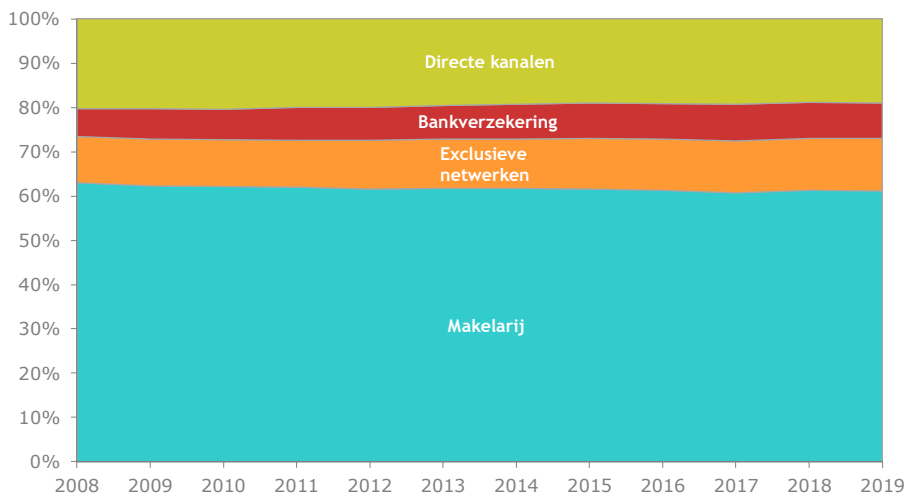
- Makelarij (-0,1 pp)
- Exclusieve netwerken (0,0 pp)
- Bankverzekering (0,0 pp)
- Directe kanalen (+0,2 pp)

Per distributiekanal



- A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (0,0 pp)
- A.3 Megabrokers (-0,1 pp)
- B Exclusieve netwerken (0,0 pp)
- C Bankverzekering (0,0 pp)
- D.1 Onderlinge en coöperatieve (0,0 pp)
- D.2 Directe verkoop (B to B) (+0,4 pp)
- D.3 Direct marketing (B to C) (0,0 pp)
- Andere kanalen (-0,2 pp)

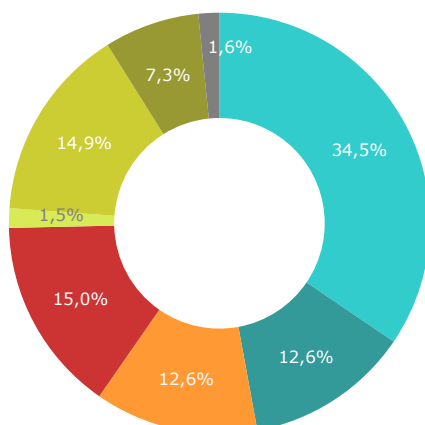
Ontwikkeling van de belangrijkste distributievormen



# DISTRIBUTIEKANALEN 2019: NIET-LEVENSVZERKERINGEN PER TAK

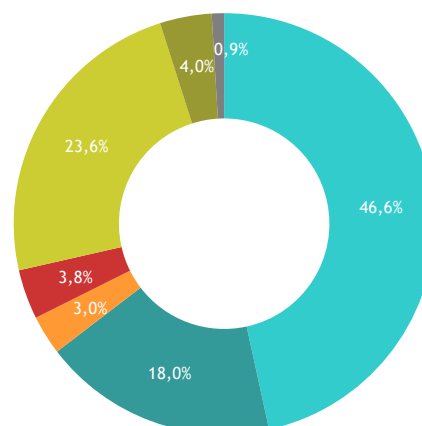
## Uitsplitsing premie-inkomen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018) per distributiekanaal

### Ongevallen



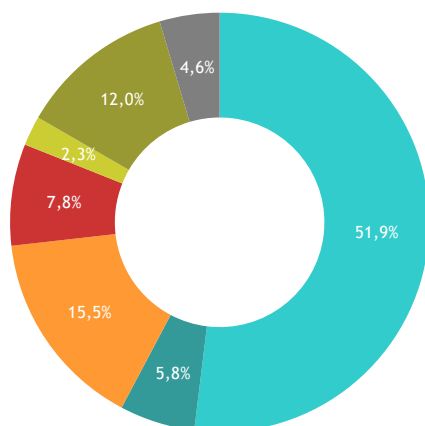
- A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (-1,9 pp)
- A.3 Megabrokers (-2,2 pp)
- B Exclusieve netwerken (+0,3 pp)
- C Bankverzekering (-0,2 pp)
- D.1 Onderlinge en coöperatieve (-0,1 pp)
- D.2 Directe verkoop (B to B) (+4,7 pp)
- D.3 Direct marketing (B to C) (+0,1 pp)
- Andere kanalen (-0,7 pp)

### Ziekte



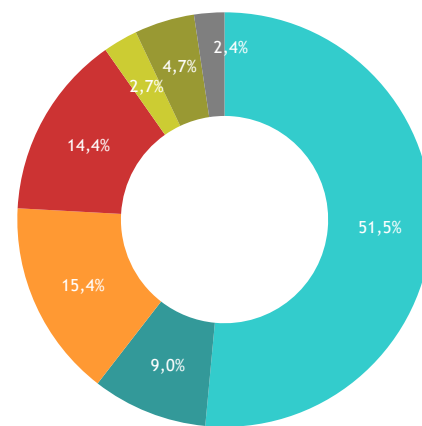
- A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (-0,6 pp)
- A.3 Megabrokers (+0,8 pp)
- B Exclusieve netwerken (-0,1 pp)
- C Bankverzekering (-0,3 pp)
- D.1 Onderlinge en coöperatieve (-0,1 pp)
- D.2 Directe verkoop (B to B) (-0,3 pp)
- D.3 Direct marketing (B to C) (+0,5 pp)
- Andere kanalen (-0,1 pp)

### Motorrijtuigen



- A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (+0,5 pp)
- A.3 Megabrokers (-0,8 pp)
- B Exclusieve netwerken (+0,1 pp)
- C Bankverzekering (+0,1 pp)
- D.1 Onderlinge en coöperatieve (+0,8 pp)
- D.2 Directe verkoop (B to B) (+0,8 pp)
- D.3 Direct marketing (B to C) (-0,2 pp)
- Andere kanalen (-0,5 pp)

### Brand

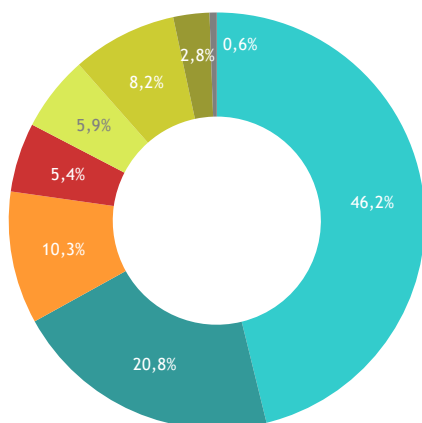


- A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (+0,6 pp)
- A.3 Megabrokers (+0,3 pp)
- B Exclusieve netwerken (-0,1 pp)
- C Bankverzekering (-0,1 pp)
- D.1 Onderlinge en coöperatieve (-0,7 pp)
- D.2 Directe verkoop (B to B) (-0,7 pp)
- D.3 Direct marketing (B to C) (0,0 pp)
- Andere kanalen (+0,1 pp)

## DISTRIBUTIEKANALEN 2019: NIET-LEVENSVZERKERINGEN PER TAK

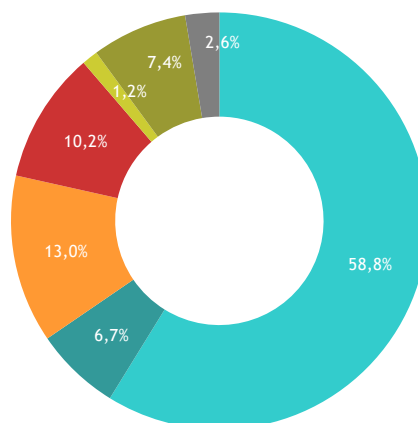
### Uitsplitsing premie-inkomen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018) per distributiekanaal

#### Algemene BA



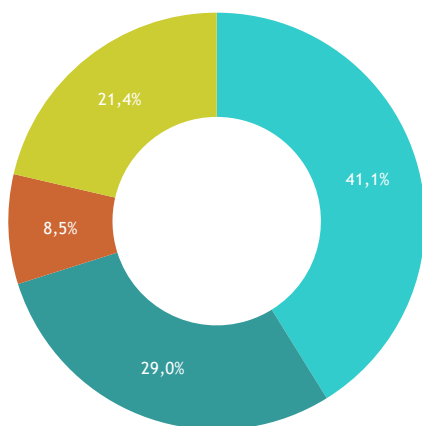
- A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (-2,6 pp)
- A.3 Megabrokers (+1,2 pp)
- B Exclusieve netwerken (+0,4 pp)
- C Bankverzekering (-0,4 pp)
- D.1 Onderlinge en coöperatieve (+0,2 pp)
- D.2 Directe verkoop (B to B) (+1,2 pp)
- D.3 Direct marketing (B to C) (0,0 pp)
- Andere kanalen (-0,1 pp)

#### Rechtsbijstand



- A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (-1,5 pp)
- A.3 Megabrokers (+1,2 pp)
- B Exclusieve netwerken (+0,1 pp)
- C Bankverzekering (+0,1 pp)
- D.2 Directe verkoop (B to B) (+0,1 pp)
- D.3 Direct marketing (B to C) (-0,1 pp)
- Andere kanalen (+0,1 pp)

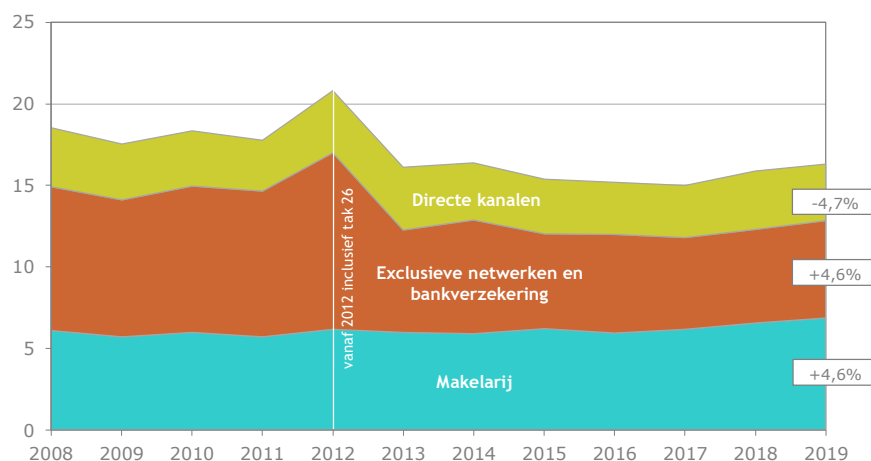
#### Arbeidsongevallen



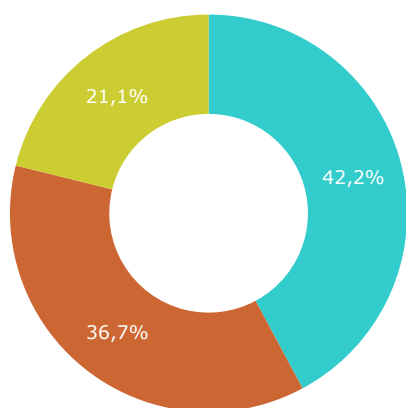
- A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (+0,8 pp)
- A.3 Megabrokers (-0,2 pp)
- B+C Exclusieve netwerken en bankverzekering (+0,2 pp)
- D Directe kanalen (-0,9 pp)



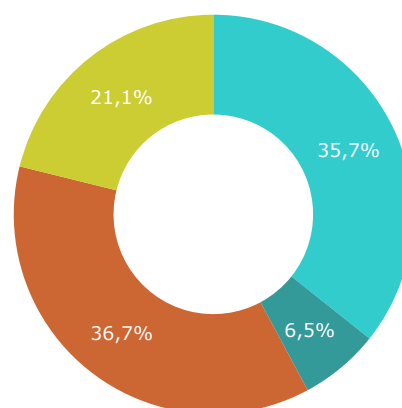
**Ontwikkeling premie-inkomen volgens de belangrijkste distributievormen (in miljard euro)**



**Uitsplitsing premie-inkomen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018)**  
Per distributievorm Per distributiekanaal

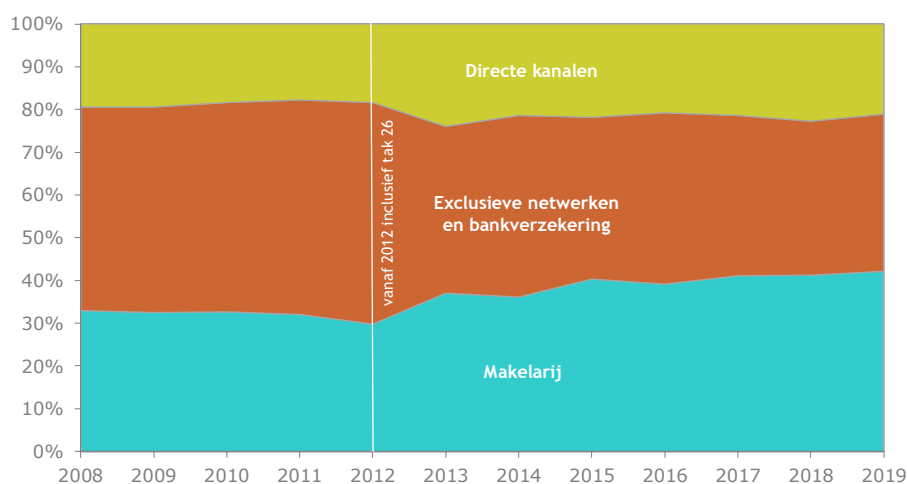


- Makelarij (+0,9 pp)
- Exclusieve netwerken en bankverzekering (+0,7 pp)
- Directe kanalen (-1,6 pp)



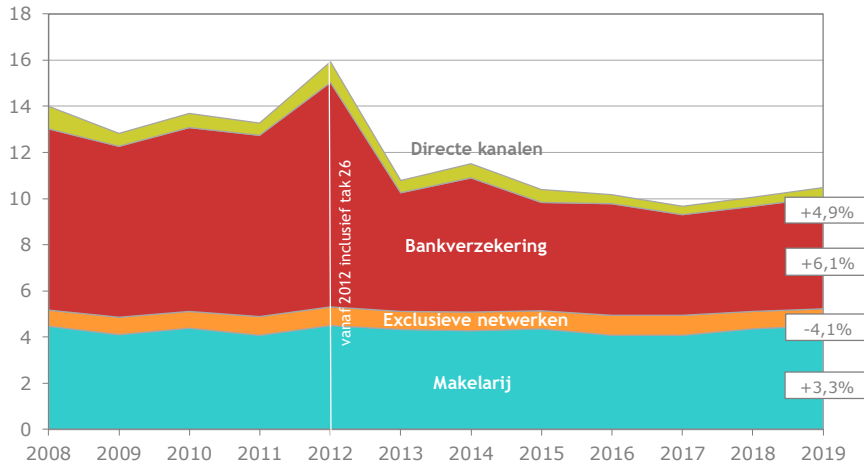
- A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (+1,1 pp)
- A.3 Megabrokers (-0,2 pp)
- B+C Exclusieve netwerken en bankverzekering (+0,7 pp)
- D Directe kanalen (-1,6 pp)

**Ontwikkeling van de belangrijkste distributievormen**

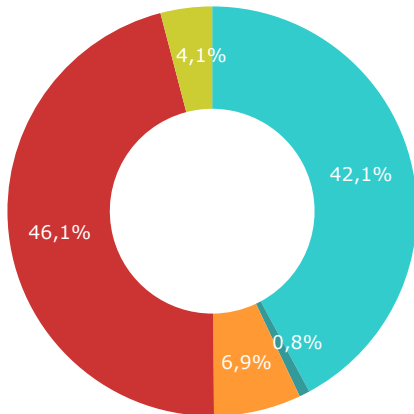
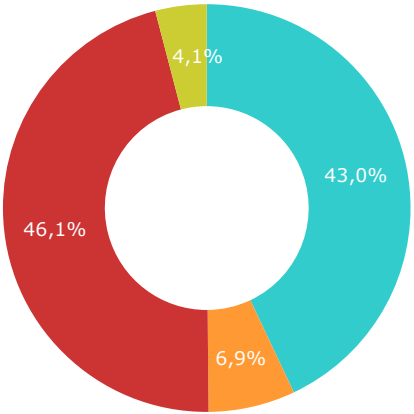


# DISTRIBUTIEKANALEN 2019: INDIVIDUELE LEVENSVZERKERINGEN (TAKKEN 21, 23 EN 26)

### Ontwikkeling premie-inkomen volgens de belangrijkste distributievormen (in miljard euro)

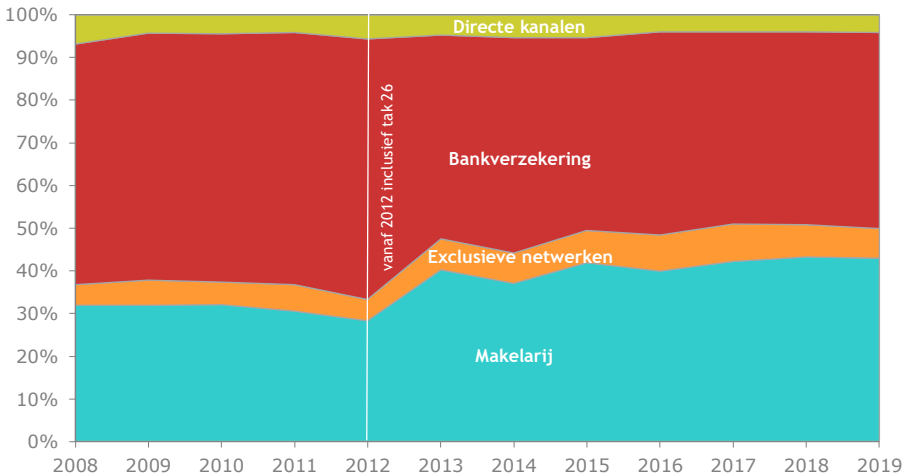


### Uitsplitsing premie-inkomen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018) Per distributievorm Per distributiekanaal



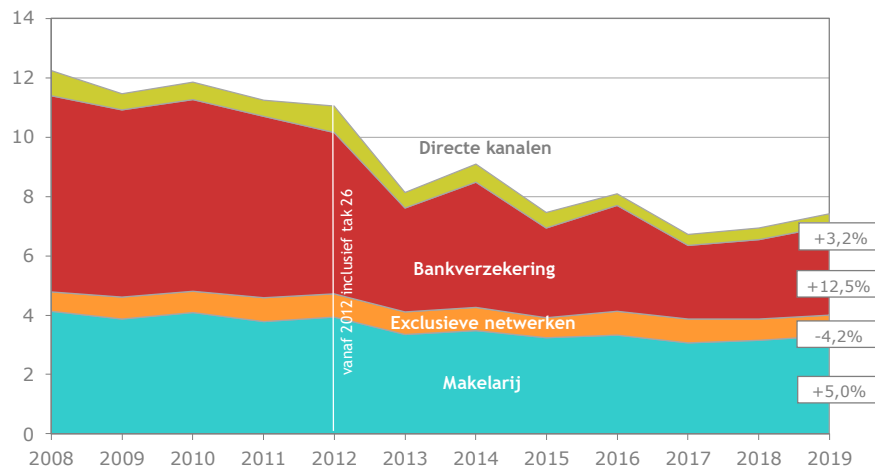
- Makelarij (-0,3 pp)
- Exclusieve netwerken (-0,6 pp)
- Bankverzekering (+0,9 pp)
- Directe kanalen (0,0 pp)
- A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (+0,8 pp)
- A.3 Megabrokers (-1,2 pp)
- B Exclusieve netwerken (-0,6 pp)
- C Bankverzekering (+0,9 pp)
- D Directe kanalen (0,0 pp)

### Ontwikkeling van de belangrijkste distributievormen

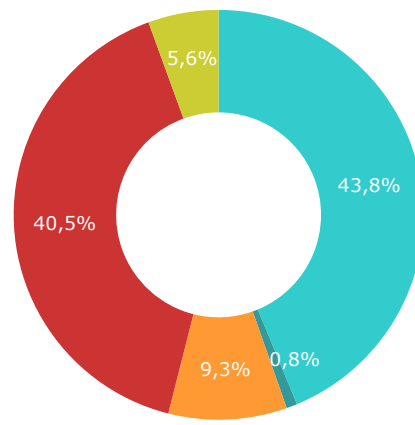
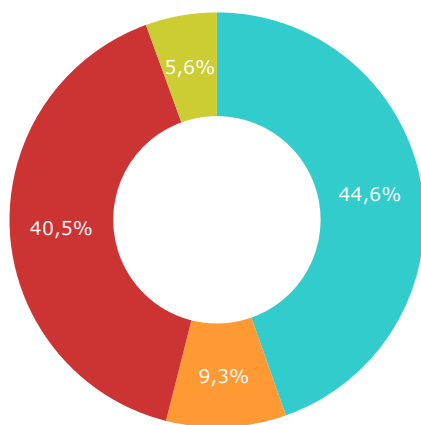


# DISTRIBUTIEKANALEN 2019: INDIVIDUELE LEVENSVZERKERINGEN (TAKKEN 21 EN 26)

## Ontwikkeling premie-inkomen volgens de belangrijkste distributievormen (in miljard euro)



## Uitsplitsing premie-inkomen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018)



Makelarij (-0,8 pp)

Exclusieve netwerken (-1,1 pp)

Bankverzekering (+2,0 pp)

Directe kanalen (-0,2 pp)

A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (+0,9 pp)

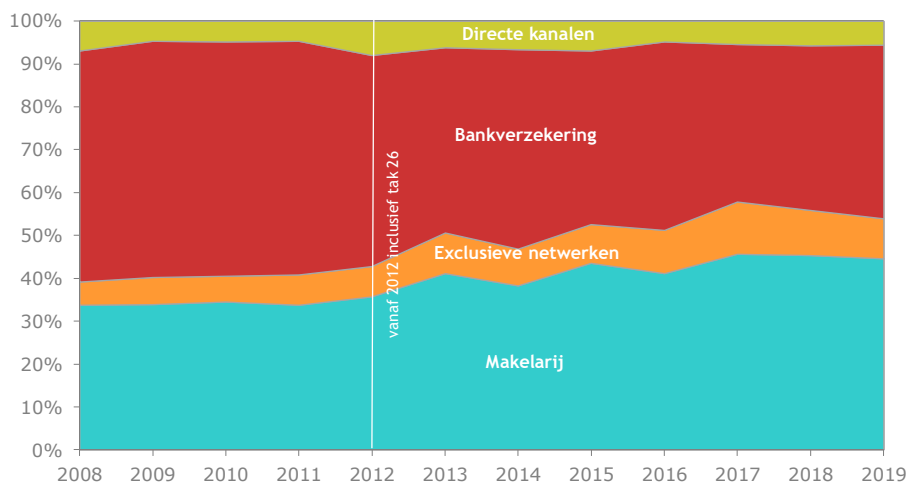
A.3 Megabrokers (-1,7 pp)

B Exclusieve netwerken (-1,1 pp)

C Bankverzekering (+2,0 pp)

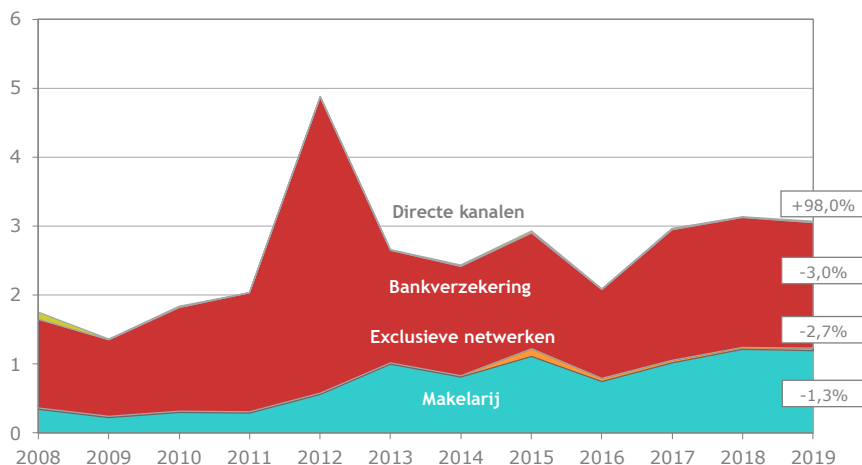
D Directe kanalen (-0,2 pp)

## Ontwikkeling van de belangrijkste distributievormen

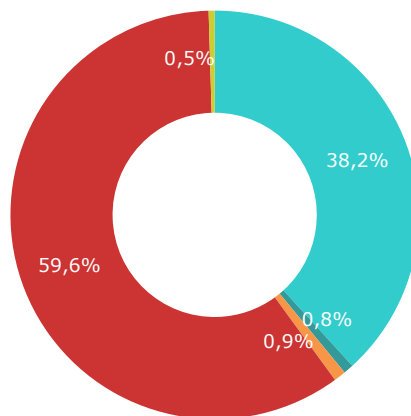
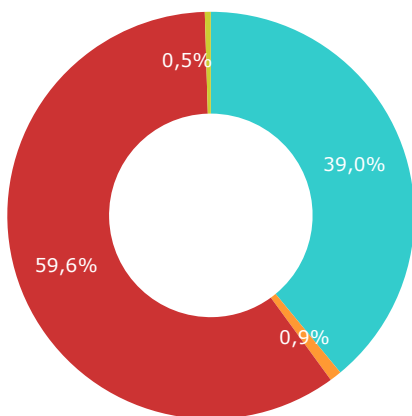


# DISTRIBUTIEKANALEN 2019: INDIVIDUELE TAK 23-LEVENSVZERKERINGEN

**Ontwikkeling premie-inkomen volgens de belangrijkste distributievormen (in miljard euro)**



**Uitsplitsing premie-inkomen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018)**  
Per distributievorm (links) / Per distributiekanaal (rechts)



Makelarij (+0,3 pp)

Exclusieve netwerken (0,0 pp)

Bankverzekering (-0,5 pp)

Directe kanalen (+0,2 pp)

A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (+0,3 pp)

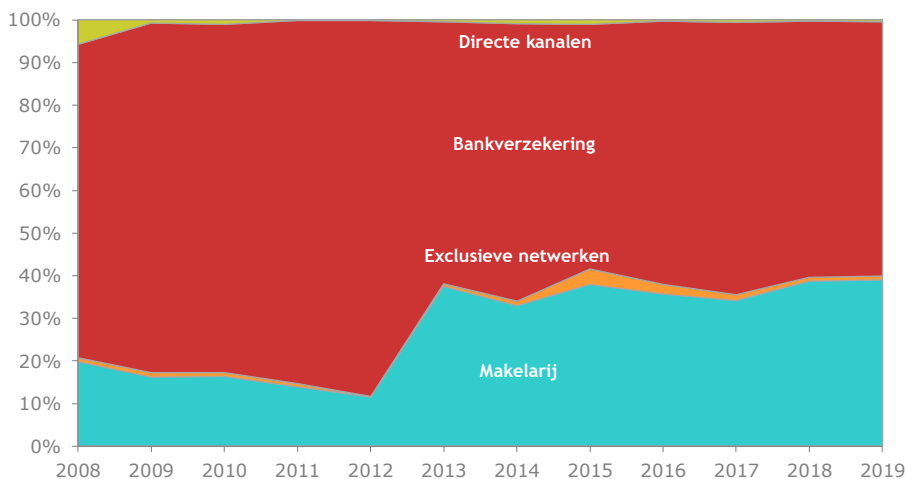
A.3 Megabrokers (0,0 pp)

B Exclusieve netwerken (0,0 pp)

C Bankverzekering (-0,5 pp)

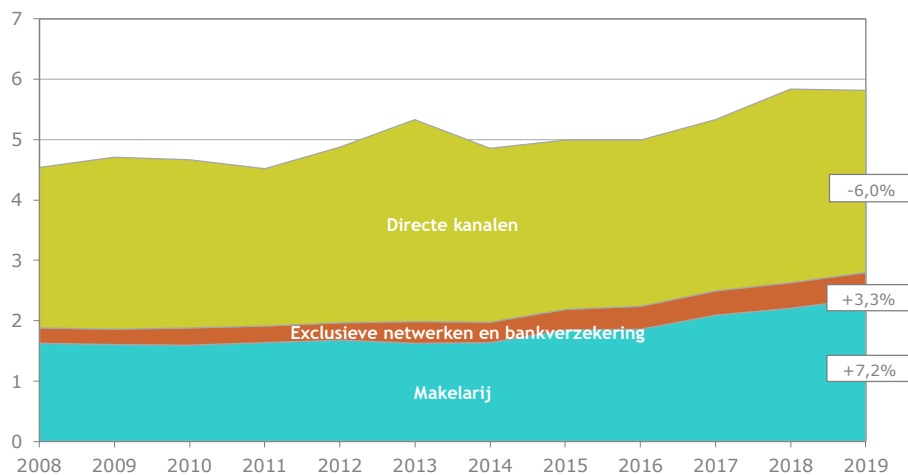
D Directe kanalen (+0,2 pp)

**Ontwikkeling van de belangrijkste distributievormen**

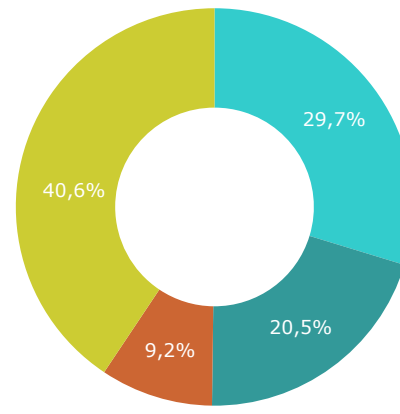
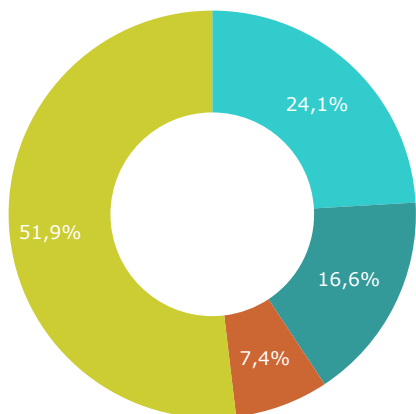


**DISTRIBUTIEKANALEN 2019: GROEPSVERZEKERINGEN (INCL. EERSTE PIJLER)**

**Ontwikkeling premie-inkomen volgens de belangrijkste distributievormen (in miljard euro)**

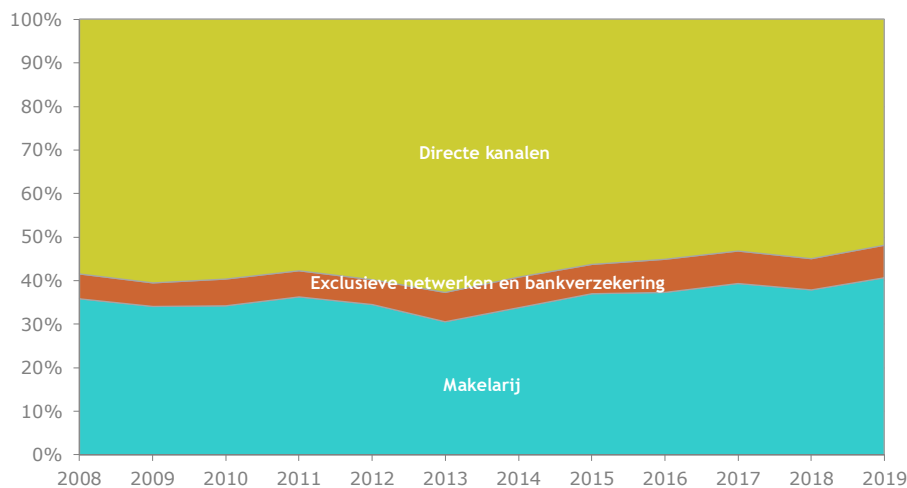


**Uitsplitsing premie-inkomen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018) per distributiekanal**  
**Inclusief eerste pijler**                                  **Exclusief eerste pijler**



- A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (+1,1 pp)
- A.3 Megabrokers (+1,8 pp)
- B+C Exclusieve netwerken en bankverzekering (+0,3 pp)
- D Directe kanalen (-3,1 pp)
- A.1+2+4 Makelarij zonder megabrokers (+1,2 pp)
- A.3 Megabrokers (+2,1 pp)
- B+C Exclusieve netwerken en bankverzekering (+0,3 pp)
- D Directe kanalen (-3,6 pp)

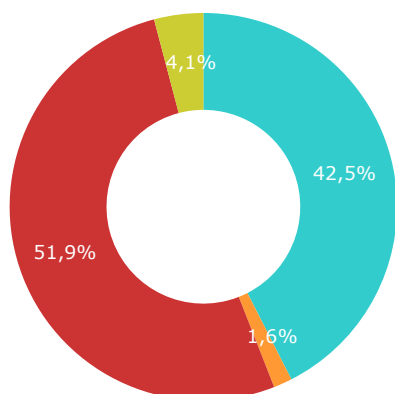
**Ontwikkeling van de belangrijkste distributievormen**



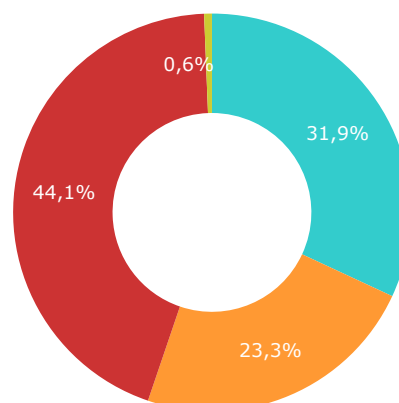
## DISTRIBUTIEKANALEN 2019: NIEUWE PRODUCTIE INDIVIDUELE LEVENSVZERKERINGEN

### Uitsplitsing premie-inkomen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018) per distributievorm

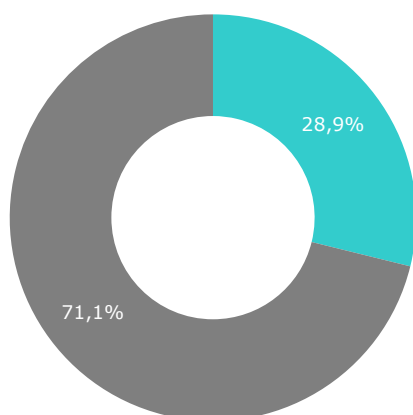
#### Takken 21, 23 en 26



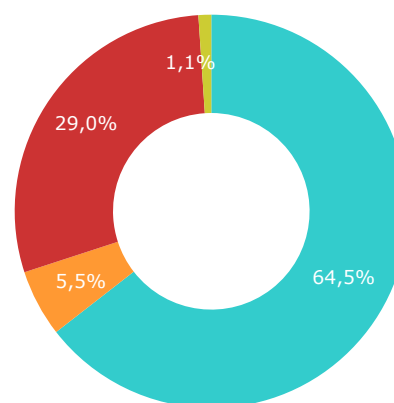
#### Pensioensparen



#### Verzekeringen verbonden met hypothecaire leningen



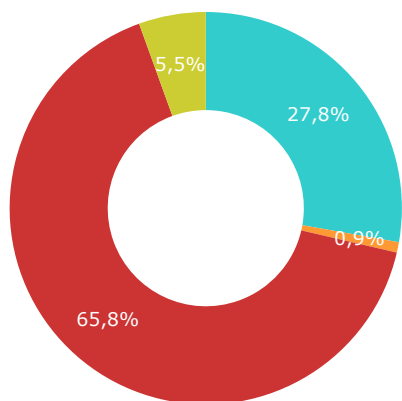
#### Andere fiscaal in mindering gebrachte verzekeringen



**DISTRIBUTIEKANALEN 2019: NIEUWE PRODUCTIE INDIVIDUELE LEVENSVZERKERINGEN**

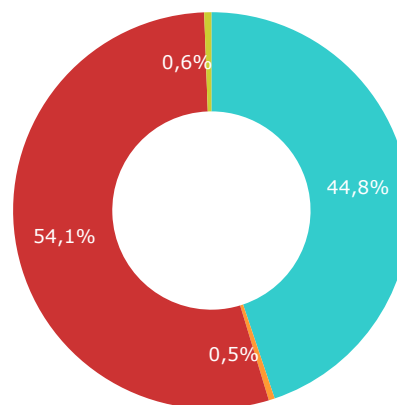
**Uitsplitsing premie-inkomen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018) per distributievorm**

**Andere verrichtingen Tak 21**



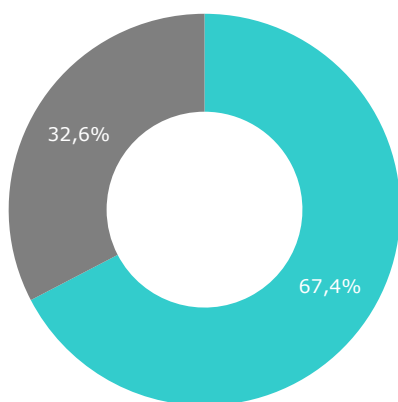
- Makelarij (-0,2 pp)
- Exclusieve netwerken (-1,4 pp)
- Bankverzekering (+2,2 pp)
- Directe kanalen (-0,5 pp)

**Tak 23**



- Makelarij (-4,2 pp)
- Exclusieve netwerken (-0,3 pp)
- Bankverzekering (+4,2 pp)
- Directe kanalen (+0,3 pp)

**Tak 26**

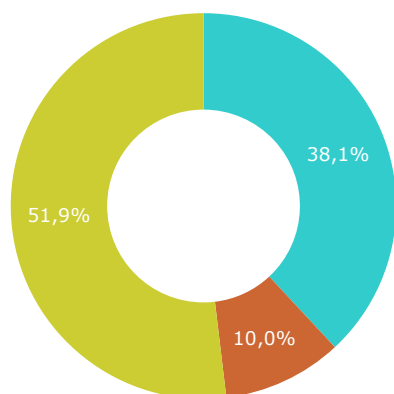


- Makelarij (-2,3 pp)
- Andere kanalen (+2,3 pp)

# DISTRIBUTIEKANALEN 2019: NIEUWE PRODUCTIE GROEPSVERZEKERINGEN (INCL. 1<sup>E</sup> PIJLER)

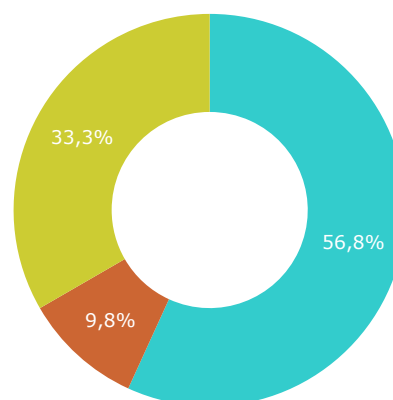
## Uitsplitsing premie-inkomen in 2019 (ontwikkeling t.o.v. 2018) per distributievorm

### Leven groep



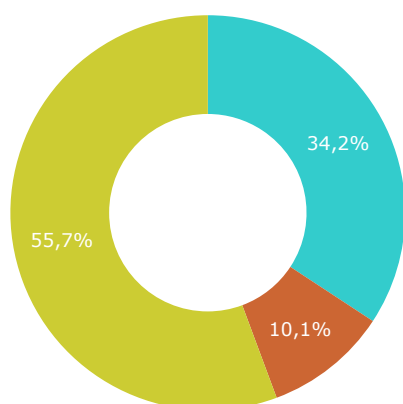
- Makelarij (+4,9 pp)
- Exclusieve netwerken en bankverzekering (-1,8 pp)
- Directe kanalen (-3,1 pp)

### Vaste en flexibele premies



- Makelarij (-3,5 pp)
- Exclusieve netwerken en bankverzekering (-5,5 pp)
- Directe kanalen (+9,0 pp)

### Koopsommen



- Makelarij (+5,0 pp)
- Exclusieve netwerken en bankverzekering (-1,3 pp)
- Directe kanalen (-3,7 pp)