

Prijsvergelijker heeft eigen winkeltje

Vergelijkingsites zetten het aanbod van financiële producten voor de consument netjes op een rij. Maar is die consument daardoor ook beter af?

Door **Miranda Schoutsen**

Grofweg tweederde van de consumenten die een redelijk rechttoe-rechtaan verzekering willen aanschaffen, zoals ziektekosten of een auto, oriënteert zich tegenwoordig op het internet, zo blijkt uit gegevens van onderzoeksbureau GfK. 'Afhankelijk van het product, sluit ongeveer de helft van de mensen die zich online oriënteren, ook online af', vertelt Eric Landwaart van GfK.

Daarbij zijn, naast zoekmachines, vergelijkingsites veel gebruikte internettools. Meer dan de helft van de mensen die online informatie zoeken over een financieel product, gebruikt zo'n prijsvergelijker.

'Deze prijsvergelijkers zijn oorspronkelijk bedoeld om bezoekers te lokken en gegevens van potentiële klanten, zogenaamde *leads*, te genereren om die vervolgens te verkopen aan verzekeraars. Maar dat bedrijfsmodel bleek niet rendabel genoeg. Daarom zijn de meeste vergelijkers ook aanbieder geworden', vertelt Paul van Selms van UnitedConsumers.com. 'Voor de consument is het lastig te zien dat de vergelijkingsites niet helemaal onafhankelijk zijn.'

Edmond Hilhorst van *Independend.nl*, dat met zeven miljoen bezoekers veruit de grootste vergelijkingsite is, ziet dat anders. 'Wij zijn in 1999 begonnen de markt transparant te maken en de consument te helpen. Aangezien consumenten daar niet rechtstreeks voor willen betalen, hebben wij vanaf het begin ervoor gekozen om ook bemiddelaar te zijn.'

Doordat de vergelijkingsites in feite doodgewone tussenpersonen zijn, krijgen zij dezelfde vergoedingen. 'Enkele tientjes voor een offerteaanvraag, tot ongeveer 200 euro voor een afgesloten verzekering', legt Edmond Hilhorst



Illustratie Peter van Hugten

onomwonden uit. Variërend per product, betekent dat 5 tot 20 procent per verkochte polis.

Deze werkwijze levert nu kritiek op. Ook omdat sommige vergelijkers, en dan met name *Independend.nl* en *Verzekeringssite.nl*, zich in de media profileren als zijnde onafhankelijk. Hilhorst zwengelde de discussie hierover onlangs zelf aan op zijn weblog. 'Hoewel wij de rol van tussenpersoon zinvol vinden, is dat verdienmodel inderdaad niet ideaal. Eigenlijk zouden consumenten, en niet verze-

keraars, ons moeten betalen voor onze diensten.'

Dat neemt niet weg dat de markt voor de relatief eenvoudige financiële producten door de prijsvergelijkers een stuk inzichtelijker is geworden. Bovendien, zegt Selms hebben ze ook effect op de betaalde vergoedingen. 'Polissen met de hoogste provisie worden het minst verkocht, omdat die provisie de polis vaak te duur maakt.'

'Tussenpersonen hebben lang geleefd van de ondoorzichtigheid in het aanbod, maar door het in-

ternet is dat voorbij', zegt Egbert van de Coevering, die onlangs met *www.datishetverschil.nl* de eerste prijsvergelijker begon op basis van een door de klant betaalde vergoeding. De site richt zich alleen op arbeidsongeschiktheidverzekeringen (AOV) voor zelfstandig ondernemers. Van de Coevering: 'Daarvoor betaalt een klant jaar in jaar uit 20 procent van de betaalde premie. Dat kan oplopen tot 1.000 euro per jaar.'

Bij Van de Coevering betaalt een klant eenmalig 895 euro en jaar-

lijks 66 euro voor het beheer van de polis. Sinds de start anderhalf jaar geleden zijn er zeventien duizend offertes aangevraagd en zeshonderd AOV-polissen afgesloten.

Ondanks de toegenomen transparantie moet de consument blijven oplettend. De prijsvergelijkers nemen niet alle aanbieders mee. Soms worden alleen de meest gangbare verzekeraars in het rijtje opgenomen. Dikwijls ontbreken de verzekeraars die rechtstreeks aan de consument verkopen. Zo is bij het *Independend.nl* niet moge-

Jaarlijks verplichte vraag

Tien jaar na de oprichting behoort Nederlands eerste online prijsvergelijker *Independend.nl* tot de top-5 van de verkopers van online afgesloten financiële producten. In de markt voor autoverzekeringen, waar circa 10 procent wordt verkocht via vergelijkingsites, is *Independend.nl* goed voor 5 procent. In Groot-Brittannië hebben vergelijkers een aandeel van 55 procent. Hilhorst van *Independend.nl* verklaart dat verschil door de stilzwijgende verlengingen in Nederland. Britse verzekeraars moeten jaarlijks vragen of de polis verlengd mag worden. Hilhorst: 'Dat is een moment om na te denken of je iets anders wilt.' Nederlandse schadeverzekeraars gaan hun klanten per 1 januari 2010 actief informeren over de verlenging.

lijk om verzekeringen af te sluiten van Univé, Interpolis en Centraal Beheer. Deze verzekeraars willen niet met de site samenwerken. 'Maar als wij de premies kunnen achterhalen, nemen wij deze partijen wel gewoon mee in de vergelijking', aldus Hilhorst. 'Het is dan niet mogelijk via ons een verzekering af te sluiten en wij verdienen ook niets aan het tonen van die verzekeringen in het overzicht.'

Selms, die met *UnitedConsumers.com* ook prijzen vergelijkt voor energie, benzine en telefonie, gelooft dat de vergelijkingsites het moeilijk krijgen. 'Consumenten kunnen deze tools gratis gebruiken en uiteindelijk buiten de vergelijker om een polis sluiten.' Dat wordt bevestigd door GfK. 'Minder dan 20 procent van de mensen die online een product aanschaffen, doet dat via een vergelijkingsite', zegt Landwaart. 'Het afsluiten gebeurt toch voor het overgrote deel via de site van de verzekeraar.'

Verzekeringssite.nl, met jaarlijks twee miljoen bezoekers, omzeilt het vergelijken en niet kopen door de namen van producten en aanbieders te camoufleren. Directeur Erik Hordijk zegt dat de dataleverancier hem niet toestaat de namen te tonen.