

Vertrouwen in verzekeraars daalt door negatieve aandacht media

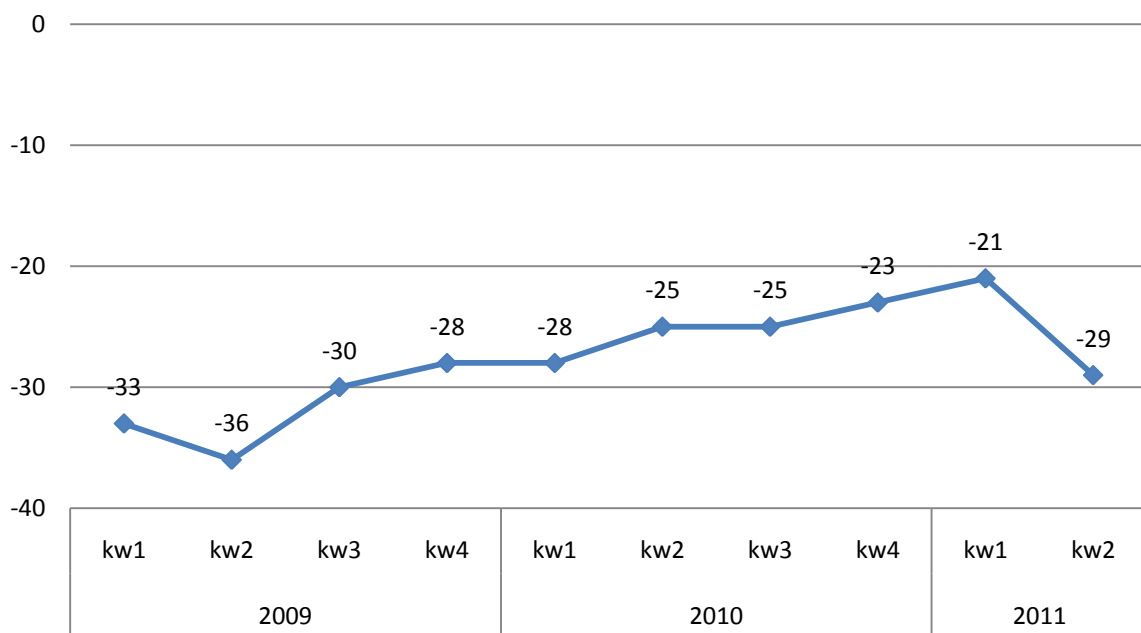
Het vertrouwen in verzekeraars is in het tweede kwartaal van 2011 gedaald ten opzichte van de voorgaande periode. Dat blijkt uit cijfers van het Centrum voor Verzekeringsstatistiek (CVS). De oorzaak voor de daling kan worden gezocht in de opleving van de negatieve aandacht van media en politiek voor verzekeringsgerelateerde onderwerpen, zoals de woekerpolisaffaire. Ook de ophef over de bonussen van ING zorgde voor negatieve media-aandacht.

De afgelopen twee jaar kende het vertrouwen van de consumenten in verzekeraars een gestage groei. Het vertrouwen van de consumenten¹ groeide van -36 in het tweede kwartaal van 2009 naar -21 aan het begin van het eerste kwartaal van 2011. Aan het begin van het tweede kwartaal 2011 is het vertrouwen van de consumenten echter fors gedaald naar -29 punten. De negatieve aandacht van de media en de politiek in het eerste kwartaal heeft een directe invloed gehad op het vertrouwen van de consumenten.

Stempel

Uit een analyse van de media van het Verbond blijkt dat in de eerste drie maanden van 2011 de woekerpolisaffaire een zware stempel drukte op het nieuws over verzekeraars. De politieke en de publicitaire druk liep in de aanloop naar een hoorzitting in de Tweede Kamer op. Overigens was er ook enige waardering voor de inspanningen van verzekeraars om klanten die dat wensen te helpen bij het overstappen naar andere producten. Naast de woekerpolisaffaire ontstond in het eerste kwartaal maatschappelijke ophef over bonussen van ING en was er veel aandacht voor het toezicht op verzekeraars.

Consumentenvertrouwen in verzekeraars, begin elk kwartaal 2009-2011



¹ De index van het consumentenvertrouwen wordt aan het begin van elk kwartaal gemeten en kan een waarde aannemen van -100 (geen enkele consument heeft vertrouwen in verzekeraars) tot +100 (alle consumenten hebben vertrouwen in verzekeraars).