

VERZEKERINGSMAATSCHAPPIJEN EN VERKEERSONGEVALLEN

R-92 -38

Drs. D.A.M. Twisk & ing. J.A.G. Mulder

Leidschendam, 1992

Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid SWOV

Deze publikatie en het congresbezoek werd mogelijk gemaakt door de jaarlijkse bijdrage van de Nederlandse Vereniging van Automobiell-assuradeuren (NVVA).

INHOUD

1. Inleiding
2. Algemeen
 - 2.1. Verzekeringsmaatschappijen: hoe denken ze? Enkele impressies
 - 2.2. Internationale vergelijkingen: mogelijkheden en beperkingen
 - 2.3. Vlooteigenaar en particulier
3. Het gebruik van eigen verzekeringsbestanden
 - 3.1. Data-analyse ten behoeve van preventie of premiestelling
 - 3.2. Een paar voorbeelden
4. Aanvullend onderzoek met andere gegevens dan eigen schadebestanden en gericht op het vaststellen van premies
5. Sponsoring
6. Belonen en straffen door middel van polisvoorwaarden
 - 6.1. Premiestelling
 - 6.2. Hoogte van de schadeloosstelling
7. Voorlichting
8. Conclusie en aanbeveling

1. INLEIDING

Kunnen verzekeringsmaatschappijen in Nederland in termen van preventie een bijdrage leveren aan de bevordering van de verkeersveiligheid en welke mogelijkheden zijn daarvoor beschikbaar?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden is informatie gebruikt die gebaseerd is op lezingen die zijn gepresenteerd op de tweede dag van de door de OECD en het Ministerie van Verkeer en Waterstaat in april 1992 georganiseerde International Conference on Automobile Insurance and Road Accident Prevention. Voor een uitgebreide beschrijving van de lezingen wordt verwezen naar het congresboek. In dit verslag wordt volstaan met een korte weergave van relevante aspecten.

2. ALGEMEEN

2.1. Verzekeringsmaatschappijen: hoe denken ze? Enkele impressies

Verzekeringsmaatschappijen zien het als hun primaire taak om schade te vergoeden op een eerlijke en voldoende wijze. Bij de uitvoering van die taak hebben de commerciële bedrijven een winstoogmerk. Vanuit dat oogpunt willen de maatschappijen dan ook vooral verzekerden aantrekken die een "goed risico" zijn. Een goed risico wordt gevormd door verzekerden waarvan is gebleken dat zij zelden schadeloosstelling claimen.

Premies worden op maat gemaakt. Dat wil zeggen dat op basis van kennis die bij de maatschappijen bestaat over het risico van de groep waartoe de aanvrager van een verzekering behoort een premie wordt berekend. Deze wijze van premiestelling vindt de verzekeringsmaatschappij "eerlijk" voor de klant.

Verzekeringsmaatschappijen lijken zich zorgen te maken over de steeds hoger wordende premies. Ten eerste is een duurdere verzekering als verkoopargument commercieel niet interessant, maar een hogere premie kan er ook toe leiden dat onverzekerd wordt gereden en dit laatste is ook niet in het belang van verzekeringsmaatschappijen.

De concurrentie is moordend en het is dan ook niet te verwachten dat er door verzekeringsmaatschappijen aanzienlijke inspanningen geleverd zullen worden wanneer daar geen economisch voordeel aanzit. Op hogere premies of ontevreden aandeelhouders lijkt men niet te zitten wachten.

2.2. Internationale vergelijkingen: mogelijkheden en beperkingen

Internationale vergelijkingen zijn boeiend omdat mogelijkheden in andere landen reeds regelingen of systemen kunnen zijn toegepast die eventueel ook in Nederland succesvol kunnen zijn. Om na te gaan of buitenlandse voorbeelden ook in Nederland succesvol zouden kunnen zijn is de nationale context van belang.

Internationaal gezien is een belangrijk verschil dat in sommige landen autoverzekeringsmaatschappijen in het bezit zijn van de overheid, terwijl het in andere landen particuliere (private) commerciële bedrijven zijn. Verzekeringsmaatschappijen in het bezit van de overheid bestaan met name in de verschillende provincies van Canada: Quebec, Saskatchewan, en Brits Columbia.

De eerste categorie van verzekeringsmaatschappijen heeft op de eerste plaats de functie om de "maatschappij" te dienen. In principe hebben ze dus geen winstoogmerk, zij het dat ze wel winst blijken te maken. Maar die winst vloeit weer terug naar de maatschappij. De hoogte van verzekeringspremies is dan ook een politieke zaak, waarover de burger zich via de politieke kanalen kan uitspreken.

Het laag houden van autoverzekeringspremies is dus een politiek belang (vergelijk met de discussie in Nederland rond de sociale verzekeringspremies), maar de verzekeraars hebben in dit geval ook een maatschappelijke taak om preventie te bedrijven. Deze verzekeraars richten zich op alle vormen van preventie, zoals de rijopleiding, het voorlopig rijbewijs, de eisen aan de vormgeving van voertuigen etc.

De particuliere verzekeringsmaatschappijen hebben bedrijfsmatig als taak "winst" te maken en willen daarbij bijdragen aan preventie voorzover dat ook voor hen economisch interessant is. Onder andere kan dit worden nagestreefd door sponsoring waarbij naamsbekendheid wordt verworven en door het aantrekken goede risico's etc. Verder is er ook een beperkte preventieve taak vanuit een "ethisch" bewustzijn.

Of het onderscheid tussen door de overheid of door particulieren beheerde verzekeringsmaatschappijen inderdaad zo scherp ligt is nog wel de vraag. Uit ervaringen in Australië (zie hiervoor de congresbijdrage van "The Private Sector General Insurance Industry") blijkt dat ook geprivatiseerde verzekeringsmaatschappijen een zelfde bijdrage aan preventie kunnen leveren als door de overheid beheerde verzekeringsmaatschappijen en dat zij dit kunnen doen op een meer efficiënte en financieel concurrerende wijze.

2.3. Vlooteigenaar en particulier

Een belangrijk onderscheid dat kan worden opgemerkt is het verschil tussen de relaties die verzekeringsmaatschappijen hebben met vlooteigenaren en met particulieren. Vooral voor vlooteigenaren zijn de commercieel opererende verzekeringsmaatschappijen bereid aangepaste premies (premies op maat) aan te bieden in ruil voor preventieve activiteiten van het verzekerde bedrijf (zie hiervoor de NVVA congresbijdrage). Ook kunnen zij (analoog aan verzekeringen voor bedrijfsrisico's) veel meer gericht een bedrijf voorlichten over welke activiteiten op het gebied van de preventie

mogelijk zijn. Het onderzoek van TRL (zie hiervoor de bijdrage van Kompfner) naar de effectiviteit van bijscholing van chauffeurs van vlooteigenaren is een voorbeeld van zo'n ontwikkeling.

3. HET GEBRUIK VAN EIGEN VERZEKERINGSBESTANDEN

Verzekeringsmaatschappijen beschikken over uitgebreide databestanden (Rollheim, Sorensen) onder meer over ongevallen, maar ook beschikken zij voor iedere verzekeringnemer over gegevens over het type voertuig, de rijervaring en over persoonskenmerken. Bij ongevallen worden zaken geregistreerd als persoonskenmerken van de chauffeurs en de passagiers; de voertuigtypen, de aard van de opgelopen letsels, de aard van de botsing, de plaats op de weg, etc.). Deze databestanden kunnen worden gebruikt voor de premiestelling en voor preventieve activiteiten.

3.1. Data-analyse ten behoeve van preventie of premiestelling

Verzekeringsmaatschappijen lijken de gegevens uit hun bestanden in eerste instantie te gebruiken voor het vaststellen van de hoogte van de premie met als afgeleide dat premiestelling uiteindelijk kan leiden tot preventie. Als bijvoorbeeld blijkt dat een bepaald type auto gevaarlijker is dan leidt dat tot een verhoging van de verzekeringspremie voor dat type auto. Voor automobiefabrikanten is dat een onaantrekkelijk vooruitzicht en zij blijken dan meer geneigd "veiliger" auto's op de markt te brengen. Verzekeringsgegevens kunnen ook gebruikt worden om rechtstreeks de verkeersveiligheid te bevorderen. Zo stelt Sorenson dat door middel van ongevallenbestanden typische "road side hazards" zijn opgespoord, waarover vervolgens rechtstreeks werd gerapporteerd aan de verantwoordelijke autoriteiten.

De Noorse verzekeringmaatschappijen stellen hun gegevensbestanden beschikbaar aan de landelijke en regionale overheden (dus ook voor gebruik door derden) en die bestanden vormen daarmee een aanvulling op de nogal onvolledige registratie door de politie. Het gebruik van deze gegevens in een proefgebied om daarop preventieve maatregelen te baseren resulteerde in dat gebied in een afname van de ongevallen van 30% (Rollheim).

Gebruik in de richting van automobiefabrikanten komt ook voor. Zo werkt bijvoorbeeld Volvo op dezelfde wijze samen met verzekeringmaatschappijen om op basis van de verzekeringsgegevens over ongevallen met Volvo's het voertuigontwerp aan te passen.

In geen van de lezingen is nader ingegaan op de kwaliteit, de aard en de

beschikbaarheid van de gegevens. Anders dan in de bijdragen van Rollheim en Wegman werd in geen van de andere presentaties ingegaan op de beschikbaarheid van verzekeringsgegevens voor analyses door derden. Indien het verzekeringsgegevens betrof werden deze alleen door de maatschappij zelf gebruikt en niet beschikbaar gesteld aan derden.

3.2. Een paar voorbeelden

In Noorwegen (Rollheim) worden de gegevens door de verzekeringsmaatschappijen ook gebruikt met het doel informatie te verkrijgen over de oorzaken van ongevallen, voor het onderscheiden van risicogroepen en voor het onderscheiden van risicovoertuigen.

Het uiteindelijke doel is om op grond van beide laatstgenoemde vormen van gebruik gedifferentieerde premie's te kunnen vaststellen. Deze gedifferentieerde premies zijn van belang omdat het in de verzekeringswereld een principe lijkt te zijn dat de premies eerlijk behoren te zijn, d.w.z. dat een verzekerde de premie betaalt die in overeenstemming is met het risico dat hij feitelijk loopt.

Een afgeleid effect van premiestelling is dat het uiteindelijk ook het koopgedrag van het publiek kan beïnvloeden. Wanneer blijkt dat een bepaald type auto vaker bij ongevallen betrokken is leidt dat tot een hogere premie voor dat type, welk feit daarna een potentiële koper er van kan weerhouden zo'n onveilige auto aan te schaffen. Dat er - in combinatie met de bestuurder - onveilige auto's blijken te bestaan, liet Girard zien in zijn presentatie over kleine, snelle auto's.

In de Verenigde Staten (Sorenson) zijn gedetailleerde ongevallenstatistieken zoals die in het bezit van de verzekeringsmaatschappijen waren gebruikt om na te gaan wat de "crashworthiness" van een voertuig is en wat kan worden gezegd over de schadegevoeligheid. De analyses die hij uitvoert zijn gebaseerd op het risico van het merk en/of type voertuig uitgedrukt als de coëfficiënt van het aantal dat in het wagenpark voorkomt (expositie) en het aantal ongevallen met dat merk en of type. Ook in dit geval werden de gegevens gebruikt om verzekeringspremies vast te stellen. Maar ook hier heeft de premiestelling uiteindelijk ook weer invloed gehad op de vormgeving van auto's. State Farm Insurance (Sorenson) lijkt met name succesvol geweest te zijn in het vaststellen van de effectiviteit van airbags en het geven van aanbevelingen over aanpassingen van airbags.

4. AANVULLEND ONDERZOEK MET ANDERE GEGEVENS DAN EIGEN SCHADEBESTANDEN
EN GERICHT OP HET VASTSTELLEN VAN PREMIES

Doel van dit soort onderzoek is uiteindelijk ook weer om te komen tot een "aantrekkelijke" en verantwoorde premiestelling waarbij het onderzoek is gericht op het vaststellen van effecten van specifieke maatregelen.

Zo voert TRL ten behoeve van Engelse verzekeringsmaatschappijen (enquête)-onderzoek uit naar de veiligheidseffecten van bijscholingscursussen, in het bijzonder voor automobilisten die rijden in bedrijfsauto's. De verzekeringsmaatschappijen willen nagaan of het mogelijk is voor bedrijven waar verplicht wordt bijgeschoold reducties op premie's aan te bieden (Kompfner). Ook wordt onderzocht welke vorm van bijscholing in dit opzicht de meest effectieve zou zijn. De achterliggende motivatie wordt ontleend aan economische motieven.

In Quebec hebben verzekeringsmaatschappijen onderzoek laten uitvoeren naar het compenserend gedrag van slechtziende ouderen. Het doel van dat onderzoek was na te gaan of het nodig zou zijn voor deze groep de premies te verhogen, dan wel een medische standaard te stellen of te adviseren de rijbevoegdheid in te trekken (Joly).

5. SPONSORING

De Britse verzekeringsmaatschappijen zien het als hun maatschappelijke taak om in aanvulling op de activiteiten van de overheid, activiteiten gericht op preventie financieel te ondersteunen. Zo is er op hun initiatief (of mede door hen ondersteund) de Traffic Club voor kinderen in de lagere schoolleeftijd in het leven geroepen. Daarin worden activiteiten ontplooid die zijn gericht op het gehele gezin met als doel om via voorlichting de ouders te activeren om de verkeerseducatie van hun kinderen ter hand te nemen. Van de gezinnen in de proefgebieden zou 70% reeds lid zijn van de club. Met betrekking tot de motivatie is het onduidelijk of de effecten of de initiatieven zelf economisch interessant zijn voor de verzekeringsmaatschappijen. Het onderscheidt zich van voorlichting omdat het niet direct gericht is op het veranderen van gedrag dat leidt tot een verhoging van schadeloosstelling, maar op bevordering van veilig gedrag in het algemeen.

6. BELONEN EN STRAFFEN DOOR MIDDEL VAN POLISVOORWAARDEN

Men wil polisvoorwaarden gebruiken om gewenst gedrag te belonen en ongewenst gedrag af te straffen. Dit kan op twee manieren: door de premiestelling en door het variëren van de hoogte van de schadeloosstelling.

6.1. Premiestelling

Bij het onderwerp premiestelling en verkeersveiligheid komt de vraag naar voren of activiteiten van verzekeringsmaatschappijen het gedrag van weggebruikers kunnen beïnvloeden, speciaal waar het gaat om de hoogte van de verzekeringspremies. Daarbij gaat het in de eerste plaats om het vaststellen van de hoogte van de premie en het differentiëren daarvan met de bedoeling het gedrag te veranderen. Verder heeft het betrekking op vrijwillig ondernomen activiteiten van afzonderlijke maatschappijen of combinaties van maatschappijen waarbij verschillende doelgroepen kunnen worden onderscheiden: de individuele verzekerden, fleet owners en alle weggebruikers in het algemeen.

Op de conferentie waren in een speciale sessie over dit onderwerp zes papers aan dit onderwerp gewijd; vier uit de verzekeringswereld en twee vanuit de wereld van het onderzoek.

Cercos stelt in zijn paper twee doelen bij premievaststelling: het besparen van kosten en het trachten de hoogte van de premie te verminderen. Vanzelfsprekend moeten de opgebrachte premies de kosten van ongevallen dekken, maar in het paper kan geen aanwijzing worden gevonden dat hogere premies leiden tot minder ongevallen doordat de weggebruiker zorgvuldiger gaat rijden.

In zijn paper wordt ook het bonus-malus systeem beschreven dat goede bestuurders beloond en slechte straft. Een dergelijk systeem valt terug op de ongevallengeschiedenis van de bestuurder en verlaat daarmee het solidariteitsprincipe.

Een andere mogelijkheid voor verzekeraars is het hanteren van lagere premies voor die auto's waarin effectieve veiligheidsvoorzieningen zijn ingebouwd, zoals ABS, speciale banden, air bags, enz.

Met betrekking tot educatie en voorlichting wordt door Cercos benadrukt dat verzekeringsmaatschappijen in dialoog moeten gaan met anderen die verantwoordelijkheid dragen voor de verkeersveiligheid speciaal binnen de overheid.

Kompfner rapporteert over vier belangwekkende studies. In Groot Brittanië heeft men zich afgevraagd of bestuurders van bedrijfsauto's veiliger zijn dan privé rijders; of bestuurders die een aanvullende cursus hebben gevolgd beter rijden dan diegenen die dat niet hebben gedaan; of beter opgeleide bestuurders veiliger zijn dan "informeel" opgeleide en tenslotte of er verschil tussen bestuurders die wel of niet worden "gevolgd".

De relevantie van deze aspecten voor de verkeersveiligheid is duidelijk en ook de relevantie voor verzekeraars als het gaat om premievaststelling: als een goede opleiding effectief is kunnen verzekeraars dit stimuleren door lagere premies aan te bieden.

Uit één van de studies blijkt dat bestuurders van bedrijfsauto's 40% meer risico lopen dan privé rijders. Hoewel dit niet door onderzoek is aangetoond wordt een aantal verklaringen genoemd:

- minder verantwoordelijkheidsgevoel omdat men geen eigenaar is;
- de verzekering staat op naam van het bedrijf, aantasting van no claim voelt men niet zelf;
- bedrijfsauto's zijn doorgaans nieuwer en groter;
- werkdruk.

Een studie bij Swedish Telecom wijst uit dat een pakket maatregelen waarin groepsdiscussies zijn opgenomen cruciaal is. Door zulke bijeenkomsten wordt men zich bewust van het onveiligheidsprobleem, zij zijn een goed middel voor informatie-overdracht en zij zorgen voor een zekere "sociale controle". Voorlopig lijkt de conclusie te luiden dat dergelijke trainingen veelbelovend zijn. Wel moet worden benadrukt dat methodologisch goede evaluatie-onderzoeken op dit terrein noodzakelijk zijn om teleurstelling op de lange termijn te voorkomen.

Uit een studie naar het risico van bestuurders die een aanvullende training hebben gehad blijkt inderdaad op het eerste gezicht dat deze veiliger rijden, maar het is niet geheel duidelijk of dit niet ook te maken kan hebben met bepaalde relevante verschillen tussen de beide onderzochte groepen.

Englund rapporteert over een aantal studies in Scandinavische landen. De vraag bij die onderzoeken was of, en zo ja in welke mate, het mogelijk is verkeersdeelnemers met betrekking tot verkeersveiligheid te beïnvloeden door middel van verzekeringspolitiek bijvoorbeeld een bonus-malus regeling. In Finland werd gekeken naar gedrag bij verkeerslichten. Bestuurders met een hoge bonus-malus bleken wel eerder geneigd te stoppen voor rood

licht, maar bij geel licht weken zij niet af van anderen. Ook kennis van de verzekering met betrekking tot de uitkering bleek geen aantoonbare relatie tot bijvoorbeeld gordelgebruik te hebben.

In Zweden bleek het ontbreken van kennis over verzekeringen vaker te leiden tot het alleen maar afsluiten van een wettelijk verplichte verzekering in plaats van een meer uitgebreide verzekering.

Geconcludeerd wordt dat er mogelijkheden zijn om bepaalde effecten te bereiken, maar verder zijn de conclusies tamelijk eerlijk: noch de theoretische, noch de empirische onderzoeken laten zien dat de mogelijkheid om weggebruikers tot gedragsverandering te brengen door middel van premiestelling moet worden afgewezen. Zij hebben wel aangetoond dat bereiken van een groot effect binnen het bestaande systeem moeilijk is, maar niet onmogelijk.

Roberts gaat in op de hoge tol die de gemeenschap voor verkeersveiligheid moet betalen en op de rol van de verzekeringsmaatschappij daarbij. Hij benadrukt het belang van samenwerking met de overheid.

Hij geeft verder een breed overzicht van activiteiten die door zijn verzekeringsmaatschappij in Groot Brittannië zijn ondernomen. Het gaat hier om een in 1986 met hulp van de overheid gestarte veiligheidscampagne waaraan aspecten zaten als:

- road safe family competition, bedoeld om het meest veiligheidsbewuste gezin te vinden; bij volwassenen door het onderzoeken van de rijvaardigheid, bij kinderen met behulp van interactieve-video technologie;
- het uitbrengen van aansprekende publikatie in een oplage van 4 miljoen;
- het sponsoren voor een periode van 5 jaar van een "children traffic club", een van oorsprong Scandinavisch idee bedoeld voor nog niet schoolgaande kinderen en hun ouders;
- het ondersteunen van politiecampagnes met name gericht op snelheid.
- het uitvoeren van enquêtes naar verschillende aspecten zoals rijgedrag, rijden onder invloed, kinderen en ouders, voetgangers en bestuurders van bedrijfsauto's.

De resultaten hebben veel aandacht gekregen in de media, veel controverses aan het licht gebracht en hebben geleid tot veel discussie.

Als laatste activiteit werd een op fleet owners gericht verzekeringspakket uitgebracht dat onder andere speciale tarieven bevatte voor cursussen voor defensief rijden.

De bijdrage van Wilde gaat in op het belang van het beïnvloeden van de motieven van weggebruikers naast het beïnvloeden van de mogelijkheid om zichzelf veilig te gedragen. Wilde suggereert dat van alle huidige beschikbare maatregelen om ongevallen te voorkomen die welke ingrijpen op de houding van mensen ten opzichte van veiligheid het meest veelbelovend zijn. De vraag is of hij daarin gelijk heeft voorzover het "meest" betreft.

Om de motieven van weggebruikers te veranderen kan men belonen of straffen. Volgens Wilde ondersteunt veel informatie de conclusie dat belonen het meest effectief is. Een beloningssysteem moet dan wel aan bepaalde eisen voldoen. Wilde geeft hiervoor een checklist waaruit als belangrijkste element naar voren komt dat niet gewenste gedragingen moeten worden beloond zoals het dragen van de gordel, het niet onder invloed rijden, het naleven van de snelheidslimiet, maar wel een ongevallenvrije periode. Op de interessante vraag die Wilde aan de orde stelt welke instantie het meest geëigend is om beloningssystemen toe te passen luidt zijn antwoord dat er een discussie zou moeten plaatsvinden over het publieke eigendom van autoverzekeringen.

Hoewel alle genoemde auteurs ervan uitgaan dat verzekeringsmaatschappijen door hun premies of anderszins in meerdere of mindere mate invloed kunnen uitoefenen op het gedrag moet worden vastgesteld dat die conclusie meer gebaseerd is op het geloof erin en aanwijzingen daarvoor dan op wetenschappelijke onderbouwing. Een nader literatuuronderzoek zou nuttig zijn.

Op het congres zijn de volgende voorbeelden van premiestelling aan de orde geweest:

- Vele verzekeringsmaatschappijen kennen het bonus-malus systeem, waarbij na vastgestelde periodes van schadevrij rijden de premie gereduceerd wordt, terwijl personen die "te vaak" claimen een strafpremie krijgen. De vraag is of deze regelingen positieve effecten hebben op de verkeersveiligheid. Het is mogelijk dat er inderdaad een daling in claims optreedt, maar dit hoeft niet noodzakelijk ook een afname in onveiligheid te betekenen. Het zelfde effect treedt op door selectie, d.w.z. het aantrekken van "goede risico's" en het afstoten van "slechte".
- In Noorwegen (Vaaje) heeft een verzekeringsmaatschappij in 1989 een verzekeringssysteem ingevoerd waarbij beginnende automobilisten na vijf jaar schadevrij rijden, de extra premie die beginnende automobilisten

altijd betalen, terug krijgen. Een tussentijdse evaluatiestudie (na drie jaar) liet zien dat de experimentele groep 19% minder geclaimde ongevallen had dan de controlegroep. De achterliggende motivatie is dat het een economisch interessant systeem is.

- Polisvoorwaarden in het algemeen. Op basis van de Scandinavische studies (Englund) wordt geconcludeerd dat met name het door rood licht rijden en voertuiggebruik onder slechte weersomstandigheden laten zien dat de beslissingen om tot zulk gedrag over te gaan beïnvloed worden door de mate waarin mensen op de hoogte zijn van de polisvoorwaarden.

- Premiereductie na het volgen van begeleid-rijden onderwijs. In Frankrijk krijgen jonge automobilisten die op 16-jarige leeftijd hebben deelgenomen aan het "begeleid rijden"-opleidingssysteem (AAC) een reductie na het behalen van het rijbewijs van 50% van de toeslag (140%) op de normale premie die beginnende automobilisten in hun eerste jaar moeten betalen, en vervalt de premie in zijn geheel in het tweede jaar. Het is nog niet vastgesteld of dit ook voor de verzekeringsmaatschappijen economisch interessant is. Waarschijnlijk is dat wel zo omdat momenteel alleen "goede risico's" van het systeem gebruik lijken te maken.

6.2. De hoogte van de schadeloosstelling

Behalve dat het aandeel eigen risico tot een reductie in kleine claims leidt is er aan andere vormen van schadeloosstelling zoals all risk verzekeringen en inzittendenverzekeringen geen aandacht besteed.

Dat geldt ook voor de invloed van een alcoholclausule, beperking van uitkering bij het niet dragen van de gordel en het niet gebruiken van kindersitjes.

7. VOORLICHTING

Vele maatschappijen gebruiken hun contact met klanten om hen voorlichtingsmateriaal toe te sturen. In de Verenigde Staten (Cook) hebben verzekeraars televisiereclame's ontwikkeld ter bevordering van het gebruik van beveiligingsmiddelen (ABS, airbag, gordels). Met hun logo natuurlijk groot in beeld "verkopen" zij veiligheid. Verder wordt onveiligheid in reclame gedemonstreerd door auto's af te schilderen als snelheidsmonsters. Deze vormen onderscheiden zich van sponsoring doordat zij direct gericht zijn op het beïnvloeden van risicoverhogend gedrag dat consequenties heeft voor eventuele schadeloosstelling met als motiveringen het verkrijgen en behouden van een goede naam en een verlaging van het aantal claims.

8. CONCLUSIE EN AANBEVELING

Er zijn tijdens het congres verschillende mogelijkheden aangegeven over de manier waarop verzekeringsmaatschappijen binnen de hen ten dienste staande middelen kunnen bijdragen aan de verkeersveiligheid of althans preventief kunnen bijdragen aan het voorkomen van onveilig gedrag.

Er moet echter ook worden vastgesteld dat het effect van die bijdragen niet duidelijk en zonder meer uit de gepresenteerde onderzoekresultaten is af te leiden. Aanbevolen wordt om door onderzoek van de meest recente literatuur op dit terrein een beter verband (trachten) te leggen tussen de door de maatschappijen geïnitieerde maatregelen en de invloed daarvan op de verkeersveiligheid, en dit onderzoek te beperken tot het gebied van premiestelling. Het gaat daarbij om middelen zoals besproken in par. 6.1.

Bij dit onderzoek zal met name worden nagegaan wat er bekend is over de effecten van polisvoorwaarden die betrekking hebben op zaken die eenvoudig controleerbaar zijn en waarvan de positieve bijdrage tot de verkeersveiligheid bekend is. Te denken valt aan het bezit van een opleidingscertificaat (bijv. van een bromfietsopleiding of - bij oudere automobilisten - een rijtest voor gevorderden) of het beschikken over bepaalde voorzieningen aan het voertuig (zoals een schakelaar voor dag-rijverlichting of een snelheidsbegrenzer). In algemene zin betreft dit dus voorwaarden waaraan de toestand van de bestuurder of het voertuig, en niet zozeer het gedrag van verzekeringsnemers in het verkeer moet voldoen.