

## **Voordelen van (online) shoppen voor financiële diensten**

Bijlage: werkwijze en verantwoording



## **Voordelen van (online) shoppen voor financiële diensten**

Bijlage: werkwijze en verantwoording

drs. P.Th. van der Zeijden  
drs. F. Pleijster

Zoetermeer, 12 juli 2012

Dit onderzoek is gefinancierd door de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa).

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij EIM. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van EIM. Panteia/EIM aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with EIM. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of EIM. Panteia/EIM does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

# Inhoudsopgave

1	Inleiding	5
1.1	Aanleiding en doel	5
1.2	Opzet onderzoek	6
1.3	Basisrapport en bijlage	6
2	Selectie van producten en consumentenprofielen: werkwijze	9
2.1	Inleiding	9
2.2	Productgroepen en producten	9
2.3	Consumentenprofielen	12
3	Producten en specificaties	21
4	Verzameling van gegevens en rekenregels	29
4.1	Het gebruik van de sites	29
4.2	De verzameling van gegevens per product	31
4.3	Uitgangspunten van de berekeningen	38



# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding en doel

### *Aanleiding*

Op het gebied van financiële producten zouden consumenten weinig shoppen. Een van de redenen daarvoor kan zijn dat consumenten zich niet bewust zijn van de te realiseren voordelen van shoppen. De NMa wil consumenten graag stimuleren om meer te shoppen voor financiële producten door consumenten meer bewust te maken van de te behalen voordelen. Meer kritische consumenten en meer shopgedrag dragen bij aan een betere werking van markten.

Om meer inzicht te krijgen in de te behalen voordelen van shoppen voor financiële producten, heeft de Monitor Financiële Sector (MFS) van de NMa Pan-teia/EIM opdracht gegeven voor het uitvoeren van een onderzoek hiernaar.

### *Doel onderzoek*

Het doel van het onderzoek is:

Het in kaart brengen van de potentiële financiële voordelen van het shoppen voor financiële producten.

### *Onderzoeksvragen en afbakening*

Het onderzoek is gericht op het verkrijgen van inzicht in de potentiële voordelen voor 15 financiële producten en voor acht typen consumenten/huishoudens. Daarvoor zijn in het onderzoek de volgende vragen beantwoord:

- Voor 15 voor de eindconsument meest relevante, afzonderlijke financiële diensten:
  - Hoeveel rendement zou de consument verliezen indien hij/zij voor een gemiddeld geprijsd product kiest i.p.v. voor het goedkoopste product?
  - Hoeveel euro zou de consument per jaar verliezen indien hij/zij voor een gemiddeld geprijsd product kiest i.p.v. voor het goedkoopste product?
  - Hoeveel euro zou de consument per jaar verliezen indien hij/zij voor het duurste product kiest i.p.v. voor het goedkoopste product?
  - Hoeveel euro zou de consument voor de totale levensduur van het product verliezen indien hij/zij voor een gemiddeld geprijsd product kiest i.p.v. voor het goedkoopste product?
  - Hoeveel euro zou de consument voor de totale levensduur van het product verliezen indien hij/zij voor het duurste product kiest i.p.v. voor het goedkoopste product?
- Voor acht typen consumenten/huishoudens:
  - Hoeveel euro verliest een bepaald type consument/huishouden per jaar omdat hij/zij niet voor de goedkoopste producten kiest?

## 1.2 Opzet onderzoek

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden, zijn de volgende stappen doorlopen:

### 1 *Uitwerken onderzoekskader:*

Het ontwikkelen van de methode om de onderzoeksvragen te operationaliseren. Hiervoor is gebruikgemaakt van de TOF particulier van GfK. De uitwerking van het onderzoekskader betreft:

- de selectie van 15 productgroepen en producten daarbinnen waarop het onderzoek is gericht;
- de vaststelling van de 8 typen huishoudens die relevant zijn voor het onderzoek;
- de vaststelling van de kenmerken van de onderscheiden typen huishoudens;
- specificatie van de producten die door de onderscheiden typen huishoudens worden gebruikt;

### 2 *Vergaring en analyse van de prijsdata:*

Dit betreft de verzameling van de actuele prijzen (laagste, hoogste, gemiddelde) voor de verschillende productvarianten (deze corresponderen met de productkenmerken die voor elk type huishouden zijn vastgesteld);

### 3 *Berekening van de economische voordelen:*

Dit betreft de berekening van het voordeel van shoppen. Per gespecificeerd product en per type huishouden is berekend hoe groot het voordeel is wanneer er wordt gekozen voor het goedkoopste product in plaats van voor het product in de gemiddelde of in de hoogste prijsklasse.

### *Annuïteitenhypotheek*

In het onderzoek is bij het financiële product 'hypotheek' de combinatie van spaarhypotheek en aflossingsvrije hypotheek als belangrijkste variant naar voren gekomen. De voordelen van shoppen voor deze variant zijn dan ook in deze rapportage opgenomen. Echter, in het kader van het zogenoemde 5-partijenakkoord (april 2012) hebben de regeringspartijen en enkele oppositiepartijen afgesproken dat hypotheekrenteaftrek in de toekomst alleen nog geldt voor lineaire en annuïteitenhypotheeken. Daarom is ervoor gekozen om twee typen hypotheeken in het onderzoek te betrekken, namelijk de combinatie van spaarhypotheek en aflossingsvrije hypotheek en de annuïteitenhypotheek.

## 1.3 Basisrapport en bijlage

### *Basisrapport*

De berekende potentiële voordelen van shoppen voor financiële producten zijn weergegeven in een afzonderlijke rapportage. Naast deze voordelen is in het basisrapport een beknopte weergave van de aanpak en werkwijze opgenomen. Daarnaast is een aantal opmerkingen geplaatst bij de methodologie en bij de interpretatie van de resultaten.

### *Bijlage*

In deze bijlage wordt uitgebreid stilgestaan bij de werkwijze en verantwoording. Er wordt een beschrijving gegeven van de gevolgde stappen in het onderzoek, van de aanpak daarbij en van de gemaakte keuzes. Deze bijlage is bedoeld voor degenen die meer inzicht wensen in de totstandkoming van de resultaten in het basisrapport.



De volgende stappen worden achtereenvolgens beschreven:

- selectie van producten en consumentenprofielen: werkwijze ;
- specificatie van producten en consumentenprofielen;
- verzameling van gegevens en berekeningswijze van potentiële voordelen.



## 2 Selectie van producten en consumentenprofielen: werkwijze

### 2.1 Inleiding

Dit hoofdstuk beschrijft de aanpak die Panteia/EIM in samenwerking met GfK heeft ondernomen om te komen tot de selectie van de 15 hoofdproductgroepen (2.2), de productvarianten daarbinnen (2.3) en de vaststelling van de 8 consumentengroepen (2.4). Voor de selectie en de definiëring van de consumentengroepen is gebruikgemaakt van de data TOF particulier van GfK over 2010 (onderdelen bancaire producten en schade). In de TOF particulier zijn gegevens vastgelegd van ca. 4.000 huishoudens. Deze huishoudens worden door GfK periodiek bezocht om het gebruik van financiële producten vast te leggen, mede aan de hand van contracten, facturen, rekeningafschriften en bankgegevens.

### 2.2 Productgroepen en producten

#### 2.2.1 Selectie van productgroepen

Voor de uitvoering van het onderzoek is overeengekomen dat Panteia/EIM het onderzoek zal richten op de 15 belangrijkste productgroepen (en daarbinnen het product met de hoogste penetratiegraad) binnen het geheel van financiële producten. Daarbij is de indeling van GfK van de bancaire en schadeproducten leidend. GfK onderscheidt binnen de TOF schade 15 hoofdproductgroepen en binnen de TOF bancaire producten 17 hoofdproductgroepen.

#### *Uitsluitingen op voorhand*

Voor de bepaling van de 15 te selecteren hoofdproductgroepen zijn op voorhand enkele hoofdproductgroepen niet meegenomen om uiteenlopende redenen:

- *omdat zij te zeer afhankelijk zijn van de persoonlijke gezondheidssituatie:* i.c. de aanvullende ziektekostenverzekering. Wel is meegenomen de basisziektekostenverzekering omdat de samenstelling en dekkinggraad daarvan niet afhankelijk is van de persoonlijke gezondheidssituatie;
- *omdat het kostenbeeld niet los kan worden gezien van de onzekere rendementen van het product:* het gaat hier om beleggingsrekeningen, beleggingsfondsen en andere vormen van beleggingen al dan niet in combinatie met een hypothecaire lening;
- *omdat zij nagenoeg volledig afhankelijk zijn van keuzes van de werkgever:* het gaat hierbij om collectieve verzekeringen die door de werkgever worden afgesloten ten behoeve van de werknemers en waarvan de werknemer niet zelf kan afwijken: collectieve pensioenregelingen, arbeidsongeschiktheidsverzekeringen en ook de levensloopregeling (een regeling die met ingang van 2012 niet meer kan worden benut);
- *omdat (aparte) prijzen/tarieven van de producten niet of onvoldoende via websites zijn te vinden:* het gaat hierbij om hypotheekgebonden verzekeringen en spaarverzekeringen.

De uitschakeling vooraf heeft geleid tot een verzameling van in totaal 20 hoofdproductgroepen (12 binnen 'schade' en 8 binnen de 'bancaire producten') die zijn

betrokken bij de selectie van de 15 productgroepen voor de verdere analyse in het onderzoek.

#### *Selectie criterium*

Als criterium voor het selecteren van de 15 belangrijkste productgroepen is de penetratiegraad gehanteerd. Er zijn productgroepen geselecteerd met de hoogste penetratiegraad onder de huishoudens. Als huishoudens zijn aangemerkt alle zelfstandig wonende personen, alleen (eenpersoonshuishoudens), dan wel met meer personen samen (meerpersoonshuishoudens). In Nederland gaat het anno 2010 om in totaal 7,5 miljoen huishoudens.

#### *Resultaat*

In tabel 1 wordt een overzicht gegeven van de belangrijkste 15 hoofdproductgroepen.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Tot de 15 hoofdproductgroepen behoort met een penetratiegraad van 50 procent ook het financiële product 'credit cards'. Besloten is dit product niet verder te betrekken in de vergelijking omdat de feitelijke keuze voor dit product beperkt is (2 hoofdvormen/brands) en de prijsdifferentiatie tussen de verschillende bedrijven die creditcards in licentie van de hoofdbrands uitgeven, beperkt is.

Tabel 1 Top 15 financiële producten naar hoofdproductgroep

<i>rang</i>	<i>hoofdproductgroep</i>	<i>penetratiegraad in huishoudens</i>	<i>aantal producten binnen huishoudens</i>
1	Betaalrekening	100%	15.064.083
2	Basisverzekering ziektekosten	100%	10.127.087
3	Aansprakelijkheidsverzekering	96%	7.140.623
4	Inboedelverzekering	96%	7.125.650
5	Spaarrekening	95%	22.490.461
6	Autoverzekering	77%	7.217.567
7	Uitvaart-/crematie-/begrafenisverzekering	61%	7.966.011
8	Woonhuis-/opstalverzekering	59%	4.372.992
9	Woning en hypotheek	55%	6.207.233
10	Doorlopende reisverzekering	54%	4.088.001
11	Rechtsbijstandverzekering	52%	3.860.364
12	Ongevallenverzekering	27%	2.112.535
13	Consumptief krediet (lening, maar geen hypotheek)	20%	1.581.279
14	Lijfrenteverzekering (niet voor hypotheek of overlijdensrisico)	17%	1.902.875
15	Overlijdensrisicoverzekering (niet-hypotheekgebonden)	9%	795.308

Bron: Panteia/EIM 2012 o.b.v. TOF 2010 (GfK).

In totaal omvatten de 15 hoofdproductgroepen ruim 102 miljoen enkelvoudige producten. Hierbij is elk product dat een huishouden heeft, geteld als één. Een theoretische besparing van € 10 per jaar op elk van deze producten door slimmer te shoppen, zou dan een totale besparing opleveren per jaar van ruim € 1 miljard oftewel € 130 per huishouden.

### 2.2.2 De selectie binnen de hoofdproductgroepen

De geselecteerde hoofdproductgroepen omvatten elk een of meer producten. Om tot een vergelijking te komen van de prijzen voor financiële producten en om daarmee de mogelijkheid van besparing per product te bezien, is afgesproken dat Panteia/EIM voor elke productgroep 1 specifiek product zal selecteren. Ook bij de selectie van dit product is het uitgangspunt dat het product zal worden geselecteerd, dat (binnen de productgroep) de hoogste penetratiegraad heeft. Voor de meeste productgroepen kan dit eenvoudig worden vastgesteld. Er zijn evenwel de volgende uitzonderingen:

#### – *Combinatievormen*

Problemen doen zich voor als het gebruikelijk is dat huishoudens producten combineren om tot één sluitende dekking te komen. Dit geldt in het bijzonder voor de hypotheek. GfK registreert de verschillende hypotheekvormen als afzonderlijke producten. In dat geval komt de aflossingsvrije hypotheek eruit als product met de hoogste penetratiegraad. Aangezien het afsluiten van een vol-

ledig aflossingsvrije hypotheek niet (meer) mogelijk is, is ervoor gekozen om de meest voorkomende combinatie met een aflossingsvrije hypotheek te selecteren (namelijk aflossingsvrije hypotheek gecombineerd met een spaarhypotheek).

– *Oplopende dekkingsvarianten*

Dit doet zich voor ingeval de polis verschillende dekkingsvarianten biedt, die met elkaar kunnen worden gecombineerd. Dit betreft in het bijzonder de rechtsbijstandverzekering. De consument kan dan kiezen voor verschillende dekkingsvarianten (zoals dekking voor geschillen met betrekking tot inkomen, vermogen, arbeid, wonen, verkeer, consumentenrecht). De meest voorkomende variant is die waarbij alle genoemde risico's zijn verzekerd. Een soortgelijke keuze geldt bij de inboedelverzekering waarbij de consument kan kiezen voor verschillende (oplopende) vormen van risicodekking. Ook nu is de dekkingsvorm met de hoogste penetratiegraag gekozen (dit is de vorm waarbij alle onderscheiden risico's zijn afgedekt: de extra uitgebreide dekking).

– *Pakketaankoop*

Dit is een vorm van de aanschaf van verschillende verzekeringen bij een bepaalde aanbieder, waarbij de aanbieder een korting biedt op de totale premie die afhankelijk is gesteld van het aantal polissen. Bij de selectie is uitgegaan van de hoogste penetratiegraad van het afzonderlijke product, ongeacht of deze zijn aangeschaft binnen een pakket of juist niet. Bij de berekening van het voordeel van shoppen is uitgegaan van de premie zonder het pakketvoordeel.

In hoofdstuk 3 worden de producten op basis van deze informatie gespecificeerd. Deze specificaties zijn in de volgende fase van het onderzoek gebruikt om de voordelen van shoppen voor financiële producten in kaart te brengen voor de 15 belangrijkste financiële producten.

## 2.3 Consumentenprofielen

Naast het vaststellen van potentiële financiële voordelen van shoppen per financieel product is het onderzoek ook gericht op het duiden van potentiële financiële voordelen van shoppen per type huishouden. Hierna wordt een toelichting gegeven op de gevolgde procedure en uitgevoerde analyses om te komen tot de juiste selectie en benoeming van de typen huishoudens. Hierna worden de twee analysemethoden die zijn gebruikt om te komen tot een hanteerbare groepering, toegelicht, te weten:

- 1 clustering achteraf op basis van het gebruik van de financiële producten;
- 2 clustering op basis van vooraf gedefinieerde sociodemografische indelingscriteria.

### *2.3.1 Clustering op basis van het gebruik van de financiële producten (hierna te noemen pakketanalyse)*

#### *Uitgangspunt*

Om te komen tot herkenbare consumentenprofielen heeft Panteia/EIM eerst een clusteranalyse doorgevoerd op basis van penetratie van een brede selectie van financiële producten. De gedachte daarbij is dat het mogelijk zou moeten zijn om een aantal duidelijk van elkaar te onderscheiden 'pakketten van financiële producten' vast te stellen, waarna achteraf consumentenkenmerken voor elk van de

pakketten worden vastgesteld, conform enkele typerende sociodemografische kenmerken (zoals gezinsomvang, inkomen, leeftijd hoofdkostwinner). Het streven daarbij is geweest om 8 pakketten van financiële producten te identificeren en daaraan de corresponderende sociodemografische kenmerken te koppelen.

Door Panteia/EIM is de bedoelde clusteranalyse om te komen tot de 8 pakketten doorgevoerd met gebruikmaking van de data van GfK (voor hoofdgroepen en productvarianten die GfK onderscheidt in de TOF particulier). Hierbij zijn verschillende mogelijkheden van clustering van de pakketten uitgevoerd. Deze worden hierna toegelicht.

#### **TWO STEP CLUSTERANALYSE**

Clusteranalyse is een statistische techniek die wordt gebruikt om cases (personen, eenheden of objecten) te groeperen in homogene subgroepen, gebaseerd op antwoorden/scores op verschillende variabelen. Het principe is eenvoudig: die eenheden die min of meer gelijke scores hebben, komen in één cluster terecht, gescheiden van andere clusters waarvan de leden onderling weer min of meer gelijke scores hebben. Hierdoor is het mogelijk om, ondanks een grote diversiteit binnen de totale set van waarnemingen, meer inzicht te krijgen in het gedrag van specifieke groepen. Met behulp van SPSS zijn er drie procedures mogelijk: two step, k-means en hiërarchisch. Eerstgenoemde heeft een aantal voordelen boven de traditionele clustermethoden als hiërarchische en k-means clusteranalyse.

- Vanwege de twee stappen is de procedure ook geschikt voor grote databestanden. In de eerste stap (preclustering) worden op basis van verschillen in waarden voor bepaalde waarnemingen (eenheden) clusters gemaakt van eenheden die veel op elkaar lijken. In de tweede stap worden via een hiërarchische methode de definitieve clusters gevormd.
- Metrische en categorische variabelen kunnen door elkaar worden gebruikt. Metrische variabelen worden automatisch gestandaardiseerd. De mogelijkheid bestaat om die standaardisatie uit te zetten.
- Op verschillende manieren, via tabellen en grafieken, wordt de samenstelling van de clusters aan de hand van de oorspronkelijke variabelen weergegeven.

Het is niet nodig, maar wel mogelijk, om van tevoren het aantal te vormen clusters te specificeren. Wanneer dat niet gebeurt, zal het programma zelf beslissen over het aantal clusters. Het aantal clusters wordt bepaald aan de hand van het BIC (Bayesiaanse Informatie Criterium). De waarde van deze maat is afhankelijk van de zuinigheid van de oplossing (hoe minder clusters hoe beter) en de hoeveelheid verklaarde variantie (hoe meer clusters, des te meer variantie er wordt verklaard).

#### *Stap 1: 2-step clusteranalyse op basis van 24 hoofdproductgroepen*

De pakketanalyse is doorgevoerd met toepassing van de 2-step clustermethode. Deze methode bepaalt aan de hand van enkele toetsingswaarden het optimale aantal clusters. Dit is het aantal waarbij de cohesie van waarnemingen op cluster niveau op basis van de gebruikte clustervariabelen het hoogst is en het onderscheid tussen de verschillende clusters het sterkst is. De toepassing van de 2-step clustermethode resulteerde in 2 clusters. De kwaliteit van de clustering op basis van de combinatie van beide toetsingscriteria (de grootte van de cohesie en de kracht van het verschil tussen clusters) wordt voor de twee clusters aangemerkt als voldoende ('fair').

Doorslaggevende variabelen voor de opdeling van de producten in 2 groepen zijn het al dan niet hebben van een hypotheek en daaraan verbonden verzekeringen

(hypotheekgebonden verzekeringen en opstalverzekering). De andere producten dragen nauwelijks bij tot de clustering. Dit impliceert dat er dan slechts 2 consumentengroepen hard te onderscheiden zijn: een groep met huiseigenaren en een groep van huurders.

*Stap 2: 5 en 8 groepsclusteranalyse op basis van 24 hoofdproductgroepen*

De resultaten van de eerste analyse zijn niet bruikbaar geacht om te komen tot een herkenbare en duidelijk onderscheidende indeling van consumenten in acht profielgroepen op basis van hun feitelijke gedrag (het hebben van bepaalde financiële producten). Wel geeft de analyse een duidelijke indicatie dat het (wellicht) problematisch is om te komen tot een acceptabele indeling in meer dan twee groepen, gezien het feit dat de methode zelf de indeling als niet beter dan 'fair' kwalificeert, maar wel aanmerkt als de beste oplossing. Om dit te toetsen, is een tweede analyse doorgevoerd waarbij het aantal clusters vooraf is aangegeven (5 resp. 8 clusters). Hierna is deze methode toegelicht voor 5 clusters. Er worden met deze methode geforceerd 5 verschillende groepen geformeerd. De resultaten van deze clustering op basis van de criteria 'grootte van de cohesie' en 'sterkte van het verschil' worden evenwel niet als voldoende aangemerkt (aanduiding 'poor'). Bij de toepassing van 8 groepen werd de classificatie zelfs nog zwakker.

Doorslaggevende variabelen voor deze groepsindelingen zijn:

- het al dan niet hebben van een spaarverzekering;
- het al dan niet hebben van een hypotheek en hypotheek/eigen huis gebonden verzekeringen;
- het al dan niet hebben van een doorlopende reisverzekering;
- het al dan niet hebben van een autoverzekering.

Op zich leidt dit tot aanwijsbare groepen (5 resp. 8).

In Tabel 2 zijn de uitkomsten van de clustering naar 5 groepen weergegeven. In de tabel is eerst de pakkeetsamenstelling weergegeven op basis van producten die bij 50% of meer van de huishoudens binnen die groep voorkomen. Vervolgens is een aantal kenmerken van de verschillende clusters weergegeven (verdeling over GfK-typen, gezinssamenstelling, netto gezinsinkomen en eigenwoningbezit). Bij de verdeling over GfK-typen en bij de gezinssamenstelling is met arceringen aangegeven waartoe de grootste helft kan worden gerekend. In Tabel 3 is hetzelfde gedaan voor de clustering naar 8 groepen.

Voor de 5-clusteroplossing kunnen op basis van de kenmerken de volgende 5 consumentenprofielen worden gedestilleerd:

- groep 1: 1-persoonshuishoudens in de leeftijdscategorie 35-65 jaar en 2-persoonshuishoudens in de leeftijdscategorieën 35-65 jaar en ouder dan 65 jaar met huurhuis, modaal inkomen, weinig financiële producten;
- groep 2: 1-persoonshuishouden, 35- of 65+, huurhuis, laag inkomen, weinig financiële producten;
- groep 3: 2- of meerpersoonshuishouden, 35-65 jaar, koophuis, hoger inkomen, veel financiële producten;
- groep 4: meerpersoonshuishouden, 35-65 jaar, koophuis, hoger inkomen, veel financiële producten;
- groep 5: 2- of meerpersoonshuishouden, 65+ of 35-65 jaar met oudere kinderen, koophuis, hoger inkomen, veel financiële producten.



Tabel 2 Uitkomsten 5-clustermethode

	groep 1	groep 2	groep 3	groep 4	groep 5
aandeel in huishoudens	28%	13%	27%	17%	15%
<b>Pakketten</b>					
- betaalrekening	✓	✓	✓	✓	✓
- basisverzekering zorg	✓	✓	✓	✓	✓
- inboedelverzekering	✓	✓	✓	✓	✓
- aansprakelijkheidsverzekering	✓	✓	✓	✓	✓
- spaarrekening	✓	✓	✓	✓	✓
- uitvaartverzekering	✓	✓	✓	✓	-
- rechtsbijstandverzekering	✓	-	✓	✓	✓
- autoverzekering	✓	-	✓	✓	✓
- reisverzekering	-	-	-	✓	✓
- opstalverzekering	-	-	✓	✓	✓
- hypotheek	-	-	✓	✓	✓
<b>Kenmerken Gezinscluster GfK</b>					
	groep 1	groep 2	groep 3	groep 4	groep 5
single, HKW <35 jr.	7%	32%	4%	3%	7%
single, HKW 35-65 jr.	17%	19%	12%	10%	13%
single, HKW >65 jr.	14%	29%	4%	1%	13%
gezin, kinderen tot 18 jr., HKW <35 jr.	4%	1%	9%	6%	1%
gezin, kinderen tot 18 jr., HKW 35-65 jr.	15%	6%	31%	44%	9%
gezin, 18+, HWK <35 jr.	5%	2%	9%	6%	4%
gezin, 18+, HWK 35-65 jr.	20%	4%	25%	27%	22%
gezin, HKW >65 jr.	17%	7%	5%	3%	31%
	100%	100%	100%	100%	100%
<b>Omvang huishouden</b>					
	groep 1	groep 2	groep 3	groep 4	groep 5
1 persoon	39%	80%	20%	14%	33%
2 personen	37%	15%	33%	32%	52%
3 of meer personen	24%	5%	47%	54%	15%
	100%	100%	100%	100%	100%
<b>Inkomen en eigenwoningbezit</b>					
	groep 1	groep 2	groep 3	groep 4	groep 5
Netto gezinsinkomen per maand	2.170	1.350	3.080	3.170	2.920
Eigen woning	13%	6%	100%	100%	86%

Bron: Panteia/EIM 2012 o.b.v. TOF 2010 (GfK).

Opmerkelijk is dat de groepen 3 en 4 nauwelijks van elkaar afwijken wat betreft gebruik van financiële producten en toch als afzonderlijke clusters resulteren uit de analyse. De met deze clusters corresponderende kenmerken van de consumenten lopen ook weinig uiteen.

Tabel 3 Uitkomsten 8-clustermethode

	groep 1	groep 2	groep 3	groep 4	groep 5	groep 6	groep 7	groep 8
aandeel in huishoudens	10%	7%	13%	11%	12%	18%	12%	17%
<b>Pakketten</b>								
- betaalrekening	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- basisverzekering zorg	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- inboedelverzekering	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- aansprakelijkheidsverzekering	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- spaarrekening	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- uitvaartverzekering	-	-	-	✓	✓	✓	-	✓
- rechtsbijstandverzekering	✓	-	-	✓	-	✓	✓	✓
- autoverzekering	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓
- reisverzekering	-	-	-	✓	-	✓	✓	✓
- opstalverzekering	-	✓	-	-	✓	✓	✓	✓
- hypotheek	-	-	-	-	✓	✓	✓	✓
<b>Kenmerken Gezinscluster GfK</b>	groep 1	groep 2	groep 3	groep 4	groep 5	groep 6	groep 7	groep 8
single, HKW <35 jr.	6%	9%	34%	10%	8%	3%	7%	2%
single, HKW 35-65 jr.	17%	12%	18%	21%	14%	10%	13%	10%
single, HKW >65 jr.	13%	27%	30%	11%	9%	1%	13%	2%
gezin, kinderen tot 18 jr., HKW <35 jr.	5%	2%	1%	5%	8%	6%	1%	9%
gezin, kinderen tot 18 jr., HKW 35-65 jr.	21%	7%	5%	13%	28%	45%	8%	32%
gezin, 18+, HWK <35 jr.	3%	4%	2%	7%	7%	6%	4%	10%
gezin, 18+, HWK 35-65 jr.	20%	14%	4%	22%	19%	27%	23%	30%
gezin, HKW >65 jr.	15%	25%	5%	12%	7%	3%	32%	5%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>Omvang huishouden</b>	groep 1	groep 2	groep 3	groep 4	groep 5	groep 6	groep 7	groep 8
1 persoon	35%	48%	82%	42%	30%	14%	33%	14%
2 personen	34%	40%	13%	35%	30%	30%	53%	36%
3 of meer personen	31%	12%	5%	23%	40%	56%	14%	50%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>Inkomen en eigenwoningbezit</b>	groep 1	groep 2	groep 3	groep 4	groep 5	groep 6	groep 7	groep 8
Netto gezinsinkomen per maand	1.940	2.110	1.290	2.340	2.660	3.180	2.940	3.350
Eigen woning	4%	46%	4%	4%	100%	100%	88%	100%

Bron: Panteia/EIM 2012 o.b.v. TOF 2010 (GfK)

Voor de 8-clusteroplossing (zie Tabel 3) kunnen op basis van de kenmerken de volgende 8 consumentenprofielen worden gedestilleerd:

- groep 1: 2-persoonshuishouden, 35-65 jaar, huurhuis, modaal inkomen;
- groep 2: 1-persoonshuishouden, 65+, huurhuis, modaal inkomen;
- groep 3: 1-persoonshuishouden, 35- of 65+, huurhuis, laag inkomen;
- groep 4: 2-persoonshuishouden, 35-65 jaar, huurhuis, modaal inkomen, meer verzekeringen;
- groep 5: 2-persoonshuishouden of huishouden met kinderen, 35-65 jaar, eigen huis, bovenmodaal inkomen;
- groep 6: huishouden met kinderen, 35-65 jaar, eigen huis, hoog inkomen;
- groep 7: 2-persoonshuishouden, 35+, eigen huis, hoog inkomen;
- groep 8: huishouden met kinderen, 35-65 jaar, eigen huis, hoog inkomen.

De conclusie van deze analyse is dat meer clusters wel leiden tot een verbetering van het inzicht in samenstellingen van pakketten, maar dat dit inzicht niet hard is. Daarnaast blijken de clusteroplossingen moeilijk te definiëren naar consumentenprofielen. Bij de 8 typering hierboven blijkt bijvoorbeeld dat in cluster 3 zowel jonge alleenstaanden zitten als gepensioneerde alleenstaanden.

#### *Stap 3: 2-step clusteranalyse op basis van 77 productvarianten*

Het kan zijn dat bij de clustering op basis van hoofdgroepen te weinig rekening is gehouden met de verschillende productvarianten. Om rekening te houden met de mogelijke betekenis van productvarianten, is een derde analyse doorgevoerd met inzet van 77 productvarianten binnen de 24 hoofdproductgroepen. De toepassing van de 2-step analyse resulteerde ook hierbij in 2 groepen. Daarbij was de classificatie nu 'poor'. In plaats van clustering op hoofdgroepen worden de hoofdgroepen, zoals hypotheek of sparen, bij deze methode opgeknipt in veel kleine groepen. Deze methode blijkt het inzicht in groepen niet te versterken. Ook deze resultaten zijn niet bruikbaar geacht om op basis daarvan herkenbare consumentenprofielen op te stellen.

#### *Stap 4: 2-step clusteranalyse op basis van ingekort aantal hoofdproductgroepen*

Het is mogelijk dat bij de voorgaande clusterings, bijvoorbeeld auto-, reis- en huisgebonden producten, er een dermate zwaar stempel drukt op de clustering dat elk ander resultaat dan 2 clusters direct als zwak wordt aangemerkt. Dit is eveneens beoordeeld door te kijken naar clusteroplossingen wanneer basisproducten, auto-, reis- en huisgebonden producten worden weggelaten. Deze analyses hebben niet geleid tot verbeterde inzichten.

### *2.3.2 Clustering op basis van vooraf gedefinieerde socio-demografische indelingscriteria (hierna te noemen huishoudenanalyse)*

#### *De indeling in groepen*

Bij de huishoudenanalyse zijn de huishoudens op basis van vooraf bepaalde criteria ingedeeld in 8 hoofdgroepen. Voor de indeling is nagegaan welk onderscheid FSA maakt in consumentengroepen.<sup>2</sup> Panteia/EIM heeft deze indeling vergeleken met de indeling in groepen die GfK normaliter maakt. Deze indeling sluit

<sup>2</sup> Financial Services Authority (FSA) heeft in 2002 een soortgelijk onderzoek uitgevoerd met betrekking tot het behalen van voordeel met het shoppen voor financiële producten voor consumenten in het Verenigd Koninkrijk.

nauw aan bij die van FSA, maar er zijn wel enkele verschillen. Zo onderscheidt GfK met haar indeling geen pre-retirement groep en is de ondergrens voor de leeftijdsgebonden groepen bij GfK 18 jaar in plaats van 25 jaar zoals dit bij FSA het geval is. In Tabel 4 wordt de groepsindeling kort weergegeven, met enkele aanvullende kenmerken. De vergelijkbare FSA-kwalificatie is eveneens vermeld. De FSA-kwalificatie pre-retirement ontbreekt. In het vervolg wordt het Nederlandse equivalent voor de aanduiding van de groepen gebruikt.

Tabel 4 8 consumentengroepen

	<i>Gepen- sio- neerde</i>			<i>Jonge Oudere</i>		<i>Jong Ouder</i>		<i>Gepen- sio- neerd stel</i>
	<i>Jonge alleen- staan- den</i>	<i>Oudere alleen- staan- den</i>	<i>alleen- staan- den</i>	<i>Jonge gezin- nen</i>	<i>Oudere gezin- nen</i>	<i>Jong stel</i>	<i>Ouder stel</i>	
Aandeel in totaal aantal huishoudens	9,4%	14,2%	11,3%	4,9%	22,5%	5,7%	20,7%	11,3%
Gemiddelde omvang huishouden	1,0	1,0	1,0	3,7	3,9	2,1	2,3	2,1
Kinderen <18 jaar	Neen	Neen	Neen	Ja	Ja	Neen	Neen	Neen
Leeftijdscategorie hoofdkostwinner	<35	35-65	>65	<35	35-65	<35	35-65	>65
Gemiddelde leeftijd hoofdkostwinner	28	51	76	31	45	31	55	75
Aandeel eigenhuisbezitters	24%	50%	38%	74%	79%	70%	75%	64%
Hoofdkostwinner met betaalde baan	80%	66%	5%	91%	94%	96%	77%	7%
Gemiddeld bruto gezinsinkomen per maand (€)	1.852	2.723	2.150	3.874	4.733	4.528	4.703	3.606
Gemiddeld netto gezinsinkomen per maand (€)	1.364	1.850	1.641	2.738	3.171	3.207	3.192	2.725
Gemiddeld vermogen (€)	12.543	33.279	60.913	22.431	48.179	31.293	64.946	87.100
FSA kwalificatie	young single	older single	retired single	young family	older family	young couple	older couple	retired couple

Bron: Pantela/EIM 2012 o.b.v. TOF 2010 (GfK)

De drie groepen alleenstaanden onderscheiden zich van de andere groepen niet alleen vanwege het criterium 'single', maar ook omdat dit de groepen zijn, waar het merendeel van de huishoudens de woning huurt in plaats van koopt. Bij de andere 5 groepen domineert het bezit van het eigen huis.

#### *De bijbehorende pakketten*

Vervolgens is per groep vastgesteld welke financiële producten vooral (50% of meer) voorkomen op basis van de 24 onderscheiden hoofdgroepen. Dit is in beeld gebracht in Tabel 5.

Tabel 5 Gebruik van financiële producten naar de 8 huishoudenclusters (producten die door 50% van de huishoudens of meer worden gebruikt)

	<i>Jonge alleen- staanden</i>	<i>Oudere alleen- staanden</i>	<i>Gepensio- neerde al- leenstaanden</i>	<i>Jonge gezin- nen</i>	<i>Oude- re ge- zinnen</i>	<i>Ou- der stel</i>	<i>Ou- der stel</i>	<i>Gepensi- oneerd stel</i>
aandeel in huishoudens	9%	14%	11%	5%	23%	6%	21%	11%
- betaalrekening	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- basisverzekering zorg	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- inboedelverzekering	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- aansprakelijkheidsverzekering	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- spaarrekening	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- uitvaartverzekering	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- rechtsbijstandverzekering	-	-	-	✓	✓	✓	✓	✓
- autoverzekering	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- reisverzekering	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓
- opstalverzekering	-	-	-	✓	✓	✓	✓	✓
- hypotheek	-	-	-	✓	✓	✓	✓	-

Bron: Panteia/EIM 2012 o.b.v. TOF 2010 (GfK).

### 2.3.3 Conclusie

Op basis van het voorgaande diende een keuze te worden gemaakt om verder te gaan met de 8 groepen op basis van de pakketanalyse clustering of op basis van de huishoudenanalyse. De keuze is gemaakt op basis van de afweging van de voor- en nadelen van beide analysevormen.

#### *Pakketanalyse*

Voordelen:

- hier is duidelijk uitgegaan van verschillen in het gebruik van financiële producten;
- het onderscheid tussen eigen huis versus huurhuis (dat bij de clustering het belangrijkste onderscheidende criterium is) komt sterk tot zijn recht;
- uit de onderscheiden clusters komen ook duidelijke verschillen in inkomen naar voren.

Nadelen:

- de onderscheidende verschillen tussen de clusters zijn zwak;
- bepaalde consumentenprofielen blijven buiten beschouwing (zoals jonge gezinnen en jonge stellen);
- de consumentenprofielen die uit de clustering naar voren komen, zijn niet altijd eenduidig en sterk (zie bijvoorbeeld alleenstaande jongeren en alleenstaande gepensioneerden in één groep).

### *Huishoudenanalyse*

Voordelen:

- consumentenprofielen zijn duidelijk te benoemen;
- het onderscheid tussen eigen huis versus huurhuis (dat bij de clustering het belangrijkste onderscheidende criterium is) komt voldoende tot zijn recht.

Nadelen:

- er wordt minder sterk rekening gehouden met verschillen in het gebruik van financiële producten, waardoor tussen enkele groepen nagenoeg geen verschillen in gebruik zijn aan te geven. Daarentegen verschilt wel de intensiteit van het gebruik van producten tussen de groepen.

De keuze tussen de twee uitkomsten is een lastige. Beide uitkomsten leveren profielen op, die deels overeenkomen en deels duidelijk verschillen. Binnen de uitkomsten zijn de pakketten van verschillende groepen in sommige gevallen weinig onderscheidend.

Alles overziend heeft Panteia/EIM in overleg met de NMa gekozen voor de uitkomsten van de huishoudenanalyses. De betere benoembaarheid van de profielen is hierbij doorslaggevend geweest. Daarnaast komt een belangrijk resultaat uit de pakketanalyse, namelijk het onderscheid tussen eigenhuisbezit en huurhuis, ook hierin voldoende tot uiting.

#### *2.3.4 De selectie binnen de hoofdproductgroepen en consumentengroepen*

De selectie van producten binnen de hoofdproductgroepen heeft vervolgens op dezelfde wijze plaatsgevonden als bij de top 15 van hoofdproductgroepen. Dezelfde werkwijze heeft plaatsgevonden voor elke productgroep binnen elke consumentengroep. Dit betekent dat binnen elke productgroep binnen elke consumentengroep steeds het product met de hoogste penetratiegraad is geselecteerd. Evenals bij de selectie van producten binnen de top 15 van hoofdproductgroepen, is bij enkele productgroepen de meest voorkomende combinatie geselecteerd.

In hoofdstuk 3 worden de producten gespecificeerd. Deze specificaties zijn in de volgende fase van het onderzoek gebruikt om de voordelen van shoppen voor financiële producten in kaart te brengen voor de verschillende consumententypen.

## 3 Producten en specificaties

### *Specificaties en bronnen*

In dit hoofdstuk worden per product de belangrijkste kenmerken gepresenteerd van de samenstelling van de top 15 en van het productenpakket, behorende tot de 8 onderscheiden huishoudtypen.

De kenmerken worden in tabelvorm gepresenteerd (zie Tabel 6). In de tabel zijn de gegevens opgenomen die van belang zijn om met behulp van de rekenmodules op de vergelijkingssites en de sites van de aanbieders de kosten, premies of opbrengsten te berekenen.

Tevens zijn in dit hoofdstuk in Tabel 7 de bronnen vermeld, die zijn gebruikt om de waarden vast te stellen waarmee is gerekend. Waar GfK is vermeld, is de bron de TOF particulier van GfK. Het kan daarbij gaan om waarden die direct in de TOF zijn vermeld dan wel om waarden die zijn berekend op basis van de gegevens in de database van de TOF. Daar waar keuze Panteia/EIM staat, wordt aangegeven dat de gegevens niet zijn ontleend aan de TOF, maar aan andere bronnen of puur zijn gebaseerd op praktische overwegingen. De overwegingen zijn apart vermeld in de derde kolom.

### *Lijfrente banksparen*

In de tabellen 6 en 7 zijn de producten opgenomen, waarvoor de voordelen van shoppen zijn doorberekend. Deze producten stemmen overeen met de top 15 en de pakketten per type huishouden zoals opgenomen in hoofdstuk 2. Een uitzondering geldt hierbij voor het product ‘lijfrenteverzekering’. De lijfrenteverzekering is een vorm van sparen of beleggen voor een bepaald doel (jaarlijkse uitkering van een lijfrente na het bereiken van een bepaalde leeftijd) gekoppeld aan een verzekering. Sedert 2008 is banksparen geïntroduceerd als de nieuwe vorm van een fiscaal aantrekkelijk sparen voor een lijfrente. Voor de berekeningen is uitgegaan van deze nieuwe vorm. In de tabellen 6 en 7 is dan ook geen vermelding meer van lijfrenteverzekering, maar van lijfrente banksparen.

### *Annuïteitenhypotheek*

In het onderzoek is bij het financiële product ‘hypotheek’ steeds de combinatie van spaarhypotheek en aflossingsvrije hypotheek als belangrijkste variant naar voren gekomen. Echter, in het kader van het zogenoemde 5-partijenakkoord (april 2012) hebben de regeringspartijen en enkele oppositiepartijen afgesproken dat hypotheekrenteaftrek in de toekomst alleen nog geldt voor lineaire en annuïteitenhypotheek. Daarom is ervoor gekozen om twee typen hypotheek in het onderzoek te betrekken, namelijk de combinatie van spaarhypotheek en aflossingsvrije hypotheek en de annuïteitenhypotheek.

### *Top 15 en de gemiddelde consument*

Bij het in kaart brengen van de voordelen van shoppen voor de belangrijkste individuele producten, is voor de kenmerken uitgegaan van gemiddelden van het gebruik van deze producten in Nederland. Steeds zijn de voordelen in kaart gebracht voor een individueel product voor één persoon. Bij sommige producten zijn persoonskenmerken echter relevant. Daarbij is ervan uitgegaan dat er sprake

ke is van een man van 45 jaar. Verder is uitgegaan van een netto gezinsinkomen van € 3.000,- per maand.



Tabel 6 Productspecificaties top 15 en huishoudtypen

productinformatie	top 15	jonge alleenstaande	oudere alleenstaande	gepensioneerde alleenstaande	jong gezin	ouder gezin	jong stel	ouder stel	gepensioneerde stel
<b>Aansprakelijkheidsverzekering</b>									
verzekerd bedrag ten minste	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
<b>Autoverzekering</b>									
verzekeringsvorm WA +	full casco		full casco	full casco	full casco	full casco	Beperkt Casco	full casco	full casco
extra autogebonden verzekeringen	geen		geen	geen	geen	geen	geen	geen	geen
eigen risico	standaard		standaard	standaard	standaard	standaard	standaard	standaard	standaard
verzekerde waarde (afgerond)	€ 22.800		€ 19.500	€ 16.700	€ 23.000	€ 25.100	€ 16.500	€ 23.900	€ 22.700
bouwjaar	2004		2003	2003	2002	2004	1999	2004	2004
plaats	Woerden		Woerden	Woerden	Woerden	Woerden	Woerden	Woerden	Woerden
aantal jaren schadevrij	10		10	10	10	10	10	10	10
aantal km op jaarbasis	12 - 15.000		12 - 15.000	12 - 15.000	12 - 15.000	12 - 15.000	12 - 15.000	12 - 15.000	12 - 15.000
leeftijd verzekerde	45		50	75	30	45	30	55	75
<b>Basisziektelkostenverzekering</b>									
verzekeringsvorm	restitutie	restitutie	restitutie	restitutie	restitutie	restitutie	restitutie	restitutie	restitutie
collectiviteitsvoordeel	geen	geen	geen	geen	geen	geen	geen	geen	geen
extra eigen risico	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee
aantal polissen	1	1	1	1	2	2	2	2	2
<b>Betaalrekening</b>									
productvorm	basis	basis	basis	basis	basis	basis	basis	basis	basis
mogelijkheid tot internetbankieren	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
aantal rekeningen	1	1	1	1	2	2	2	2	2
<b>Doorlopende lening</b>									
gemiddeld leenbedrag afgerond	€ 10.000								
<b>Doorlopende reisverzekering</b>									
gebied	Europa	Europa	Europa			Europa	Europa	Europa	Europa
bagagedekking	ja	ja	ja			ja	ja	ja	ja
ziektelkosten buitenland	ja	ja	ja			ja	ja	ja	ja
andere bijzondere dekking	nee	nee	nee			nee	nee	nee	nee
annulering	nee	nee	nee			nee	nee	nee	nee
<b>Hypotheek spaar/aflossingsvrij</b>									
vorm combi aflossingsvrij/spaar	combi				combi	combi	combi	combi	
percentage aflossingsvrij/spaar	50/50				50/50	40/60	50/50	50/50	
NHG	ja				ja	ja	ja	ja	
waarde totale hypotheek afgerond	€ 190.000				€ 210.000	€ 220.000	€ 220.000	€ 150.000	
looptijd	30 jaar				30 jaar	30 jaar	30 jaar	30 jaar	
rentevaste periode	15 jaar				15 jaar	15 jaar	15 jaar	15 jaar	
rentebedrag	bruto/netto				bruto/netto	bruto/netto	bruto/netto	bruto/netto	
gekoppelde verzekeringen	nee				nee	nee	nee	nee	

Tabel 6 Productspecificaties top 15 en huishoudtypen vervolg

productinformatie	top 15	jonge alleenstaande	oudere alleenstaande	gepensioneerde alleenstaande	jong gezin	ouder gezin	jong stel	ouder stel	gepensioneerde stel
<b>Hypotheek annuïteit</b>									
vorm	annuïteit				annuïteit	annuïteit	annuïteit	annuïteit	
NHG	ja				ja	ja	ja	ja	
waarde totale hypotheek afgerond	€ 190.000				€ 210.000	€ 220.000	€ 220.000	€ 150.000	
looptijd	30 jaar				30 jaar	30 jaar	30 jaar	30 jaar	
rentevaste periode	15 jaar				15 jaar	15 jaar	15 jaar	15 jaar	
rentebedrag	bruto/netto				bruto/netto	bruto/netto	bruto/netto	bruto/netto	
gekoppelde verzekeringen	nee				nee	nee	nee	nee	
<b>Inboedelverzekering</b>									
vorm	uitgebreid	uitgebreid	uitgebreid	uitgebreid	uitgebreid	uitgebreid	uitgebreid	uitgebreid	uitgebreid
glas meeverzekerd	nee	ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	nee
extra verzekering luxe goederen/geld	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee
verzekerd bedrag afgerond	€ 65.000	€ 25.000	€ 57.000	€ 54.000	€ 57.000	€ 68.000	€ 50.000	€ 78.000	€ 76.000
locatie	Woerden	Woerden	Woerden	Woerden	Woerden	Woerden	Woerden	Woerden	Woerden
<b>Internetspaarrekening</b>									
beperkende voorwaarden	geen	geen	geen	geen	geen	geen	geen	geen	geen
spaarbedrag afgerond	€ 10.000	€ 6.000	€ 10.000	€ 15.000	€ 12.000	€ 17.000	€ 15.000	€ 22.000	€ 16.000
<b>Lijfrente banksparen</b>									
vorm opbouw	banksparen								
verzekerd bedrag	€ 90.000								
storting	maandlijks								
looptijd	20 jaar								
fiscaal bedrag	bruto/netto								
<b>Ongevallenverzekering</b>									
dekking invaliditeit	€ 50.000								
dekking overlijden	€ 5.000								
stijgingspercentage uitkering	nee								
<b>Opstalverzekering</b>									
aard dekking	totaal				totaal	totaal	totaal	totaal	totaal
verzekerde (herbouw)waarde afgerond	€ 238.000				€ 195.000	€ 245.000	€ 221.000	€ 221.000	€ 263.000
glas meeverzekerd	ja				ja	ja	ja	ja	ja
locatie	Woerden				Woerden	Woerden	Woerden	Woerden	Woerden
bestaande bouw of nieuwbouw	bestaand				bestaand	bestaand	bestaand	bestaand	bestaand
ouderdom woning	vanaf 1990				vanaf 1990	vanaf 1990	vanaf 1990	vanaf 1990	vanaf 1990
type woning	rij/steen				rij/steen	rij/steen	rij/steen	rij/steen	rij/steen

Tabel 6 Productspecificaties top 15 en huishoudtypen vervolg

productinformatie	top 15	jonge alleenstaande	oudere alleenstaande	gepensioneerde alleenstaande	jong gezin	ouder gezin	jong stel	ouder stel	gepensioneerd stel
<b>Overlijdensrisicoverzekering</b>									
man	ja, apart								
vrouw	ja, apart								
rookgedrag	geen roker								
leeftijd	45 jaar								
verzekerd bedrag	€ 70.000								
periode	20 jaar								
afbouw ja/nee	ja, afbouw								
aard afbouw	annuïteit								
annuïteitspercentage	6%								
<b>Rechtsbijstand</b>									
voor inkomen	ja				ja	ja	ja	ja	ja
voor consument/wonen	ja				ja	ja	ja	ja	ja
voor verkeer	ja				ja	ja	ja	ja	ja
voor vermogen	ja				ja	ja	ja	ja	ja
voor waterrecreatie	nee				nee	nee	nee	nee	nee
extra kosten ten minste	€ 12.500				€ 12.500	€ 12.500	€ 12.500	€ 12.500	€ 12.500
<b>Uitvaartverzekering</b>									
vorm	geld/ naturasommen		geld/ naturasommen	geld/ naturasommen	geld/ naturasommen	geld/ naturasommen	geld/ naturasommen	geld/ naturasommen	geld/ naturasommen
man alleenstaand	ja, apart		ja, apart	ja, apart	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
vrouw alleenstaand	ja, apart		nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee
leeftijd man/vrouw alleenstaand	45		50	75	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
gezin	nee		nee	nee	ja	ja	ja	ja	ja
leeftijd man/vrouw bij gezin	n.v.t.		n.v.t.	n.v.t.	30/27	45/42	30/27	55/52	75/72
verzekerde waarde	€ 7.000		€ 7.000	€ 7.000	€ 7.000	€ 7.000	€ 7.000	€ 7.000	€ 7.000
premie herberekend naar	20 jaar		20 jaar	20 jaar	20 jaar	20 jaar	20 jaar	20 jaar	20 jaar

Bron: Panteia/EIM 2012 o.b.v. TOF 2010 (GfK).

Tabel 7 Bronnen en overwegingen bronnenkeuze

productinformatie	basis	afweging
<b>Aansprakelijkheidsverzekering</b>		
verzekerd bedrag ten minste	GfK	gegeven uit TOF GfK
<b>Autoverzekering</b>		
verzekeringsvorm WA +	GfK	gegeven uit TOF GfK
extra autogebonden verzekeringen	keuze EIM	vergelijkingssites bieden geen extra opties
eigen risico	GfK	gegeven uit TOF GfK, standaardbedrag verzekeraars
verzekerde waarde (afgerond)	GfK	gegeven uit TOF GfK
bouwjaar	GfK	gegeven uit TOF GfK
plaats	keuze EIM	Woerden is de gemiddelde stad
aantal jaren schadevrij	GfK	Afgeleid uit indicatie no-claimkorting uit TOF GfK
aantal km op jaarbasis	keuze EIM	Gemiddeld aantal km per auto is 14.000 volgens BOVAG
leeftijd verzekerde	GfK	gegeven uit TOF GfK
<b>Basisziektekostenverzekering</b>		
verzekeringsvorm	keuze EIM	standaard verzekeringsvorm
collectiviteitsvoordeel	keuze EIM	standaard verzekeringsvorm
extra eigen risico	keuze EIM	standaard verzekeringsvorm
aantal polissen	keuze EIM	wettelijk voorgeschreven aantal verzekerden
<b>Betaalrekening</b>		
productvorm	GfK	gegeven uit TOF GfK
mogelijkheid tot internetbankieren	GfK	gegeven uit TOF GfK
aantal rekeningen	GfK	gebaseerd op TOF GfK
<b>Doorlopende lening</b>		
gemiddeld leenbedrag afgerond	GfK	gegeven uit TOF GfK
<b>Doorlopende reisverzekering</b>		
gebied	keuze EIM	keuze EIM, belangrijkste vakantieregio
bagagedekking	keuze EIM	standaard verzekeraars
ziektekosten buitenland	keuze EIM	keuze EIM, vanwege beperkte dekking bij basis zorgverzekering
andere bijzondere dekking	keuze EIM	extra dekking sterk individueel bepaald
annulering	GfK	gegeven uit TOF GfK
<b>Hypotheek</b>		
vorm combi aflossingsvrij/spaar	GfK	gegeven uit TOF GfK
percentage aflossingsvrij/spaar	GfK	gegeven uit TOF GfK
NHG	keuze EIM	hypotheekbedrag < € 350.000 voldoet aan eisen NHG
waarde totale hypotheek afgerond	GfK	gegeven uit TOF GfK
looptijd	keuze EIM	standaard, gelijk aan max. aantal jaren renteaftrek
renteperiode	keuze EIM	10 jaar en 20 meest gangbare rentevaste periodes
rentebedrag	keuze EIM	bruto derhalve geen fiscaliteitsprobleem
gekoppelde verzekeringen	keuze EIM	overlijdensrisico is als apart product gepresenteerd
<b>Inboedelverzekering</b>		
vorm	GfK	gegeven uit TOF GfK
glas meeverzekerd	GfK	gegeven uit TOF GfK
extra verzekering luxe goederen/geld	keuze EIM	veel vergelijkingssites bieden geen extra opties
verzekerd bedrag afgerond	GfK	gegeven uit TOF GfK
locatie	keuze EIM	keuze EIM, Woerden is de gemiddelde stad
<b>Internetspaarrekening</b>		
beperkende voorwaarden	keuze EIM	meest gangbare vorm
spaarbedrag afgerond	GfK	gegeven uit TOF GfK
<b>Lijfrente banksparen</b>		
vorm opbouw	keuze EIM	uitgangspunt doelsparen
verzekerd bedrag	keuze EIM	o.b.v. Verbond van Verzekeraars Verzekerd van Cijfers 2011
storting	keuze EIM	om maandelijks voordeel te bepalen
looptijd	keuze EIM	20 jaar is einde betalen bij 65
fiscaal bedrag	keuze EIM	bruto derhalve geen fiscaliteitsprobleem
<b>Ongevallenverzekering</b>		
dekking invaliditeit	keuze EIM,	middenvariant bij veel aanbieders
dekking overlijden	keuze EIM	middenvariant bij veel aanbieders
stijgingspercentage uitkering	keuze EIM	veel verzekeraars bieden alleen vaste verzekerde waarde

Tabel 7 Bronnen en overwegingen bronnenkeuze vervolg

productinformatie	basis	afweging
<b>Opstalverzekering</b>		
aard dekking	GfK	gegeven uit TOF GfK
verzekerde (herbouw)waarde afgerond	GfK	gegeven uit TOF GfK
glas meeverzekerd	GfK	gegeven uit TOF GfK
locatie	keuze EIM	Woerden is de gemiddelde stad
bestaande bouw of nieuwbouw	keuze EIM	bestaande bouw (voor 2010) meest voorkomend
ouderdom woning	keuze EIM	geen bijzondere overweging
type woning	keuze EIM	meest voorkomende type woning
<b>Overlijdensrisicoverzekering</b>		
man	keuze EIM	principe verzekeraars, premie afhankelijk geslacht
vrouw	keuze EIM	principe verzekeraars, premie afhankelijk geslacht
rookgedrag	keuze EIM	merendeel volwassen is niet roker, bron: Stivoro
leeftijd	GfK	gegeven uit TOF GfK
verzekerd bedrag	keuze EIM	afgeleid uit Verzekerd van cijfers 2011 Verbond Verzekeraars
periode	keuze EIM,	betaling eindigt bij 65 jaar
afbouw ja/nee	keuze EIM	dekking in relatie tot afnemende waarde hypothecaire lening
aard afbouw	keuze EIM	dekking in relatie tot afnemende waarde hypothecaire lening
annuïteitspercentage	keuze EIM	middenvariant bij verschillende verzekeraars/vergelijkingssites
<b>Rechtsbijstand</b>		
voor inkomen	GfK	gegeven uit TOF GfK
voor consument/wonen	GfK	gegeven uit TOF GfK
voor verkeer	GfK	gegeven uit TOF GfK
voor vermogen	GfK	gegeven uit TOF GfK
voor waterrecreatie	GfK	gegeven uit TOF GfK
extra kosten ten minste	keuze EIM	meeste verzekeraars gaan uit van € 12.500 of meer
<b>Uitvaartverzekering</b>		
vorm	keuze EIM	keuze EIM
man alleenstaand	keuze EIM	principe verzekeraars
vrouw alleenstaand	keuze EIM	principe verzekeraars
leeftijd man/vrouw alleenstaand	GfK	gegeven uit TOF GfK
gezin	keuze EIM	principe verzekeraars
leeftijd man/vrouw bij gezin	GfK	gegeven uit TOF GfK
verzekerde waarde	keuze EIM	standaardbedrag volgens vergelijkingssites
premie herberekend	keuze EIM	om vergelijking premies mogelijk te maken

Bron: Panteia/EIM, 2012 o.b.v. TOF 2010 (GfK).



## 4 Verzameling van gegevens en rekenregels

### 4.1 Het gebruik van de sites

De gegevens voor het vergelijken van de prijzen zijn verkregen door het raadplegen van vergelijkingssites op internet. Per product zijn voor zover mogelijk twee of meer vergelijkingssites geraadpleegd. Daarbij zijn voor de doorberekening steeds de sites gebruikt, die duidelijke informatie boden over de prijzen en waarvan de uitkomsten tussen de verschillende sites met elkaar vergelijkbaar zijn. Voor de kosten van betaalrekeningen is slechts één site geraadpleegd, daar er geen andere sites beschikbaar waren die hierover eveneens gedetailleerde informatie konden geven. Vanwege de onvergelijkbaarheid van de informatie tussen de sites is voor de producten 'opstalverzekering' en 'banksparen voor lijfrente' voor de feitelijke doorberekening gebruikgemaakt van één vergelijkingssite.

Het raadplegen van de sites heeft per product/type huishouden plaatsgevonden binnen een zeer kort tijdsbestek (namelijk een dag). Gekozen is voor een zo korte termijn om het risico uit te sluiten dat prijzen veranderen indien gegevens worden verzameld over een langere periode.

Wanneer de vergelijkingssites met elkaar worden vergeleken, blijkt dat er duidelijke verschillen zijn tussen de sites zowel qua benodigde voorinformatie en keuzes als qua uitkomstenoverzicht (zoals aantal aanbieders, aantal producten en pakketaanbiedingen).

#### – *Voorinformatie*

Er zijn sites die op veel punten voorinformatie vragen om daarna de uitkomsten te bieden en er zijn sites die veel beperkter zijn in de gevraagde voorinformatie. Er is zo veel mogelijk naar gestreefd om op de essentiële punten voor de prijsvergelijking dezelfde voorinformatie te bieden. In niet alle gevallen is dit mogelijk gebleken, daar sommige vergelijkingssites deze waarden zelf genereren op basis van andere aangeleverde informatie. Dit deed zich voor bij de vaststelling van de waarde van de inboedel bij de inboedelverzekering, de waarde van de auto bij de autoverzekering en de herbouwwaarde bij de opstalverzekering. Er is naar gestreefd bij de vergelijkingssites zo veel mogelijk dezelfde informatie in te voeren om te komen tot vergelijkbare oplossingen. In een aantal situaties moest evenwel met deze invoerwaarden worden gevarieerd om zo dicht mogelijk bij de vereiste verzekerde waarde te komen.

#### – *Keuzes*

Verzekeringssites verschillen soms duidelijk van elkaar qua keuzes die de consument kan maken voor bijvoorbeeld de verschillende dekkingsniveaus. Er is naar gestreefd om in alle gevallen zo veel mogelijk dezelfde keuzes te maken. Dit neemt evenwel niet weg dat er vooral verschillen blijken te zijn in bijvoorbeeld de hoogte van het eigen risico. Met uitzondering van de basiszorgverzekering en aansprakelijkheidsverzekeringen zijn verschillen in eigen risico niet op voorhand uit te sluiten.

#### – *Aantal aanbieders bij de gepresenteerde uitkomsten*

De vergelijkingssites verschillen nadrukkelijk van elkaar in de hoeveelheid informatie die zij bieden om uitkomsten van de door hen doorgevoerde vergelijking nader aan te duiden (zoals extra dekking, extra diensten en eigen risico). Ook zijn er sites die zich beperken tot de prijzen van aanbieders van produc-

ten die via hen kunnen worden afgesloten (dit geldt vooral voor sites van tussenpersonen) en sites die een groter aantal aanbieders in hun vergelijking meenemen. Er is zo veel mogelijk naar gestreefd om van ten minste 10 aanbieders gegevens te verkrijgen door middel van het raadplegen van vergelijkingssites dan wel van de sites van de (grootste) aanbieders zelf. Met uitzondering van de hypothecaire lening, de uitvaartverzekering, banksparen voor lijfrente en de betaalrekening bleek dit voor alle producten uit de top 15 mogelijk.

– *Aantal producten*

Veel vergelijkingssites bieden van elke aanbieder meer dan één product ondanks het feit dat van de aanvraag veelal op detailniveau kan worden aangegeven welke dienst er wordt gevraagd. De verschillen worden vaak veroorzaakt door aanvullende diensten of dekkingen die uitgaan boven het in de aanvraag aangegeven basisniveau. Zo worden bijvoorbeeld bij de inboedelverzekeringen tevens oplossingen aangeboden voor verzekeringen die extra hoge maximum verzekerde waarden bieden op onderdelen als sieraden of audioapparatuur ook als hiervoor is aangegeven dat er geen extra dekking nodig is. Voor de prijsvergelijking is per aanbieder die prijs genoteerd die over alle geselecteerde sites het laagst is. Dit betekent dat in de prijsvergelijking per aanbieder maar één prijs (de laagste prijs) is meegenomen om er zo van verzekerd te zijn dat de producten, binnen een verantwoorde speelruimte qua toevoegingen aan diensten, vergelijkbaar blijven.

– *Onafhankelijkheid van de vergelijkingen*

Gebleden is dat verschillende vergelijkingssites voor het vergelijken van de prijzen gebruikmaken van dezelfde rekenmodellen. Deze rekenmodellen worden verzorgd door een achterliggende organisatie die ook zelf verzekeringen op de markt brengt. De modellen laten vaak een beperkt aantal uitkomsten zien. Daarmee lijkt het gerechtvaardigd om vraagtekens te plaatsen bij de onafhankelijkheid van dergelijke vergelijkingssites.

– *Vergelijking van meer sites*

In het onderzoek zijn de belangrijkste vergelijkingssites meegenomen. Daarbij valt op dat de meeste vergelijkingssites veelal verschillende uitkomsten bieden.<sup>3</sup> Geen enkele site lijkt alle alternatieven aan te bieden. Bij de beoordeling van de aanbiedingen moet worden bedacht dat met de gegeven uitersten niet per definitie ook echt de in de praktijk uiterste aanbiedingen zijn vastgelegd.

– *Pakketaanbiedingen*

Verschiedende sites geven oplossingen aan die uitsluitend gelden indien de consument de producten koopt als onderdeel van een groter pakket. Dit geldt vooral voor de woonverzekeringen (opstal, inboedel, aansprakelijkheid). Verschiedende verzekeraars bieden pakketvoordelen als deze producten in combinatie met elkaar worden gekocht. Pakketvoordelen of pakketkoop zijn buiten beschouwing gebleven bij de berekening van potentiële voordelen van shoppen.

Het overzicht van de voor de uiteindelijke berekeningen gebruikte sites is per product opgenomen in Tabel 8.

<sup>3</sup> De NMa heeft onlangs onderzoek gedaan naar de kwaliteit van vergelijkingssites, Zie: Nederlandse Mededingingsautoriteit, Monitor Financiële Sector, 'Vergelijkingssites financiële producten, Een onderzoek naar de kwaliteit van vergelijkingssites voor spaarrekeningen en reisverzekeringen', februari 2012.



Tabel 8 Gebruikte sites voor de feitelijke doorberekening

		<i>Gebruikte sites</i>
Aansprakelijkheidsverzekering		wa-vergelijken.nl verzekervoordelig.nl geencentteveel.nl prizewise.nl
Autoverzekering		independer.nl geld.nl
Basisziektekostenverzekering		independer.nl geld.nl
Betaalrekening		bankenoverzicht.nl
Doorlopende lening		geld.nl independer.nl eigen sites van 11 aanbieders via actueleren- testanden.nl
Doorlopende reisverzekering		independer.nl geld.nl
Hypothecaire lening	spaar/aflossingsvrij	geen sites geraadpleegd; berekening en ver- gelijking is verzorgd door externe experts (de Hypotheker)
	annuïteit	independer.nl
Inboedelverzekering		geld.nl prizewise.nl
Internetsparen		geld.nl spaarrente-internetsparen.nl sparaanbod.nl
Lijfrente banksparen		banksparen.com (voor berekening financiële-coach.nl)
Ongevallenverzekering		verzekervoordelig.nl de eigen sites van verzekeraars
Opstalverzekering		geld.nl
Overlijdensrisicoverzekering		geencentteveel.nl independer.nl
Rechtsbijstandverzekering		verzekeringssite.nl geencentteveel.nl
Uitvaartverzekering		independer.nl geencentteveel.nl

Bron: Panteia/EIM, 2012.

#### 4.2 De verzameling van gegevens per product

Voor een goed begrip van de doorgevoerde vergelijkingen per product en consumentengroep volgen hierna aanvullende kanttekeningen en toelichtingen. Deze kanttekeningen en toelichtingen betreffen vooral mogelijke kwaliteitsverschillen die een verklaring kunnen zijn voor prijsverschillen tussen aanbieders op de vergelijkingssites dan wel volgens de eigen aanbiedersites. Hoewel er nadrukkelijk naar is gestreefd om door middel van productdefinities en de invulling van aan-

vullende kenmerken zo veel mogelijk prijzen van gelijksoortige producten naast elkaar te plaatsen, is dat niet altijd mogelijk tot op het meest verfijnde product-niveau. Deze verschillen in de aard van het product en het daaraan verbonden kwaliteits- en serviceniveau kunnen wel leiden tot prijsverschillen. Indien er verschillen zijn in de hoogte van het eigen risico tussen verzekeraars voor bepaalde verzekeringen is – met uitzondering van de basiszorgverzekering en de aansprakelijkheidsverzekering – voorbijgegaan aan deze verschillen, daar zij (op de vergelijkingssites) ofwel vaak op voorhand niet zijn uit te sluiten ofwel niet tot herkenbare prijsverschillen (lijken te) leiden. Bij enkele producten is ervoor gekozen om uit te gaan van een maximaal eigen risico.

#### *Aansprakelijkheidsverzekeringen*

De hoogte van de premie voor de aansprakelijkheidsverzekering wordt bepaald door het aantal personen waarop de dekking betrekking heeft en door de hoogte van het verzekerde bedrag. Wat betreft het aantal personen bieden de verzekeraars c.q. vergelijkingssites verschillende mogelijkheden: alleenstaand dan wel twee samenwonende volwassenen, met of zonder kinderen. Voor de hoogte van de premie maakt het bij sommige verzekeringen niet uit of het gezin wel of geen inwonende kinderen heeft. De minimumhoogte van het verzekerde bedrag is voor alle verzekeraars en alle situaties gesteld op € 1.000.000. De prijzen van verzekeringen die uitgaan van een verzekerd bedrag dat lager is dan € 1.000.000, zijn niet meegenomen. Verzekering met een waarde van € 1.250.000 tot € 1.500.000 zijn ook in de vergelijking meegenomen omdat niet alle verzekeraars een verzekerde waarde van € 1.000.000 aanhouden. Verzekeringen met een verzekerde waarde van € 2.500.000 zijn niet verwerkt. Dit is beschouwd als een aparte productcategorie. In de vergelijking zijn alleen verzekeringen meegenomen, waarbij er geen sprake is van een eigen risico.

#### *Autoverzekeringen*

Voor de autoverzekeringen is voor premievaststelling uitgegaan van een allrisk-verzekering (WA + Volledig casco) voor alle situaties, met uitzondering van het 'jonge stel'. Voor dit type huishouden geldt dat de meest voorkomende verzekeringsvorm WA + Beperkt casco is. Per type huishouden verschilt de nieuwwaarde van de verzekerde auto. Voor de vaststelling van de nieuwwaarde in het referentiejaar (1999, 2002, 2003 en 2004) is de 'carbace' op de site [www.autoweek.nl](http://www.autoweek.nl) gebruikt, waarbij voor alle huishoudtypen gezocht is naar het type van VW Golf c.q. VW Golf Variant of VW Polo waarvan de oorspronkelijke aanschafwaarde het dichtst ligt bij de berekende nieuwwaarde volgens de TOF van GfK en zoals vermeld voor de autoverzekering bij de betreffende huishoudtypen. Een afwijking van maximaal + of - € 300 tussen de nieuwwaarde volgens de 'carbace' van [www.autoweek.nl](http://www.autoweek.nl) en de nieuwwaarde, vermeld bij het type huishouden, is geaccepteerd. Zoals eerder is aangegeven is wanneer de vergelijkingssites voor een en dezelfde verzekeringsmaatschappij verschillende oplossingen gaven, steeds alleen de goedkoopste verzekering (die voldeed aan de verzekeringsvorm) meegenomen. Zo bieden verschillende verzekeraars de mogelijkheid van extra services (zoals langere nieuwwaarderegeling) waarvoor mogelijk een premietoeslag wordt berekend. Ook de systematiek (aantal treden) en opbouw van de bonus-malusregelingen verschillen tussen de verzekerden. Door alleen de goedkoopste verzekering per aanbieder in de berekening te gebruiken, wordt ervoor gezorgd dat de in de prijsvergelijking betrokken verzekeringen qua dekkinggraad en dienst met elkaar vergelijkbaar blijven en voldoen aan de minimumvereiste die

aan het product is gesteld. Er is geen rekening gehouden met verschillen in niveaus van eigen risico. Er kan uit de verkregen prijsinformatie niet worden afgeleid dat er een mogelijk verband is tussen de hoogte van het eigen risico en de hoogte van de premie.

#### *Basisziektekostenverzekering*

Voor de zorgverzekering is alleen de basisziektekostenverzekering in aanmerking genomen zonder verder extra eigen risico. Het eigen risico blijft dan beperkt tot het wettelijk vastgestelde eigen risico. Het aantal polissen in een huishouden is voor de berekening van de kosten gelijkgesteld aan het aantal volwassenen in het huishouden, conform de wettelijke verplichting.

#### *Betaalrekening*

Als kosten van de betaalrekening zijn aangemerkt de kosten die de klant periodiek moet betalen voor het gebruik van de rekening. Daarbij is uitgegaan van een minimumpakket. Opties (die extra kosten meebrengen) voor bijvoorbeeld het gebruik van een creditcard, zijn niet meegenomen. Daarnaast zijn aanvullende kosten voor bijvoorbeeld transacties in het buitenland (zoals pintransacties) buiten beschouwing gelaten. Rekeningen waaraan een rentevergoeding is verbonden als er sprake is van een positief saldo op de betaalrekening, zijn niet meegenomen in de vergelijking. Het aantal betaalrekeningen in een huishouden is bij de berekeningen van de kosten gelijkgesteld aan het aantal volwassenen dat behoort tot het huishouden. De TOF van GfK laat zien dat zo goed als elke volwassene een eigen betaalrekening heeft.

De gebruikte vergelijkingssite toont de kosten op jaarbasis. DE kosten van dit product verschillen niet naargelang de vastgestelde huishoudtypen.

#### *Doorlopende lening*

De kosten van de doorlopende leningen zijn gelijkgesteld aan het rentebedrag dat moet worden betaald aan de financierende instelling over het gemiddeld uitstaande bedrag van de lening (€ 10.000). Dit gemiddelde is afgeleid van de gegevens uit de TOF bancaire producten van GfK. Voor zover dit voorkomt: leningen die worden verstrekt door (de financieringsmaatschappij van) een autobedrijf zelf zijn niet meegenomen. Vaak gaat het hierbij tegenwoordig om bijzondere constructies, gekoppeld aan een (gegarandeerde) inruilwaarde en aan bijzondere lage rentetarieven voor een periode van slechts enkele jaren. Dergelijke bijzondere constructies maken een vergelijking met de gangbare doorlopende leningen niet mogelijk (er is sprake van een duidelijk ander financieel product). Voor de berekening van de mogelijke voordelen van shoppen voor een doorlopende lening van € 10.000 gedurende de gehele looptijd is uitgegaan van een periode van 6 jaar (72 maanden). Op internet zijn verschillende voorbeelden te vinden met een theoretische looptijd van 72 maanden. Daarnaast geldt bij verschillende financiers voor persoonlijke leningen een maximale duur van 72 maanden voor de aflossing van de lening (als referentie).

#### *Doorlopende reisverzekering*

Voor de reisverzekering is uitgegaan van een doorlopende standaardreisverzekering met als dekkinggebied Europa, waarbij kosten voor gezondheidszorg in het

buitenland zijn meeverzekerd. Extra dekkingen zoals annulering of gevaarlijke sporten zijn niet meegenomen. De premies variëren verder naargelang de gezinssamenstelling (alleenstaand, 2 personen zonder kinderen, 2 personen met kinderen).

#### *Hypothecaire lening spaar/aflossingsvrij*

Voor de hypothecaire lening is uitgegaan van een hypotheek die gelijk is aan de waarde van de hypothecaire lening voor de top 15 en de huishoudtypen met een eigen woning volgens de TOF van GfK. De lening is daarbij opgedeeld in een volledig aflossingsvrij deel van 50% dan wel 40% (conform de huishoudtypen) en een deel (50% dan wel 60%) dat wordt afgelost aan het eind van de leningsperiode op basis van een bankspaarregeling. Voor de hoogte van de percentages is uitgegaan van een situatie waarin sprake is van een NHG-garantie voor de lening. Dit is mogelijk voor alle huishoudtypen en de top 15. Als type hypotheek is uitgegaan van de standaardhypotheek. Speciale budgetvarianten zijn buiten beschouwing gebleven. Voor de berekening van de premie om een spaarbedrag op te bouwen is uitgegaan van de bankspaarhypotheek. De Hypotheker heeft gezorgd voor de kosten/prijzen van een aantal vergelijkbare hypotheek. De kostenvergelijking biedt inzicht in de bruto besparing indien er wordt gekozen voor de goedkoopste oplossing. Voor de netto besparing is uitgegaan van de belastingschijf op basis waarvan de aftrek wordt vastgesteld. Er is uitgegaan van 42%, omdat het steeds gaat om gezinsinkomens en het niet duidelijk is welk deel van het gezinsinkomen aan de hoofdkostwinner moet worden toegerekend.

#### *Hypothecaire lening annuïteit*

Voor de hypothecaire lening is uitgegaan van een hypotheek die gelijk is aan de waarde van de hypothecaire lening voor de top 15 en de huishoudtypen met een eigen woning volgens de TOF van GfK. Aan de vergelijkingssite [independer.nl](http://independer.nl) zijn de effectieve rentepercentages ontleend, die gelden voor een rentevaste periode van 15 jaar voor een annuïteitenhypotheek. De percentages voor een annuïteitenhypotheek zijn voor alle huishoudtypen en voor de top 15 gelijk. Hiermee zijn de annuïteiten berekend. De kostenvergelijking biedt inzicht in de bruto besparing indien er wordt gekozen voor de goedkoopste oplossing. Voor de netto besparing is uitgegaan van de belastingschijf op basis waarvan de aftrek wordt vastgesteld. Er is uitgegaan van 42%, omdat het steeds gaat om gezinsinkomens en het niet duidelijk is welk deel van het gezinsinkomen aan de hoofdkostwinner moet worden toegerekend.

#### *Inboedelverzekering*

De TOF van GfK laat zien dat voor de inboedelverzekering extra uitgebreid de meest voorkomende vorm is. Daar de sites/verzekeraars niet expliciet de mogelijkheid bieden of hebben om te kiezen voor de optie 'extra uitgebreid', is voor de berekeningen uitgegaan van de standaardkeuze die de meeste vergelijkingssites aanbieden. Qua typering komt deze overeen met de inboedelverzekering 'uitgebreid' volgens de TOF van GfK.

Voor de inboedelverzekering is uitgegaan van de dekkingsvariant 'uitgebreid' *inclusief* glasschade voor de huishoudens met een huurwoning (alleenstaanden). Voor alle andere huishoudtypen (top 15, gezinnen en stellen; allemaal huishoudens met een eigen woning) is uitgegaan van een inboedelverzekering *exclusief*

glasschade. Dit is gedaan omdat de gebruikte site bij de opstalverzekering uitgaat van een verzekering inclusief glasschade voor huishoudens met een eigen woning.

De premie van de inboedelverzekering is gekoppeld aan de waarde van de verzekerde inboedel. Deze is bij prizewize.nl afzonderlijk in te voeren, bij geld.nl wordt hij berekend aan de hand van enkele in te voeren parameters. De waarde die wordt toegekend, stijgt onder meer in samenhang met de gezinssituatie, het aantal kamers, de aard van de woning en het inkomen.

Het manipuleren met de parameters resulteerde in geschatte inboedelwaarden die in de meeste gevallen slechts 1 tot 2% afweken van de gemiddelde verzekerde waarde volgens GfK. In een enkel geval leidde dit tot een onder- of overschatting van 4 tot 5%. Dit heeft voor zover kon worden ingeschat slechts een marginaal effect op de berekening van het gemiddelde en op de berekening van de voordelen van shoppen.

De locaties waarvoor de premie is berekend, waren gelegen in Woerden. Woerden wordt door deskundigen aangemerkt als de stad die het best het gemiddelde weergeeft van de Nederlandse populatie naar demografische kenmerken.

Ook nu weer laten verschillende sites meer producten zien van eenzelfde verzekeraar. Al deze producten voldoen dan aan de gestelde minimumvereisten voor de selectie, maar bieden (bij de duurdere varianten) meer dekkingsmogelijkheden. Deze verschillen hangen per verzekeraar veelal samen met de hoogte van het (extra) verzekerde bedrag voor audioapparatuur en sieraden en met de hoogte van het eigen risico. Er is wat betreft de hoogte van het eigen risico evenwel niet aan te geven wat de impact van een hoger of lager eigen risico is op de premie. Zoals ook voor de andere verzekeringen is aangegeven, geldt voor de inboedelverzekeringen dat steeds de goedkoopste variant is meegenomen in de vergelijking van de premies, om ervan verzekerd te zijn dat producten in de selectie vergelijkbaar zijn voor de berekening van de voordelen (voor elke aanbieder is dan de minimumvariant meegenomen die voldoet aan de gestelde eisen).

#### *Internetsparen*

Voor de berekening van de voordelen van shoppen voor internetspaarrekeningen is uitgegaan van spaarrekeningen zonder beperkingen (dagelijks vrij opneembaar). Het voordeel is berekend door de rentevergoeding vast te stellen voor het – op eenheden van € 1.000 afgeronde – gemiddelde uitstaande spaarsaldo op de internetspaarrekening(en) in een huishouden volgens de vastgestelde huishoudtypen.

#### *Lijfrente banksparen*

Lijfrente banksparen is een vorm van fiscaal aantrekkelijk sparen gedurende een langere tijd voor het bereiken van een bepaald saldo dat later kan worden uitgekeerd in de vorm van periodieke lijfrentebetalingen. Voor de bepaling van het bedrag dat maandelijks moet worden gespaard voor de opbouw van een lijfrente, is uitgegaan van een man/vrouw van nu 45 jaar die tot zijn of haar 65<sup>ste</sup> jaar wil sparen om dan te kunnen beschikken over een bedrag van bruto € 90.000 dat daarna kan worden opgenomen in de vorm van een lijfrente met een minimale looptijd van 5 jaar. Er is daarbij gekeken naar het aanbod van bankspaarmoge-

lijkheden conform de bankspaarregeling (geblokkeerde rekening met fiscale voordelen). Verschillende sites geven de rentepercentages die gelden voor de berekening van het rentebedrag. Eén vergelijkingssite en verschillende aanbiedersites geven daarnaast de mogelijkheid om de waarde van het eindbedrag te berekenen, uitgaande van vaste periodieke stortingen en/of een eenmalige storting. Geen enkele vergelijkingssite of aanbiedersite geeft de mogelijkheid om het periodiek te storten bedrag te berekenen om tot een bepaalde (bruto) eindwaarde te komen bij 65-jarige leeftijd. Om toch deze periodieke storting vast te stellen is gebruikgemaakt van de rekenmodule die is opgenomen op [www.financiele-coach.nl](http://www.financiele-coach.nl). Als input is gebruikt de eindwaarde (bruto € 90.000), het aantal opbouwmaanden (240) en de *variabele* rente voor de bankspaarrekening conform de vergelijkingssite [www.banksparen.com](http://www.banksparen.com). Er is berekend hoe hoog het maandelijkse spaarbedrag uiteindelijk netto is om de waarde van € 90.000 te bereiken op 65-jarige leeftijd. Dit bedrag is afhankelijk van de belastingschijf (in box 1). Voor de vaststelling van de jaarlijkse netto inleg en daarmee het jaarlijkse fiscale voordeel van banksparen is uitgegaan van het belastingtarief van 42% voor de situatie top 15 conform de behandeling van de hypotheek.

#### *Ongevallenverzekering*

De ongevallenverzekering kent verschillende varianten. Zo zijn er verzekeringen met en zonder een vergoeding bij overlijden en verzekeringen die voor de uitkering bij blijvende invaliditeit een vaste vergoeding bieden dan wel een extra hoge vergoeding op basis van een progressief uitkeringspercentage. Voor de hoogte van de premie is uitgegaan van een vaste vergoeding van € 5.000 bij overlijden en € 50.000 bij blijvende invaliditeit. Verzekeringen met een progressief uitkeringspercentage bij blijvende invaliditeit zijn niet meegenomen. De meeste ongevallenverzekeringen zijn afhankelijk van het aantal personen waaruit het gezin bestaat (één persoon, twee volwassenen en twee volwassenen met een of meer kinderen)

#### *Opstalverzekeringen*

De premies voor de opstalverzekeringen zijn berekend voor als er sprake is van een eigen woning. De premie voor de opstalverzekering hangt vooral af van de herbouwwaarde van de woning. Verschillende sites berekenen die aan de hand van enkele parameters (inhoud, woonoppervlakte, aantal slaapkamers, bouwwijze). Bij de gebruikte site ([www.geld.nl](http://www.geld.nl)) was het niet nodig om met dergelijke parameters te manipuleren daar de verzekerde waarde volgens de TOF van GfK direct kon worden ingevoerd. In de opstalverzekering is glas meegenomen als verzekerd object. Voor de berekening van de premie is per situatie (top 15 en huishoudtypen) steeds uitgegaan van een en dezelfde locatie (Woerden). Woerden wordt door deskundigen aangemerkt als de stad die het best het gemiddelde weergeeft van de Nederlandse populatie naar demografische kenmerken. Als indicatie voor de ouderdom van de woning is bouwjaar 1990 aangehouden voor alle situaties.

#### *Overlijdensrisicoverzekeringen*

De premies voor de overlijdensrisicoverzekeringen worden bepaald door de leeftijd bij het aangaan van de verzekering. Er is gekozen voor 45 jaar (conform het type huishouden van de verzekerde bij de top 15), een looptijd van 20 jaar en een verzekerd bedrag van € 70.000. Het verzekerde bedrag is afgeleid uit gege-

vens van het Verbond van Verzekeraars (zie Verzekerd van Cijfers 2011). Uit de verkregen premiegegevens blijkt dat premies verschillen tussen man en vrouw. Dit kan samenhangen met het verschil in waardering van het risico van overlijden tussen man en vrouw binnen de verzekeringsduur. Daarom is zowel het voordeel van shoppen berekend voor een man van 45 jaar als voor een vrouw van 45 jaar.

Tevens is gebleken dat sommige verzekeraars een premie berekenen voor de totale verzekeringsduur (van 20 jaar) en sommige verzekeraars voor een deel van de verzekeringsduur (15 jaar of meer) indien er sprake is van een geleidelijke afname van de verzekerde waarde. Bij de vaststelling van de premies voor de prijsvergelijking is uitgegaan van een geleidelijke vermindering van de verzekerde waarde tot 0 over een periode van *20 jaar* met een annuïteitpercentage van 6%. Om een vergelijking tussen premies mogelijk te maken, zijn de totaal te betalen premies gedeeld door het aantal jaren waarvoor de verzekering geldt. Voor de eenvoud en vergelijkbaarheid heeft er geen correctie plaatsgevonden uit hoofde van rentederving in gevolge het verschil in jaren waarin daadwerkelijk premie wordt betaald.

Voor de berekening van de premie is ervan uitgegaan dat de verzekerden niet-rokers zijn (zij hebben tenminste 2 jaar niet gerookt dan wel nooit gerookt).

#### *Rechtsbijstandverzekering*

Voor de rechtsbijstandverzekering is uitgegaan van de gebruikelijke dekkingsmogelijkheden (inkomen, verkeer, wonen, vermogen, fiscale zaken). Op een van de vergelijkingssites konden conflicten met pleziervaartuigen als extra worden meeverzekerd. In verband met de vergelijkbaarheid met andere vergelijkingssites is dit niet meegenomen. Voor extra kosten is een bedrag van *minimaal* € 12.500 aangegeven. Het blijkt dat in de praktijk de verzekerde bedragen voor extra uitgaven variëren tussen € 12.500 en € 50.000 dan wel 'onbeperkt'. De vergelijkingssites maken duidelijk dat er geen direct verband is tussen de hoogte van de premie en de hoogte van het bedrag voor extra kosten die zijn verzekerd. De premie is afhankelijk van de grootte van het huishouden en kent twee niveaus: alleenstaand en twee samenwonende volwassenen, waarbij het niet uitmaakt of het gezin wel of geen kinderen heeft.

#### *Uitvaartverzekering*

Voor de uitvaartverzekering is de aard van de verzekering belangrijk. Voor de prijsvergelijking is uitgegaan van een zogenaamde kapitaalverzekering of een zogenaamde naturasommenverzekering met een verzekerd bedrag van € 7.000. In het laatste geval kan de begunstigde kiezen uit een uitkering van het verzekerde kapitaal bij overlijden van de verzekerde of een verzorging van de uitvaart tot een bedrag, gelijk aan het verzekerde kapitaal.

Verder is de leeftijd van de verzekerde(n) en het geslacht van de verzekerde van belang. Bij sommige uitvaartverzekeringen verschilt de premie tussen man en vrouw bij gelijke leeftijd en dekkingsgraad. Bij weer andere verzekeringen is er geen sprake van een verschil. Om invulling te geven aan de omstandigheid dat premies tussen man en vrouw kunnen verschillen, is bij de berekening van de voordelen van shoppen voor de top 15 uitgegaan van zowel de 'situatie man' als

de 'situatie vrouw' om verschillen te illustreren. Voor de categorie alleenstaanden is uitgegaan van een uitvaartverzekering voor een man.

Uit de vergelijkingssites blijkt dat verzekeringen op uiteenlopende wijzen de premie over de maanden omslaan (soms over een maximum aantal jaren, soms tot een maximum leeftijd). Om premies vergelijkbaar te houden, is voor de berekening van de voordelen van shoppen voor de top 15 en voor de onderscheiden huishoudtypen uitsluitend uitgegaan van verzekeringen met een betaalduur van 30 jaar, mede gezien het feit dat de hoogte van de premie sterk afhankelijk is van de termijn waarbinnen wordt betaald.

### 4.3 Uitgangspunten van de berekeningen

#### *Vaststelling van de prijzen*

Voor de berekening van de voordelen van shoppen is gebruikgemaakt van de prijzen die per product voor de top 15 en de 8 huishoudtypen zijn aangegeven op de in tabel 6 (zie 4.1) genoemde sites. Daarbij is per product de aanpak gevolgd, die is beschreven in 4.2. Voor elke aanbieder is de scherpste prijs genoteerd.

#### *Vaststelling van uitbijters*

Voor de berekeningen zijn de verkregen prijzen gerangschikt van laag tot hoog. Per product is voor de top 15 en de afzonderlijke huishoudtypen nagegaan of er sprake is van uitbijters: dit zijn premies of opbrengsten die dermate naar boven of beneden afwijken van de andere waarnemingen, dat zij kunnen leiden tot een vertekend beeld van de opbrengsten van shoppen. Per product, vallend onder de top 15 c.q. behorend tot de huishoudtypen, zijn de uitbijters vastgesteld op basis van een praktische regel: alle waarden van de uitkomsten die 50% of meer liggen boven het in eerste instantie berekende rekenkundige gemiddelde, zijn aangemerkt als uitbijter, indien er sprake is van een duidelijke trendbreuk ten opzichte van de voorliggende hoogste waarden.

Mogelijke uitbijters *aan de onderkant (goedkoopste alternatief)* zijn opnieuw beoordeeld om na te gaan of er sprake is van een ander product of van een product dat alleen in combinatie met andere diensten kan worden verkregen. Indien hiervan geen sprake is, dan zijn de uitbijters aan de onderkant geaccepteerd zijnde een bijzonder goedkoop product dat toch voldoet aan de gestelde eisen voor het product. Deze waarden zijn dan niet aangemerkt als uitbijter, daar ervan is uitgegaan dat de consument juist op zoek is naar de scherpst mogelijke aanbiedingen. Uitbijters aan de onderkant zijn vastgesteld voor de doorlopende reisverzekering en voor de inboedelverzekeringen. Het blijkt dat deze verzekeringen normaal kunnen worden afgesloten en niet als onderdeel van een bepaald verzekeringspakket. Daarnaast voldoen zij volgens de vergelijkingssites aan de minimumvoorwaarden om te kunnen worden meegenomen voor de berekeningen.

#### *Vaststelling van de gemiddelden en de voordelen van shoppen*

Nadat de reeksen van premies, kosten en opbrengsten per product zijn gecorrigeerd voor de (niet-geaccepteerde) uitbijters, is voor de afzonderlijke reeksen het rekenkundige gemiddelde van de premies, kosten en opbrengsten bepaald. Dit is de gemiddelde oplossing. Vervolgens is per product voor de top 15 en de



huishoudtypen berekend wat het voordelige verschil is tussen de goedkoopste en de gemiddelde oplossing en tussen de goedkoopste en de duurste oplossing. De voordelen zijn berekend in euro's op jaarbasis.

#### *Rekenregels per product*

Hieronder volgen de gebruikte rekenregels per product voor de bepaling van het gemiddelde voordeel (voordeel 1) op jaarbasis en het mogelijke maximumvoordeel van shoppen op jaarbasis (voordeel 2)

#### **Aansprakelijkheidsverzekeringen**

geregistreerd: jaarpremies  
voordeel 1 = gemiddelde jaarpremie -/- laagste jaarpremie)  
voordeel 2 = hoogste jaarpremie -/- laagste jaarpremie)

#### **Autoverzekeringen**

geregistreerd: maandpremies  
voordeel 1 = 12 x (gemiddelde maandpremie -/- laagste maandpremie)  
voordeel 2 = 12 x (hoogste maandpremie -/- laagste maandpremie)

#### **Basisziektekostenverzekering**

geregistreerd: maandpremies  
voordeel 1 = 12 x (gemiddelde maandpremie -/- laagste maandpremie)  
voordeel 2 = 12 x (hoogste maandpremie -/- laagste maandpremie)

#### **Betaalrekeningen**

geregistreerd: jaarkosten  
voordeel 1 = gemiddelde kosten op jaarbasis -/- laagste kosten op jaarbasis  
voordeel 2 = hoogste kosten op jaarbasis -/- laagste kosten op jaarbasis

#### **Doorlopende lening**

geregistreerd: gehanteerd rentepercentage, gemiddeld uitstaand leenbedrag  
berekend: te betalen rente op jaarbasis = leenbedrag x rentepercentage  
voordeel 1 = gemiddelde te betalen rente op jaarbasis -/- laagste te betalen rente op jaarbasis  
voordeel 2 = hoogste te betalen rente op jaarbasis -/- laagste te betalen rente op jaarbasis.

#### **Doorlopende reisverzekering**

geregistreerd: maandpremies  
voordeel 1 = 12 x (gemiddelde maandpremie -/- laagste maandpremie)  
voordeel 2 = 12 x (hoogste maandpremie -/- laagste maandpremie)

#### **Hypothecaire leningen spaar/aflossingsvrij**

geregistreerd: rentepercentage en hypotheekbedrag  
berekend: netto kosten op maandbasis voor rente en spaardeel  
voordeel 1 = 12 x (gemiddelde maandkosten -/- laagste maandkosten)  
voordeel 2 = 12 x (hoogste maandkosten -/- laagste maandkosten)

### **Hypothecaire leningen annuïteit**

geregistreerd: rentepercentage en hypotheekbedrag  
berekend: gemiddelde netto kosten (over de rentevaste periode van 15 jaar) op maandbasis voor rente en aflossen  
voordeel 1 = 12 x (gemiddelde maandkosten -/- laagste maandkosten)  
voordeel 2 = 12 x (hoogste maandkosten -/- laagste maandkosten)

### **Inboedelverzekering**

geregistreerd: maandpremies  
voordeel 1 = 12 x (gemiddelde maandpremie -/- laagste maandpremie)  
voordeel 2 = 12 x (hoogste maandpremie -/- laagste maandpremie)

### **Internetsparen**

geregistreerd 1: rentepercentage dat wordt vergoed op internetspaarrekening  
geregistreerd 2: gemiddeld uitstaand saldo voor het totaal van de internetspaarrekeningen in het huishouden  
berekend: jaarrentebedrag = gemiddeld uitstaand saldo x rentepercentage  
voordeel 1 = hoogste rentebedrag op jaarbasis -/- gemiddelde rentebedrag op jaarbasis  
voordeel 2 = hoogste rentebedrag op jaarbasis -/- laagste rentebedrag op jaarbasis

### **Lijfrente banksparen**

geregistreerd: gehanteerde rente voor banksparen  
berekend: maandbedrag over 240 maanden om € 90.000 op te bouwen  
voordeel 1 = 12 x (gemiddelde maandbedrag -/- laagste maandbedrag)  
voordeel 2 = 12 x (hoogste maandbedrag -/- laagste maandbedrag)

### **Ongevallenverzekering**

geregistreerd: maandpremies  
voordeel 1 = 12 x (gemiddelde maandpremie -/- laagste maandpremie)  
voordeel 2 = 12 x (hoogste maandpremie -/- laagste maandpremie)

### **Opstalverzekeringen**

geregistreerd: maandpremies  
voordeel 1 = 12 x (gemiddelde maandpremie -/- laagste maandpremie)  
voordeel 2 = 12 x (hoogste maandpremie -/- laagste maandpremie)

### **Overlijdensrisicoverzekeringen**

geregistreerd: maandpremies  
voordeel 1 = 12 x (gemiddelde maandpremie -/- laagste maandpremie)  
voordeel 2 = 12 x (hoogste maandpremie -/- laagste maandpremie)

### **Rechtsbijstandverzekering**

geregistreerd: maandpremies  
voordeel 1 = 12 x (gemiddelde maandpremie -/- laagste maandpremie)  
voordeel 2 = 12 x (hoogste maandpremie -/- laagste maandpremie)

## **Uitvaartverzekering**

geregistreerd: maandpremies

voordeel 1 = 12 x (gemiddelde maandpremie -/- laagste maandpremie)

voordeel 2 = 12 x (hoogste maandpremie -/- laagste maandpremie)

### *Voordelen gedurende de levensduur*

Tevens zijn voor enkele producten (doorlopend krediet, hypotheek, lijfrente banksparen, overlijdensrisicoverzekering en uitvaartverzekering) de voordelen berekend voor de gehele looptijd. Daarbij is voor de betreffende producten de navolgende looptijd aangehouden in volledige jaren:

- Doorlopend krediet: 6 jaar. Op internet zijn verschillende voorbeelden te vinden met een theoretische looptijd van 72 maanden. Daarnaast geldt bij verschillende financiers voor persoonlijke leningen een maximale duur van 72 maanden voor de aflossing van de lening (als referentie). Voor autoleningen wordt vaak een theoretische looptijd van 72 maanden genoemd.
- Hypotheek: 15 jaar. Gelijk aan de rentevaste periode van 15 jaar.
- Lijfrente banksparen: 20 jaar (het aantal maanden dat iemand die nu 45 is, moet sparen tot het bereiken van de leeftijd van 65 jaar). Hierbij is ervan uitgegaan dat de spaarder op zijn 65<sup>ste</sup> jaar door middel van een uit te keren lijfrente op basis van zijn opgebouwde spaarbedrag een aanvulling op zijn pensioen ontvangt.
- Overlijdensrisicoverzekering: 20 jaar (het aantal jaren dat iemand die nu 45 is, premie moet betalen tot het bereiken van de leeftijd van 65 jaar). Er is daarbij van uitgegaan dat de verzekerde na zijn 65<sup>ste</sup> jaar de hypotheek dermate heeft afgebouwd dat hij/zij het niet meer noodzakelijk acht hiervoor een extra zekerheid te hebben voor de nabestaanden in de vorm van een overlijdensrisicoverzekering.
- Uitvaartverzekering: 30 jaar. Dit levert de meest bruikbare informatie op om een prijsvergelijking door te voeren.

Voor alle hierboven aangegeven producten is ervan uitgegaan dat de betreffende consument(en) gedurende de gehele aangegeven periode de betalingen of stortingen verricht(en) zoals is aangegeven bij het onderscheiden product.

### **Rekenregel voordelen totale levensduur**

Voor alle producten geldt dat de voordelen per jaar (voordeel 1 en 2) zijn vermenigvuldigd met het aantal jaren dat voor de levensduur van het product is vastgesteld om te komen tot de totale voordelen over de gehele levensduur.



**EIM**  
onderdeel van Panteia

Onderzoek voor Bedrijf & Beleid

BREDEWATER 26  
POSTBUS 7001  
2701 AA ZOETERMEER

T. 079 343 02 00  
F. 079 343 02 02  
E. [INFO@EIM.NL](mailto:INFO@EIM.NL)  
[WWW.EIM.NL](http://WWW.EIM.NL)