

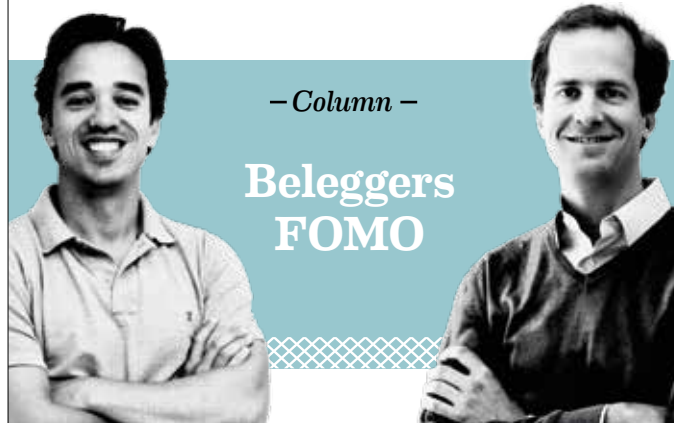


NN GROEP WIL
OPSCHUIVEN
VAN DE HUIDIGE
GENERIEKE
VERZEKERINGEN
NAAR MEER
GEPERSONALI-
SEERDE
PRODUCTEN

individualisering van het productaanbod is bij verzekeringen direct voelbaar in de portemonnee. Hierin verschilt een verzekeraar wezenlijk van een technologiebedrijf, waar het datagebruik vooral niet-financiële gevolgen heeft.

Om te voorkomen dat voor hoog-risico-klienten de premies uiteindelijk te hoog worden, stellen verzekeraars zichzelf grenzen. Het is van belang dit vooral samen te doen, omdat de zwakste schakel uiteindelijk het concurrentieveld bepaalt. Zelf grenzen stellen is belangrijk, want anders zal de toezichthouder ingrijpen met nieuwe regels. Het Verbond van Verzekeraars probeert hierin het voortouw te nemen met een convenant dat inmiddels door de meeste verzekeraars is getekend.

Dit document stelt beperkingen aan het gebruik van data. Met deze vorm van zelfregulering heeft de sector een belangrijke horde genomen en lijkt men gereed om de markt te verrassen met een vernieuwd productaanbod.



– Column –

Beleggers FOMO

Het was alsof iemand aan de noodrem van de wereld trok. Opeens zaten we allemaal thuis: ons werk – voor zover mogelijk – overgeheveld naar Zoom.

Ons hectische sociale leven op de waakvlam. De wandeling met de hond nu een groots avontuur. De daaropvolgende maanden gingen gepaard met uiteenlopende emoties. Uiteraard angst voor onze gezondheid en de economie. Maar voor veel mensen waren er ook positieve bijeffecten. Zoals een keer *echt* rust, zonder de angst om iets spannends te missen. Er waren immers geen hippe feesten, diners of must-see films en theaterstukken die je FOMO (*fear of missing out*) konden bezorgen.

Op de beurs was de rust juist ver te zoeken. De initiële angst dat de economie en daarmee ook de beurs ten onder zou gaan, zorgde voor harde koersklappen. Kort daarna volgde een onverwachte wederopstanding, aangevoerd door de technologiesector. Aandelen als Apple en Amazon stormden voorop, maar ook 'kleinere' spelers als Shopify, Zoom en Fastly noteerden koersstijgingen van 300 tot 700 procent. De Amerikaanse tech-sector is in zijn eentje nu meer waard dan alle Europese beurzen bij elkaar.

Zulke adembenemende resultaten kunnen leiden tot

acute beleggers-FOMO, met verre van rustgevende gedachten tot gevolg: "Ik zei nog dat dit ging gebeuren, waarom heb ik die aandelen niet gewoon gekocht? Ben ik nu het beste feest ooit aan het missen?" Het grootste risico van deze aan-doening: dat je voor de hoofdprijs alsnog een toegangskaartje koopt, net voordat de band stopt met spelen.

Er is een simpele manier om beleggers-FOMO te voorkomen: als je investeert in een wereldwijd indexfonds ben je automatisch in alle winnaars belegd en zo te gast op elk feest. En als je daarvoor alleen geld gebruikt dat je voorlopig niet nodig hebt, betekent een pauze van de band niet meteen het einde van de vreugde, maar een mooie gelegenheid om kaartjes bij te kopen voor de volgende partij.



**MARIUS KERDEL EN
JOLMER SCHUKKEN**

zijn oprichters van Triple Partners
en auteurs van *De Beleggingsillusie*
www.debeleggingsillusie.nl