

Monitor Overstapseizoen zorgverzekering 2021- 2022

Rob Timans
Wytske Meekes
Frank van der Hulst
Laurens Holst
Anne Brabers
Judith de Jong



NIVEL

Kennis voor betere zorg

Het Nivel levert kennis om de gezondheidszorg in Nederland beter te maken. Dat doen we met hoogwaardig, betrouwbaar en onafhankelijk wetenschappelijk onderzoek naar thema's met een groot maatschappelijk belang. 'Kennis voor betere zorg' is onze missie. Met onze kennis dragen we bij aan het continu verbeteren en vernieuwen van de gezondheidszorg. We vinden het belangrijk dat mensen in staat zijn om deel te nemen aan de samenleving. Ons onderzoek draait uiteindelijk om de vraag hoe we de zorg voor de patiënt kunnen verbeteren. Alle onderzoeken publiceert het Nivel openbaar, dat is statutair vastgelegd.

Maart 2022

ISBN 978-94-6122-727-0

030 272 97 00

Nivel@nivel.nl

www.nivel.nl

© 2022 Nivel, Postbus 1568, 3500 BN UTRECHT

Gegevens uit deze uitgave mogen worden overgenomen onder vermelding van Nivel en de naam van de publicatie. Ook het gebruik van cijfers en/of tekst als toelichting of ondersteuning in artikelen, boeken en scripties is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.

Voorwoord

Voor u ligt het rapport Monitor Overstapseizoen zorgverzekering 2021-2022 waarin inzicht wordt geboden in het overstapseizoen 2021-2022 op zes thema's: 1) het polisaanbod, 2) koppelverkoop en sturende elementen, 3) (nagenoeg) gelijke polissen, 4) de contractering, 5) vergelijkingssites en 6) reclames en cadeaus. Dit onderzoek heeft het Nivel in opdracht van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) uitgevoerd. In het onderzoek is gebruik gemaakt van gegevens afkomstig uit analyses van websites van zorgverzekeraars en vergelijkingssites, een analyse van het taalniveau en de begrijpelijkheid van informatie op websites van zorgverzekeraars, een analyse van reclame-uitingen van zorgverzekeraars, een vragenlijst onder panelleden van het Nivel Consumentenpanel Gezondheidszorg en een werksessie met verzekerden.

We willen alle respondenten aan het vragenlijstonderzoek en de deelnemers aan de werksessie bedanken voor hun deelname aan dit onderzoek.

De auteurs
Maart, 2022

Inhoud

Voorwoord	3
Samenvatting	6
1 Inleiding	10
1.1 Achtergrond	10
1.2 Eerdere edities van de Overstapmonitor	10
1.3 Doel en vraagstellingen	11
1.4 Leeswijzer	14
2 Polisaanbod	15
2.1 Inleiding	15
2.2 Informatie over type polis is goed te vinden, maar vergelijken is lastig	16
2.3 Verschillen tussen polissen zijn vaak niet duidelijk voor verzekerden	18
2.4 Niet alle polissen van zorgverzekeraars zijn te zien op vergelijkingssites	20
2.5 Bruikbaarheid van de informatie van zorgverzekeraars scoort laag	22
2.6 Meeste verzekerden hebben geen informatie over premieopbouw ontvangen	25
2.7 Informatie over het polisaanbod voor veel mensen moeilijk te begrijpen	29
2.8 Weinig websites zetten instrumenten in om begrijpelijkheid te vergroten	30
3 Koppelverkoop en sturende elementen	32
3.1 Inleiding	32
3.2 Meeste verzekerden zijn niet op de hoogte van koppelverkoop	33
3.3 Bijna de helft van de websites gebruikt sturende elementen	35
4 Nagenoeg gelijke polissen	39
4.1 Inleiding	39
4.2 Op de meeste websites informatie over (nagenoeg) gelijke polissen te vinden als dit van toepassing is	40
4.3 Zoeken naar informatie over (nagenoeg) gelijke polissen is lastig	40
4.4 Wisselend beeld bij bruikbaarheid en begrijpelijkheid van de informatie over (nagenoeg) gelijke polissen	42
4.5 Informatie over nagenoeg gelijke polissen is moeilijk te begrijpen	43
5 Contractering	44
5.1 Inleiding	44
5.2 Informatie over selectieve contractering is makkelijk te vinden	45
5.3 Vindbaarheid van informatie over afgesloten contracten met zorgaanbieders verschilt per website	47
5.4 Voor veel verzekerden is het niet duidelijk waarom met bepaalde zorgaanbieders geen contract wordt afgesloten	50
5.5 Merendeel van de websites maakt melding over niet afgeronde contractering	52
5.6 Van de meeste teksten over contractering is het taalniveau B2	54

6	Vergelijkingssites	55
6.1	Inleiding	55
6.2	Meerderheid verzekeren heeft wel eens een vergelijkingssite gebruikt	56
6.3	Vergelijkingssites maken inzichtelijk welke verzekeraars wel of niet worden opgenomen in de vergelijking	56
6.4	De ranking op vergelijkingssites wordt bepaald op basis van de prijs of de combinatie van prijs en kwaliteit	58
6.5	Vergelijkingssites transparant over de ontvangen provisie	59
6.6	Er zijn verschillen in de ontvangen provisie, maar die beïnvloeden de ranking niet volgens de vergelijkingssites	61
7	Reclames en cadeaus	63
7.1	Inleiding	63
7.2	Reclames van zorgverzekeraars richten zich op een brede doelgroep	64
7.3	Cadeaus worden niet vaak aangeboden op websites van zorgverzekeraars	66
7.4	Meeste verzekeren geven aan zich niet te laten beïnvloeden door cadeaus	68
8	Conclusie en beschouwing	72
	Literatuur	76
	Bijlage A Methodes	77
A1	Websiteanalyses	77
A2	Vragenlijst	78
A3	Werksessie	80
A4	Reclames	82
	Bijlage B Vragenlijst Consumentenpanel	83
	Bijlage C Analyses BureauTaal	92
C1	Rapport opgesteld door BureauTaal	92
C2	Overzicht expertoordeel polisoverzichten*	99
	Bijlage D Resultaten per website	101
D1	Zorgverzekeraars en labels	101
D2	Vergelijkingssites	133
	Bijlage E Werksessie	141
E1	Programma werksessie	141
E2	Huiswerkopdrachten	144
E3	Resultaten huiswerkopdrachten	154

Samenvatting

Verzekerden kunnen ieder jaar wisselen van zorgverzekeraar tijdens het overstapseizoen (half november tot en met eind januari). Dat houdt zorgverzekeraars scherp om hun best te doen om polissen aan te bieden die goed passen bij de situatie en voorkeuren van verzekerden. Voor verzekerden is het belangrijk dat zij een keuze kunnen maken op basis van informatie die goed te vinden en begrijpelijk is.

Om de ontwikkelingen op de zorgverzekeringsmarkt rond het overstappen in de gaten te houden heeft het Nivel, in opdracht van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), een monitor ontwikkeld gericht op de activiteiten van zorgverzekeraars in het overstapseizoen 2021-2022. Hierin is ook gekeken naar de activiteiten van vergelijkingssites. Dit zijn websites die zorgverzekeringen met elkaar vergelijken en deze dan rangschikken.

Het doel van deze monitor is om inzicht te bieden in het overstapseizoen 2021-2022 op zes thema's: (1) het polisaanbod, (2) koppelverkoop en sturende elementen, (3) nagenoeg gelijke polissen, (4) contractering, (5) vergelijkingssites, en (6) reclames en cadeaus. We hebben hiervoor gebruik gemaakt van vijf verschillende methoden: websiteanalyses van 32 zorgverzekeraars en labels en 8 vergelijkingssites; vragenlijst onder leden van het Nivel Consumentenpanel Gezondheidszorg; werksessie in combinatie met huiswerkopdrachten voor verzekerden; analyse van het taalniveau en de begrijpelijkheid van websiteteksten door BureauTaal; en analyse van reclame-uitingen van zorgverzekeraars.

Polisaanbod

Er worden in Nederland door verschillende zorgverzekeraars basisverzekeringen aangeboden. Deze zorgverzekeraars bieden vaak meerdere soorten basisverzekeringen aan, zoals een naturapolis en een restitutiepolis. Deze polissen zijn goed vindbaar voor verzekerden, maar verschillen tussen verschillende naturapolissen die door dezelfde zorgverzekeraar worden aangeboden zijn voor verzekerden lastig aan te geven (werksessie). Ook geeft twee vijfde (41%) van de verzekerden aan niet te weten wat de verschillen zijn tussen verschillende soorten basisverzekeringen, zoals een naturapolis en een restitutiepolis (vragenlijst Consumentenpanel). Polisoverzichten bevatten vaak formeel taalgebruik en moeilijke woorden die de begrijpelijkheid verminderen (analyse BureauTaal). In het algemeen vindt bijna twee op de vijf verzekerden (37%) de informatie van zorgverzekeraars (helemaal) niet bruikbaar voor het kiezen van een zorgverzekering (vragenlijst Consumentenpanel). Toch geeft meer dan de helft van de verzekerden (58%) aan er redelijk of heel overtuigd van te zijn dat ze voldoende informatie hebben ontvangen om een weloverwogen keuze te maken voor een zorgverzekering (vragenlijst Consumentenpanel).

Koppelverkoop en sturende elementen

Verzekerden die zich willen verzekeren voor extra zorg die niet door de basisverzekering vergoed wordt, kunnen een aanvullende verzekering afsluiten. Zij kunnen ervoor kiezen om deze aanvullende verzekering bij een andere zorgverzekeraar af te sluiten dan hun basisverzekering. Bijna de helft van de verzekerden (49%) weet dat een basisverzekering en een aanvullende verzekering bij verschillende verzekeraars af te sluiten is (vragenlijst Consumentenpanel). Anders is dat als het gaat om koppelverkoop, waar 77% van de verzekerden niet van op de hoogte is (vragenlijst Consumentenpanel). Bij koppelverkoop kunnen verzekerden bepaalde aanvullende verzekeringen

alleen afsluiten als ze voor een specifieke basisverzekering van die verzekeraar hebben gekozen. Bij sommige verzekeraars beperkt de keuze voor een bepaalde basisverzekering dus het aantal aanvullende verzekeringen waar verzekerden uit kunnen kiezen. Een verklaring voor het feit dat driekwart van de verzekerden hiervan niet op de hoogte is, kan zijn dat ze hier niet mee te maken hebben gehad. Een andere manier van zorgverzekeraars om de keuze voor een zorgverzekering te sturen is door het inzetten van sturende elementen. Een voorbeeld hiervan is een label 'meest gekozen' bij een polis. Op bijna de helft van de 32 websites die onderzocht zijn, zijn sturende elementen te vinden (websiteanalyse). De meeste deelnemers aan de werksessie geven aan zich niet door sturende elementen te laten beïnvloeden (werksessie).

Nagenoeg gelijke polissen

Op grond van de "Regeling informatieverstrekking ziektekostenverzekeraars aan consumenten"¹ zijn zorgverzekeraars verplicht om polissen die binnen een concern of door een individuele zorgverzekeraar worden aangeboden en (nagenoeg) gelijk zijn te vermelden op hun website. Polissen zijn (nagenoeg) gelijk als de verzekerde prestaties en de keuzemogelijkheden tussen zorgaanbieders en andere diensten (vrijwel) overeenkomen. Op alle websites waar informatie over (nagenoeg) gelijke polissen te vinden zou moeten zijn was dit inderdaad te vinden (websiteanalyses). Deelnemers aan de werksessie waren onbekend met de term en het fenomeen. Zij vonden het zoeken naar (nagenoeg) gelijke polissen lastig. De meeste deelnemers vonden de informatie over (nagenoeg) gelijke polissen niet bruikbaar bij het overstappen (werksessie). De informatie over (nagenoeg) gelijke polissen wordt gegeven in de vorm van tabellen. Deze tabellen zijn moeilijk te begrijpen doordat het doel niet duidelijk is, er veel informatie in staat, er vaktermen worden gebruikt (zoals restitutieverzekering) en er gebruik wordt gemaakt van onpersoonlijke taal (analyse BureauTaal).

Contractering

Zorgverzekeraars hoeven niet met alle zorgaanbieders een contract af te sluiten. Dit wordt selectief contracteren genoemd. Deelnemers aan de huiswerkopdracht konden makkelijk vinden in hoeverre er selectief gecontracteerd is bij een specifieke polis. Zestien van de 17 deelnemers die een huiswerkopdracht hebben ingeleverd hebben gevonden of bij een specifieke polis alle zorgaanbieders zijn gecontracteerd (huiswerkopdracht). De voorwaarden met betrekking tot selectieve contractering zijn niet altijd even begrijpelijk voor verzekerden. Bijna een kwart (23%) vindt de informatie van de zorgverzekeraar over de vergoeding wanneer je naar een niet gecontracteerde zorgaanbieder gaat (zeer) onbegrijpelijk (vragenlijst Consumentenpanel). Dit komt met name vanwege moeilijke termen als 'maximaal 75%', of 'marktconform' (werksessie). Voor de helft (53%) van de verzekerden is het bovendien (zeer) onduidelijk waarom zorgverzekeraars met bepaalde zorgaanbieders geen contract hebben afgesloten (vragenlijst Consumentenpanel). Daarnaast zijn tijdens het overstapseizoen nog niet alle contracten tussen zorgverzekeraars en zorgaanbieders afgesloten. Voor verzekerden is het van belang om te weten hoe een zorgverzekeraar omgaat met de vergoeding van zorg als er nog geen contract met de zorgverlener is afgesloten. De meeste zorgverzekeraars maakten zowel aan het begin (28 van de 32 websites) als aan het eind van het overstapseizoen (31 van de 32 websites) melding over niet afgeronde contractering (websiteanalyses). De meeste teksten over niet afgeronde contractering zijn moeilijk te begrijpen voor verzekerden, omdat deze taalniveau B2 of hoger hebben (14 van de 16 teksten, analyse

¹ https://puc.overheid.nl/nza/doc/PUC_289900_22/1/

BureauTaal). Twee teksten, van verschillende zorgverzekeraars, hebben taalniveau B1 en zijn dus voor de meerderheid van de mensen begrijpelijk (analyse BureauTaal).

Vergelijkingssites

Het hoge aantal polissen in Nederland maakt het moeilijk voor verzekerden om deze zelf allemaal stuk voor stuk te vergelijken. Vergelijkingssites maken het mogelijk om verschillende polissen in één overzicht met elkaar te vergelijken. Het merendeel (93%) van de verzekerden weet van het bestaan van vergelijkingssites af en 59% zegt hier wel eens gebruik van te hebben gemaakt (vragenlijst Consumentenpanel). De door ons onderzochte vergelijkingssites maken inzichtelijk welke verzekeraars wel of niet worden opgenomen en vermelden daarbij ook allen wat de overwegingen zijn om bepaalde verzekeraars niet mee te nemen in de ranking (websiteanalyses). Toch zegt maar een deel van de verzekerden dat zij hierover geïnformeerd zijn: van de 59% die wel eens een vergelijkingssite heeft gebruikt, geeft een vijfde (19%) aan door de vergelijkingssite te zijn geïnformeerd over welke zorgverzekeringen werden meegenomen in de vergelijking (dit betreft 10% van alle verzekerden, vragenlijst Consumentenpanel). Bijna de helft van de verzekerden (48%) die wel eens gebruik hebben gemaakt van een vergelijkingssite, geeft aan op geen enkele manier geïnformeerd te zijn over de elementen die de ranking bepalen (dit betreft 26% van alle verzekerden, vragenlijst Consumentenpanel). De meerderheid (65%) van alle verzekerden is op de hoogte van het feit dat een vergelijkingssite provisie ontvangt (vragenlijst Consumentenpanel). Daarnaast geeft een klein deel (6%) van de verzekerden die wel eens een vergelijkingssite hebben gebruikt aan hierover geïnformeerd te zijn door de vergelijkingssite (dit betreft 3% van alle verzekerden). Van de 17 deelnemers die een huiswerkopdracht hebben ingeleverd, gaven er 11 aan informatie over de ontvangen provisie gevonden te hebben. Zij gaven over het algemeen aan dat zij deze informatie snel konden vinden en dat de vergelijkingssite hier helder in was. Volgens informatie op de vergelijkingssites beïnvloeden verschillen in ontvangen provisie en/of gemaakte afspraken de ranking niet (websiteanalyse).

Reclame en cadeaus

In een competitieve markt, zoals de zorgverzekeringsmarkt, komt het vaak voor dat aanbieders zich niet alleen proberen te onderscheiden op prijs en/of kwaliteit, maar ook proberen om bepaalde doelgroepen aan te spreken. Reclames zijn voor aanbieders traditioneel een belangrijk middel om te communiceren met hun doelgroep(en). Verzekeraars richten zich in hun reclame-uitingen op een brede doelgroep als het gaat om gender en huidskleur. Naar leeftijd maken verzekeraars wel meer onderscheid in hun reclame-uitingen; in sommigen zijn vooral mensen van middelbare leeftijd te zien, in andere jongeren of een mix van leeftijden (analyse reclame-uitingen).

Cadeaus of het aanbieden van andere voordelen voor klanten zijn ook een manier waarop aanbieders met elkaar wedijveren om de gunst van de klant. Het leek er in de afgelopen jaren op dat dit op de zorgverzekeringsmarkt ook steeds meer gebeurde. Voor het overstapseizoen 2021-2022 hebben zorgverzekeraars daar echter afspraken over gemaakt waarmee het aanbieden van cadeaus door zorgverzekeraars wordt beperkt.² Voor vergelijkingssites geldt deze afspraak niet. Vijf van de acht vergelijkingssites bieden cadeaus aan (websiteanalyse). Bij zorgverzekeraars gebeurt dat relatief veel minder: op vijf van de 32 websites van zorgverzekeraars werden cadeaus aangeboden aan verzekerden (websiteanalyse). Bij zowel de websites van zorgverzekeraars als de vergelijkingssites was er geen duidelijke doelgroep voor de cadeaus (websiteanalyses). Acht procent van de verzekerden zegt wel eens een cadeau te hebben ontvangen van een zorgverzekeraar of

² Zorgverzekeraars Nederland, 2021: 8

vergelijkingssite, voornamelijk omdat ze een polis afsloten (vragenlijst Consumentenpanel). De meeste verzekerden geven aan zich niet door dit cadeau te laten beïnvloeden bij de keuze van hun zorgverzekering (vragenlijst Consumentenpanel en werksessie).

Conclusie

Een belangrijke bevinding uit dit onderzoek is dat informatie vaak wel te vinden is op de websites van zorgverzekeraars en vergelijkingssites, maar dat deze niet altijd goed te begrijpen is voor verzekerden. Dit zien we vooral bij informatie over polissen. Verbetering is mogelijk door minder moeilijke woorden en abstracte termen in polisoverzichten te gebruiken en de terminologie in overzichten van verzekeraars consistent te maken.

1 Inleiding

1.1 Achtergrond

De Zorgverzekeringswet van 2006 heeft marktwerking geïntroduceerd in het Nederlandse zorgstelsel. Er zijn drie markten gecreëerd waarop private partijen, onder toezicht van overheidsinstanties, actief zijn: de zorginkoopmarkt, de zorgaanbiedersmarkt en de zorgverzekeringsmarkt. Op deze laatste markt ontmoeten zorgverzekeraars en verzekerden elkaar. De concurrentie tussen de zorgverzekeraars om de gunst van de verzekerden is een belangrijk middel om de kwaliteit van zorg te waarborgen en de prijzen van zorgverzekeringspolissen zo laag mogelijk te houden. Als verzekerden niet tevreden zijn, of ergens anders een verzekering kunnen krijgen die beter aansluit bij hun wensen, kunnen ze overstappen. Dit zorgt voor concurrentie tussen zorgverzekeraars die daardoor gestimuleerd worden om een goed aanbod te doen. Verzekerden hebben jaarlijks de mogelijkheid om te wisselen van verzekeraar. Dat kan gedurende het zogenaamde overstapseizoen van half november tot en met eind januari. Dat is meteen de periode van de grootste activiteit op de markt: zorgverzekeraars bieden hun polissen aan, waaruit verzekerden een keuze moeten maken. In het overstapseizoen 2021-2022 zijn 1,2 miljoen verzekerden gewisseld van zorgverzekeraar (6,7% van de verzekerden; Vektis 2022). Het aanbod is groot. Er worden verzekeringen aangeboden vanuit concerns (koepels voor verschillende zorgverzekeraars en labels), door zorgverzekeraars (min of meer zelfstandig opererende bedrijven binnen de concerns), labels (onderdeel van een verzekeraar) en volmachten (ondernemingen die verzekeringen van een andere verzekeraar aanbieden). Er zijn in Nederland in 2022 tien concerns met in totaal negentien zorgverzekeraars, zestien labels en één volmacht (Zorgwijzer.nl). Bovendien bieden de verschillende zorgverzekeraars en labels vaak verschillende soorten polissen aan.

Om de zorgverzekeringsmarkt zo goed mogelijk te laten functioneren moet het voor verzekerden zo gemakkelijk mogelijk worden gemaakt om te wisselen van zorgverzekeraar. Verzekerden moeten een weloverwogen keuze kunnen maken uit het aanbod, zodat zij een polis kiezen die past bij hun wensen en voorkeuren. Dat vereist een volledige en duidelijke presentatie van de polissen die de zorgverzekeraars aanbieden, waarbij cruciale informatie over de polissen gemakkelijk te vinden én te begrijpen is. Het is verder belangrijk dat die informatie ook bruikbaar is voor verzekerden om een keuze te maken.

Om de ontwikkelingen op de zorgverzekeringsmarkt in de gaten te houden heeft het Nivel, in opdracht van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), een monitor ontwikkeld gericht op de activiteiten van zorgverzekeraars in het overstapseizoen 2021-2022. Hierin is ook gekeken naar de activiteiten van vergelijkingsites. Dit zijn websites die zorgverzekeringen met elkaar vergelijken en deze dan rangschikken.

1.2 Eerdere edities van de Overstapmonitor

Eerder zijn de Monitor overstapseizoen 2015-2016 en de Monitor overstapseizoen 2017-2018 verschenen (Van Esch e.a. 2018; De Bekker e.a. 2017). In deze edities werd gekeken naar de informatievoorziening op de websites van de zorgverzekeraars, volmachten en een aantal

vergelijkingssites. De conclusie van beide monitors was dat er over het algemeen een stijgende lijn zat in de hoeveelheid aangeboden informatie, maar ook dat die voor veel mensen vaak lastig te vinden en te begrijpen was. Om te bekijken of deze trend zich doorzet onderzoeken we in deze overstapmonitor net als in voorgaande jaren de aanwezigheid, vindbaarheid en begrijpelijkheid van informatie op websites van zorgverzekeraars en vergelijkingssites. Nieuw in deze editie is een analyse van de aanwezigheid van sturingsmechanismen op deze sites. In hoeverre wordt de aandacht van verzekerden door middel van kortingen, cadeaus en aanbevelingen gericht op een bepaalde polis? Verder onderzoeken we dit jaar ook de reclame-uitingen van de verzekeraars als onderdeel van de communicatie met verzekerden.

1.3 Doel en vraagstellingen

Het doel van deze monitor is om inzicht te bieden in het overstapseizoen 2021-2022 op zes thema's: (1) het polisaanbod, (2) koppelverkoop en sturende elementen, (3) (nagenoeg) gelijke polissen, (4) de contractering, (5) vergelijkingssites, en (6) reclames en cadeaus. Bij ieder thema hoort een aantal onderzoeksvragen, welke te vinden zijn in de tabellen 1.1 tot en met 1.6. Elke onderzoeksvraag hebben we beantwoord door één of meerdere methoden te gebruiken. In deze Overstapmonitor hebben we vijf methoden gebruikt, welke kort beschreven staan in Box 1. Bijlage A geeft een uitgebreidere omschrijving van de gebruikte methoden.

Box 1 Methoden in het kort

- **Websiteanalyses:** We analyseerden de websites van 32 verzekeraars en labels en acht vergelijkingssites met behulp van gestructureerde invulbladen, in de periode november tot en met december 2021.
- **Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg:** In december 2021 is een vragenlijst verstuurd naar 1.500 leden van het Nivel Consumentenpanel Gezondheidszorg. We ontvingen bruikbare antwoorden van 792 respondenten (respons van 53%).
- **Werkessie:** Op vrijdag 28 januari 2022 hebben negentien verzekerden meegedaan aan een online werksessie. Deze verzekerden zijn geworven via het Consumentenpanel Gezondheidszorg en werden verspreid over een ochtend en een middagsessie. Van tevoren werd aan de deelnemers gevraagd om een aantal **huiswerkopdrachten** te maken. Zeventien deelnemers hebben de huiswerkopdrachten teruggestuurd aan het Nivel. De huiswerkopdrachten werden in de gezamenlijke sessie besproken. Daarna werd gezamenlijk een aantal opdrachten uitgevoerd aan de hand van voorbeelden van websites van zorgverzekeraars en vergelijkingssites. Hierin zijn we ingegaan op de vindbaarheid, begrijpelijkheid en bruikbaarheid van informatie.
- **Analyse van het taalniveau en begrijpelijkheid van informatie:** Deze analyses zijn uitgevoerd door BureauTaal. Zij hebben het taalniveau van teksten op de websites geanalyseerd met gebruik van het programma Texamen, en een expert oordeel gegeven over de begrijpelijkheid van een aantal overzichten die zorgverzekeraars op hun website gebruiken.
- **Beschrijving en analyse van reclame-uitingen van zorgverzekeraars:** We hebben reclames van zorgverzekeraars op tv, radio, sociale media en in kranten verzameld en beschreven.

Tabel 1.1 *Overzicht onderzoeksvragen en gebruikte methoden thema ‘Polisaanbod’*

Onderzoeksvragen	Methoden
Kunnen verzekerden informatie vinden over type polis?	Werksessie
Begrijpen verzekerden het verschil tussen polissen indien verzekeraar meerdere polissen aanbiedt?	Vragenlijst Consumentenpanel
Wat zijn de verschillen in aanbod van polissen via eigen website van zorgverzekeraar en het aanbod op vergelijkingssites?	Websiteanalyses zorgverzekeraars en vergelijkingssites
Vinden verzekerden de informatie van zorgverzekeraars goed bruikbaar in het keuzeproces?	Vragenlijst Consumentenpanel
Wat vinden verzekerden van de informatie over de opbouw van de premie, waarvoor kunnen zij deze informatie gebruiken?	Werksessie en vragenlijst Consumentenpanel
Wat is het taalniveau van de informatie over het polisaanbod? Welke instrumenten zetten zorgverzekeraars in om informatie begrijpelijk over te brengen?	Websiteanalyses zorgverzekeraars en analyse taalniveau

Tabel 1.2 *Overzicht onderzoeksvragen en gebruikte methoden thema ‘Koppelverkoop en sturende elementen’*

Onderzoeksvragen	Methoden
Zijn verzekerden zich ervan bewust dat er soms koppelverkoop tussen basisverzekering en aanvullende verzekering is? Kiezen mensen op basisverzekering, totaal, of aanvullende verzekering?	Vragenlijst consumentenpanel
In hoeverre is de verzekeraar sturend in keuze voor polis? (Meest gekozen, polis als standaard al aanvinken bij premie berekenen)	Websiteanalyses zorgverzekeraars
In hoeverre laten verzekerden zich sturen door elementen als ‘meest gekozen’ en een standaard keuze die is aangevinkt?	Werksessie

Tabel 1.3 *Overzicht onderzoeksvragen en gebruikte methoden thema ‘(Nagenoeg) gelijke polissen’*

Onderzoeksvragen	Methoden
Op welke wijze wordt een verzekerde geïnformeerd over (nagenoeg) gelijke polissen?	Websiteanalyses zorgverzekeraars
Kunnen verzekerden vinden of er nog vergelijkbare polissen (binnen een concern) zijn?	Werksessie
Kunnen verzekerden het overzicht van vergelijkbare polissen, dat zorgverzekeraars verplicht zijn om aan te bieden, vinden, en is deze informatie bruikbaar bij het overstappen?	Werksessie
Wat is het taalniveau van de informatie over (nagenoeg) gelijke polissen?	Analyse taalniveau

Tabel 1.4 *Overzicht onderzoeksvragen en gebruikte methoden thema ‘Contractering’*

Onderzoeksvragen	Methoden
Kan een verzekerde vinden in hoeverre er selectief is gecontracteerd?	Werksessie
Kan een verzekerde makkelijk vinden of een specifieke zorgaanbieder is gecontracteerd?	Werksessie
Is het voor een verzekerde duidelijk waarom bepaalde zorgaanbieders (niet) gecontracteerd zijn?	Vragenlijst Consumentenpanel en Werksessie
Hoe wordt omgegaan met contractering die nog niet is afgerond tijdens het overstapeseizoen? Wijzigt dit tijdens het overstapeseizoen? Hoe wordt de verzekerde hierover geïnformeerd?	Websiteanalyses zorgverzekeraars
Wat is het taalniveau van de informatie over de contractering?	Analyses taalniveau

Tabel 1.5 *Overzicht onderzoeksvragen en gebruikte methoden thema ‘Vergelijkingssites’*

Onderzoeksvragen	Methoden
In hoeverre wordt inzichtelijk gemaakt welke zorgverzekeraars meegenomen worden in de vergelijking?	Websiteanalyses vergelijkingssites
Welke elementen nemen vergelijkingssites mee bij het bepalen van de ranking?	Websiteanalyses vergelijkingssites
Op welke wijze wordt de verzekerde geïnformeerd over de ontvangen provisie door vergelijkingssites?	Websiteanalyses vergelijkingssites
In hoeverre is de ontvangen provisie van invloed op de ranking? En op welke wijze wordt de verzekerde hierover geïnformeerd?	Websiteanalyses vergelijkingssites en vragenlijst Consumentenpanel

Tabel 1.6 Overzicht onderzoeksvragen en gebruikte methoden thema 'Reclames en cadeaus'

Onderzoeksvragen	Methoden
Overzicht van reclame-uitingen van verzekeraars. Welke kanalen worden gebruikt en op welke doelgroepen richten zorgverzekeraars zich specifiek?	Beschrijving en analyse van reclame-uitingen
Worden er bij het afsluiten van een zorgverzekering/gedurende het jaar cadeaus aangeboden door zorgverzekeraar of vergelijkingssite?	Websiteanalyses zorgverzekeraars en vergelijkingssites en vragenlijst Consumentenpanel
Om wat voor soort cadeaus gaat het hier?	Websiteanalyses zorgverzekeraars en vergelijkingssites en vragenlijst Consumentenpanel
Voor welke doelgroep?	Websiteanalyses zorgverzekeraars en vergelijkingssites
Met welk doel wordt het cadeau geven?	Websiteanalyses zorgverzekeraars en vergelijkingssites
In hoeverre laten verzekerden zich naar een bepaalde polis sturen door (welkomst)cadeaus?	Werk sessie en vragenlijst Consumentenpanel

1.4 Leeswijzer

We beschrijven de resultaten van het onderzoek aan de hand van de zes thema's. Het eerste thema betreft het polisaanbod. De resultaten van dit thema worden besproken in hoofdstuk 2. In hoofdstuk 3 worden de resultaten van het thema koppelverkoop en sturende elementen beschreven. Het thema (nagenoeg) gelijke polissen wordt in hoofdstuk 4 besproken. Hoofdstuk 5 gaat over het thema contractering. In hoofdstuk 6 komen de resultaten van het thema vergelijkingssites aan bod. Hoofdstuk 7 behandelt het themareclames en cadeaus. In hoofdstuk 8 volgen de belangrijkste conclusies en een beschouwing.

2 Polisaanbod

Belangrijkste resultaten

- Polissen zijn goed vindbaar, maar verschillen tussen naturapolissen van dezelfde zorgverzekeraar zijn voor verzekerden lastig aan te geven (werksessie).
- Twee vijfde (41%) van de verzekerden geeft aan niet te weten wat de verschillen zijn tussen verschillende soorten basisverzekeringen (vragenlijst Consumentenpanel).
- Niet alle polissen van alle zorgverzekeraars zijn terug te vinden of af te sluiten op vergelijkingssites. Het aanbod kan ook veranderen tijdens het overstapseizoen (websiteanalyses).
- Bijna twee op de vijf verzekerden (37%) vindt de informatie van zorgverzekeraars (helemaal) niet bruikbaar voor het kiezen van een zorgverzekering (vragenlijst Consumentenpanel).
- Toch geeft meer dan de helft van de verzekerden (58%) aan er redelijk of heel overtuigd van te zijn dat ze voldoende informatie hebben ontvangen om een weloverwogen keuze te maken voor een zorgverzekering (vragenlijst Consumentenpanel).
- Meer dan driekwart van de verzekerden (78%) geeft aan in de afgelopen twee jaar geen informatie te hebben ontvangen over waaraan de premie van de zorgverzekering is besteed, maar ruim de helft (53%) zou dit wel willen (vragenlijst Consumentenpanel).
- Polisoverzichten bevatten vaak formeel taalgebruik en moeilijke woorden die de begrijpelijkheid verminderen (analyse BureauTaal).

2.1 Inleiding

Er worden in Nederland door verschillende zorgverzekeraars basisverzekeringen aangeboden. Deze zorgverzekeraars bieden vaak meerdere soorten basisverzekeringen aan, zoals een naturapolis en een restitutiepolis. Ook kunnen zorgverzekeraars meerdere naturapolissen aanbieden. Daarnaast maakt een aantal zorgverzekeraars gebruik van zogenaamde labels om specifieke doelgroepen te bereiken, zoals mensen die werkzaam zijn in een bepaald beroep. Hierdoor neemt het aantal verschillende basisverzekeringen verder toe. Bovendien bieden verzekeraars en labels naast de basisverzekeringen vaak ook nog aanvullende verzekeringen aan. Met een aanvullende verzekering kan een verzekerde zorg verzekeren die niet door de basisverzekering vergoed wordt. Ook die aanvullende verzekeringen zijn er in allerlei soorten en maten. Dat maakt het voor verzekerden vaak lastig om een keuze te maken. Daarom moet de informatie over polissen op de websites van zorgverzekeraars goed vindbaar, begrijpelijk en bruikbaar zijn. In dit hoofdstuk beantwoorden we een aantal vragen over het polisaanbod die daarover gaan:

1. *Kunnen verzekerden informatie vinden over het type polis? (Paragraaf 2.2)*
2. *Begrijpen verzekerden het verschil tussen polissen indien de verzekeraar meerdere polissen aanbiedt? (Paragraaf 2.3)*

Voor allerlei producten zijn er in Nederland zogenaamde ‘vergelijkingssites’ actief. Dat geldt ook voor zorgverzekeringen. Deze sites vergelijken een groot aantal polissen en geven het resultaat daarvan weer in de vorm van een lijst (‘ranking’). Aan deze vergelijkingssites is een apart thema gewijd, dat in

hoofdstuk 6 aan bod komt. In dit hoofdstuk beantwoorden we de vraag wat de verschillen zijn in het aanbod op deze sites en de sites van de zorgverzekeraars:

3. *Wat zijn de verschillen in aanbod van polissen via de eigen website van een zorgverzekeraar en het aanbod op vergelijkingssites (paragraaf 2.4)?*

Verder beantwoorden we de vraag over de bruikbaarheid van de informatie van zorgverzekeraars:

4. *Vinden verzekerden de informatie van zorgverzekeraars goed bruikbaar in het keuzeproces? (Paragraaf 2.5)*

De premies die zorgverzekeraars in rekening brengen zijn opgebouwd uit verschillende elementen. Eén element is de rekenpremie. De rekenpremie is een inschatting van de premie voor de basisverzekering. Deze inschatting wordt door de overheid gemaakt en is voor elke zorgverzekeraar hetzelfde. Andere elementen die van belang zijn voor de hoogte van de premie zijn de personeelskosten of de vaste lasten van de verzekeraar. Het ministerie van VWS heeft afspraken gemaakt met Zorgverzekeraars Nederland (ZN) over het presenteren van de opbouw van de premie door zorgverzekeraars. Dit is niet wettelijk verplicht.³ Verschillende zorgverzekeraars presenteren dit overzicht op hun website. Hierover beantwoorden we de volgende vraag:

5. *Wat vinden verzekerden van de informatie over de opbouw van de premie, waarvoor kunnen zij deze informatie gebruiken? (Paragraaf 2.6)*

Het is belangrijk dat verzekerden een goede keuze kunnen maken uit het aanbod van zorgverzekeraars. De websites van zorgverzekeraars moeten daarom volledige en begrijpelijke informatie bevatten die verzekerden in staat stelt om een keuze te maken voor een polis die aansluit bij hun behoeften. Daarom beantwoorden we de vraag over het taalniveau en de instrumenten die zorgverzekeraars op hun website inzetten.

6. *Wat is het taalniveau van de informatie over het polisaanbod? Welke instrumenten zetten zorgverzekeraars in om informatie begrijpelijk over te brengen? (Paragraaf 2.7)*

Voor het beantwoorden van de verschillende vragen hebben we gebruik gemaakt van de resultaten van de analyse van de websites van zorgverzekeraars en vergelijkingssites, de werksessie, de vragenlijst binnen het Consumentenpanel Gezondheidszorg en de analyses uitgevoerd door BureauTaal.

2.2 Informatie over type polis is goed te vinden, maar vergelijken is lastig

In de huiswerkopdracht was een vraag opgenomen over het zoeken naar polissen op de websites van zorgverzekeraars. We vroegen de deelnemers om te zoeken naar een bepaalde polis waarvan we de naam gegeven hadden. Er waren vier versies van de huiswerkopdrachten waardoor de deelnemers in totaal naar vier verschillende polissen zochten. Alle zeventien deelnemers die de huiswerkopdracht

³ Informatie ontvangen van ministerie van VWS.

hadden gemaakt, konden de polis waarnaar gevraagd werd vinden.⁴ Wel was het niet altijd meteen duidelijk waar de polis stond. Een aantal deelnemers gaf aan dat ze de zoekfunctie van de website moesten gebruiken. Eén van hen verwoordde het als volgt:

“Ik moest de informatie opzoeken via de zoekfunctie. Het was niet dat je kon zien in de dropdown ‘daar staat hij’. Je moest de naam van de polis weten om hem te kunnen vinden.”
(Deelnemer C, werksessie)

Tijdens de werksessie vroegen we de deelnemers of ze de verschillen tussen de naturapolissen van een zorgverzekeraar konden vinden. We lieten de deelnemers daartoe twee overzichten met de polissen zien van twee verschillende verzekeraars. In zo’n overzicht staan de belangrijkste kenmerken van een polis, zoals de prijs en vergoedingspercentages. Eén overzicht bevatte twee verschillende naturapolissen (ochtendsessie), het andere overzicht drie⁵ (middagsessie). Ongeveer de helft van de deelnemers (negen van de negentien) vond het getoonde overzicht (heel) makkelijk te begrijpen:

“Verder [naast de door anderen genoemde verschillen in vergoeding en premie] geen verschillen gezien, maar ik vond het ook duidelijk genoeg. Verschil in vergoeding is makkelijk te vinden. Je kunt vrij snel uitrekenen als je niet-gecontracteerde zorgverleners hebt, vanaf welk bedrag per jaar de ene verzekering nuttiger zou zijn dan de andere.” (Deelnemer C, werksessie)

Wel zorgden verschillen in de terminologie die gebruikt werd voor verwarring in beide sessies:

“Waarom zet je dat op die manier verschillend neer? Dan ga je denken: zit er dan toch nog een verschil tussen ‘zorgverleners met een contract?’ en ‘gecontracteerde zorgverleners?’”
(Deelnemer J, werksessie)

“Het viel me op dat ze de termen ‘geselecteerd’ en ‘gecontracteerd’ onderling uitwisselen, waarom is dat niet consistent? In de ene staat ‘zorgverleners waarmee we een contract hebben’, en in de volgende ‘ziekenhuizen die niet zijn geselecteerd’, in plaats van gecontracteerd. Ik vraag me dan af: waarom het andere woordgebruik?” (Deelnemer Q, werksessie)

“Als je zo’n overzicht ziet, zou je toch heel eenvoudig moeten kunnen bepalen wat de beste is. Ik vind het lastig te bepalen. Maar voor tien euro verschil [tussen de naturapolissen] ga ik dingen wegstrepen, maar dan begint het al. De ene heeft het over ‘zorgverleners’, [de andere] over ‘zorgaanbieders’. En dan: ‘u heeft de keuze uit een ruim aanbod gecontracteerde zorgaanbieders.’ Welke zijn dat dan? Dan moet ik weer dieper gaan, en dan staat er bij iedereen: ‘bekijk de polisvoorwaarden en vergoedingsoverzichten.’ Als je dat echt voor die 10 euro goed wilt uitzoeken, daar ben je een aantal uren mee bezig. Om nu even simpel te

⁴ We realiseren ons dat verzekerden normaal gesproken niet zoeken op de naam van een polis als ze een zorgverzekering willen afsluiten. Het was in dit geval noodzakelijk om het zo te doen om de opdracht uit te kunnen voeren.

⁵ Twee van de drie polissen hadden wel dezelfde premie. Het verschil tussen die twee polissen zat in de keuze van zorgaanbieders en vergoedingen, die in de ene polis vanuit religieuze overwegingen beperkt was en in de andere niet.

zeggen: ‘dit is nu de beste verzekering’, daar kom je volgens mij niet uit.” (Deelnemer N, werksessie)

We lieten de deelnemers aan de ochtend- en middagsessie vervolgens de informatie zien, die een verzekerde te zien krijgt als hij of zij klikt op één van de naturapolissen in het overzicht. Er verschijnt dan een pagina waarin in meer detail ingegaan wordt op de polis: vergoedingen, contractering, service etc. Voor de meeste deelnemers maakte dat de zaken niet duidelijker, integendeel:

“Dan gaat het hier om de basiszorg: ‘100% vergoeding bij zorgverleners met contract’, en ‘70% van niet-gecontracteerde zorg’. Is dat ook als je in een ziekenhuis ligt dat niet-gecontracteerd is, dat je dan 70% krijgt? En ‘alle meest voorkomende zorg is verzekerd’... ik vind het alleen maar warriger en wolliger worden.” (Deelnemer G, werksessie)

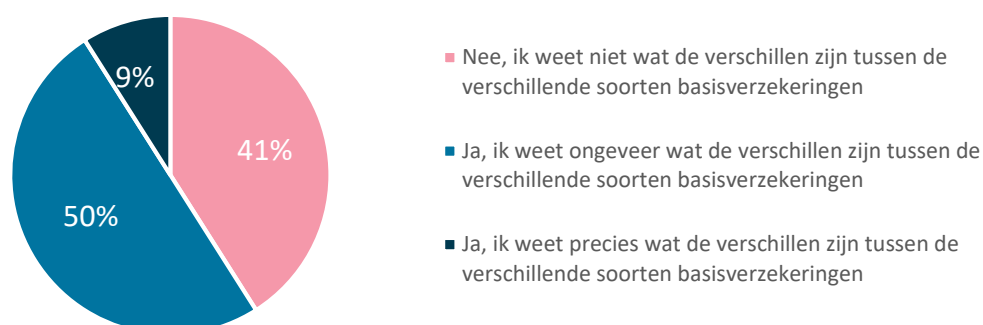
“Stel je voor dat je met corona in een ziekenhuis komt en dan overgeplaatst wordt naar een ander ziekenhuis (..) en je komt in een niet-gecontracteerd ziekenhuis terecht: dan heb je dus vette pech. [In het vorige overzicht] stond er ‘belangrijkste zorg wordt vergoed’ en nu staat er ‘meest voorkomende zorg’, wat is [dat] dan? Zo kraakhelder als ze het in het [vorige overzicht] proberen weg te zetten, gaan ze hier al wankelen en meer een marketing opzetten voor de prijs in plaats van hun product.” (Deelnemer A, werksessie)

“Het is een overkill aan informatie, als je dit doet, moet je daarnaar kijken, als je dat doet moet je daarnaar kijken, dan kun je daarop doorklikken. Als je niet in verzekeringsland thuis bent, en je eigen simpele polis wilt vergelijken, dan kijk je: wat krijg ik ervoor, wat kost het ongeveer? En op basis daarvan kun je een keuze maken. Dit is zo arbeidsintensief en een wereld op zich. Een simpele burger als ik, wil gewoon weten wat ik betaal en wat ik er in hoofdlijnen voor krijg.” (Deelnemer M, werksessie)

2.3 Verschillen tussen polissen zijn vaak niet duidelijk voor verzekerden

De helft (50%) van de verzekerden geeft aan ongeveer te weten wat de verschillen zijn tussen de verschillende soorten basisverzekeringen die in Nederland bestaan (vragenlijst Consumentenpanel). Bijna één op de tien verzekerden (9%) geeft aan precies te weten wat de verschillen zijn. Hoewel meer dan de helft van de verzekerden dus aangeeft in enige mate op de hoogte te zijn van de verschillen, geeft 41% aan niet te weten wat de verschillen zijn tussen de verschillende soorten basisverzekeringen (zie Figuur 2.1).

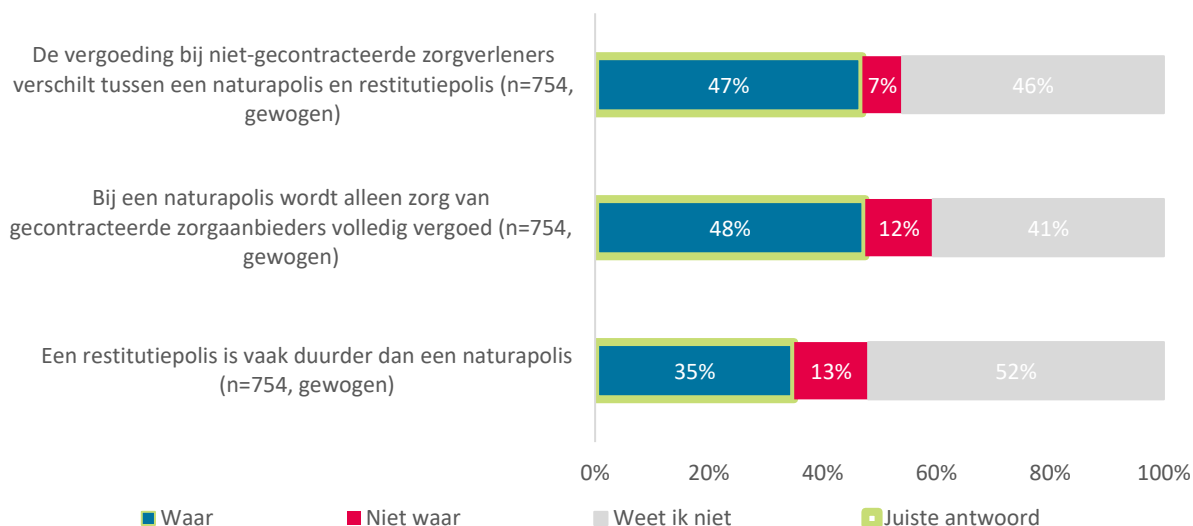
Figuur 2.1 Weet u wat de verschillen zijn tussen de verschillende soorten basisverzekeringen die in Nederland bestaan? (n=765, gewogen)



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

Om inzicht te krijgen in of verzekerden daadwerkelijk de verschillen weten tussen de verschillende typen polissen, is een aantal stellingen over natura- en restitutiepolicen voorgelegd (zie Figuur 2.2). Figuur 2.2 laat zien dat bijna de helft van de verzekerden (47%) correct aangeeft dat de vergoeding bij niet-gecontracteerde zorgverleners verschilt tussen een naturapolis en een restitutiepolis. Daarnaast weet 48% van de verzekerden dat bij een naturapolis alleen zorg van gecontracteerde zorgaanbieders volledig vergoed wordt. Ruim een derde (35%) is op de hoogte van het feit dat een restitutiepolis vaak duurder is dan een naturapolis (zie Figuur 2.2). De resultaten in Figuur 2.2 laten verder zien dat er voor iedere stelling ook een groep verzekerden is die aangeeft niet te weten of de stelling waar of niet waar is. Deze groep varieert van 41% tot 52% tussen de stellingen.

Figuur 2.2 Hieronder staat een aantal stellingen. Kunt u aangeven of deze stelling volgens u waar of niet waar zijn, of dat u dit niet weet?



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

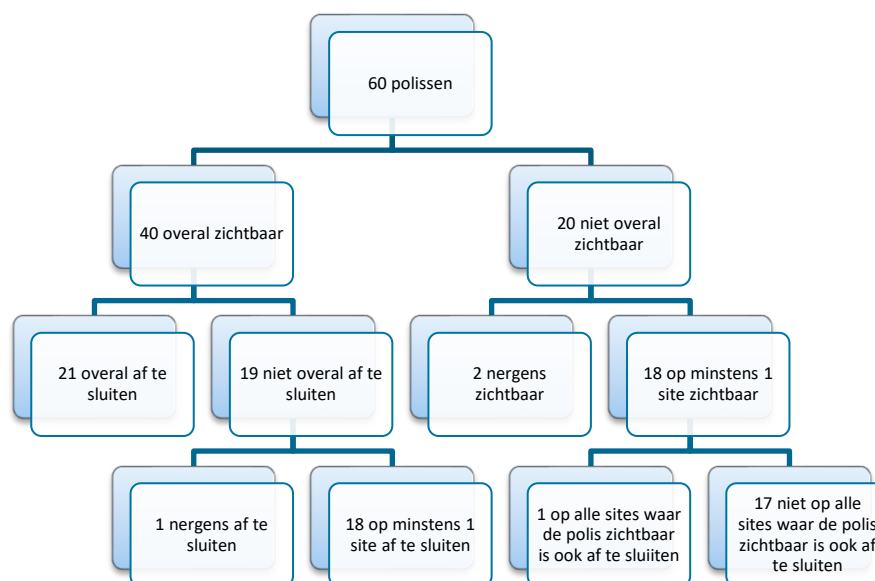
Bijna een kwart van de verzekerden (24%) geeft aan te weten dat een zorgverzekeraar verschillende naturapolissen kan aanbieden. Van deze groep geeft echter een meerderheid (69% van de

verzekerden die weten dat een zorgverzekeraar verschillende naturapolissen kan aanbieden, dat is 16% van alle verzekerden) vervolgens aan dat ze niet kunnen aangeven wat de verschillen tussen de naturapolissen die worden aangeboden door dezelfde zorgverzekeraar zouden kunnen zijn. Van de verzekerden die het wel wisten gaven 57 vervolgens een antwoord op de open vraag “kunt u aangeven wat de verschillen kunnen zijn tussen de naturapolissen?”. De meesten van hen noemden in het antwoord iets over de contractering, zoals het aantal gecontracteerde zorgverleners en/of de vergoedingspercentages voor niet-gecontacteerde zorg (vragenlijst Consumentenpanel).

2.4 Niet alle polissen van zorgverzekeraars zijn te zien op vergelijkingssites

Zeven van de acht door ons onderzochte vergelijkingssites geven op hun website aan dat ze niet alle zorgverzekeraars opnemen in hun overzicht.⁶ Daarbij vonden we geen verschil tussen vergelijkingssites die het ‘Keurmerk Objectief Vergelijken’ voeren en vergelijkingssites die dat niet doen.⁷ Ook van zorgverzekeraars die wel meegenomen worden in het overzicht van vergelijkingssites zijn niet alle polissen zichtbaar. In dat geval wordt een specifieke polis niet getoond. In onderstaande flowchart (Figuur 2.3) laten we zien wat de situatie was voor de 60 polissen die wij onderzocht hebben.

Figuur 2.3 Flowchart polisaanbod op vergelijkingssites



Bron: Websiteanalyses

We hebben voor elk van de 60 polissen, die aangeboden werden door onze selectie van 32 verzekeraars en labels (zie Tabel A1 in Bijlage A1 voor een overzicht van de 32 verzekeraars en

⁶ Een van deze zeven vergelijkingssites toont standaard alleen zorgverzekeraars waar een samenwerking mee is, maar geeft wel de mogelijkheid om via een ‘sorteer op’-functie alle zorgverzekeraars te laten zien.

⁷ Drie vergelijkingssites hebben een gedragscode en keurmerk voor zorgvergelijkingssites opgezet, het ‘Keurmerk Objectief Vergelijken’. Deze drie vergelijkingssites zaten ook in onze selectie.

labels), onderzocht of we die polissen ook terug konden vinden op de vergelijkingssites. Dat hebben we gedaan in de periode van 17 november t/m 7 december 2021. Van de 60 polissen waren er toen 40 zichtbaar op alle acht vergelijkingssites (zie Figuur 2.3) en 20 waren niet op alle vergelijkingssites zichtbaar. Van deze 20 waren er twee op geen enkele site zichtbaar. De overige achttien polissen waren op sommige vergelijkingssites wel, en op andere niet te zien. Daarbij ging het om zowel polissen gericht op een specifieke doelgroep als om meer algemene polissen. De 40 polissen die overal zichtbaar waren werden aangeboden door 23 verzekeraars en labels. Eén van de 32 verzekeraars konden we helemaal niet op de onderzochte vergelijkingssites terugvinden. Dit betreft een verzekeraar die gespecialiseerd is in verzekeringen voor een specifieke groep.

Van de 40 polissen die tussen 17 november en 7 december 2021 op alle acht onderzochte vergelijkingssites te zien waren, waren er 21 ook via alle acht de vergelijkingssites af te sluiten. Deze 21 polissen werden door in totaal dertien verzekeraars en labels aangeboden (Figuur 2.3). Op één verzekeraar na waren dit ook alle polissen die de betreffende verzekeraar aanbood. Voor deze verzekeraar kwamen we een restitutiepolis tegen die niet op iedere vergelijkingssite af te sluiten was. Tot slot was er één polis op elke vergelijkingssite zichtbaar, maar bij geen enkele ook af te sluiten. Hierbij ging het om een polis gericht op een specifieke (religieuze) doelgroep.

In de loop van het overstapseizoen zijn meer polissen via vergelijkingssites af te sluiten

Zoals gezegd hebben we de vergelijkingssites in eerste instantie bekeken in de periode van 17 november tot en met 7 december. Als follow-up hebben we van 27 t/m 30 december nogmaals gekeken naar het aanbod van de polissen die bij één of meerdere vergelijkingssites als ‘niet overal zichtbaar’ (n=20) of als ‘niet overal af te sluiten’ (n=19) geregistreerd waren. Een aantal van deze polissen (n=25) bleek toen wel zichtbaar en/of af te sluiten te zijn, hetgeen waarschijnlijk aangeeft dat de onderhandelingen tussen zorgverzekeraars en vergelijkingssites gedurende het overstapseizoen doorgegaan zijn.

Tabel 2.1 geeft de veranderingen weer ten opzichte van de eerste meting. De grootste verandering betreft polissen die eerst wel zichtbaar waren op een vergelijkingssite, maar niet af te sluiten waren. Voor tien polissen was het in de tweede periode toch mogelijk om ze af te sluiten via die vergelijkingssite. Daarnaast waren er negen polissen die eerst niet zichtbaar waren op een bepaalde vergelijkingssite, maar in de tweede periode wel zichtbaar (maar niet af te sluiten) waren.

Soms prijsverschillen tussen zorgverzekeraars en vergelijkingssites voor dezelfde polis

In een aantal gevallen vonden we prijsverschillen voor de basisverzekering tussen de zorgverzekeraars en de vergelijkingssites. Een aantal polissen was goedkoper af te sluiten via de vergelijkingssite dan via de site van de verzekeraar zelf. Het ging daarbij om een verschil van enkele euro's aan maandpremie.

Tabel 2.1 *Wijzigingen van het aanbod van polissen op vergelijkingssites in de periode van 7 tot en met 30 december 2021 (n=25)*

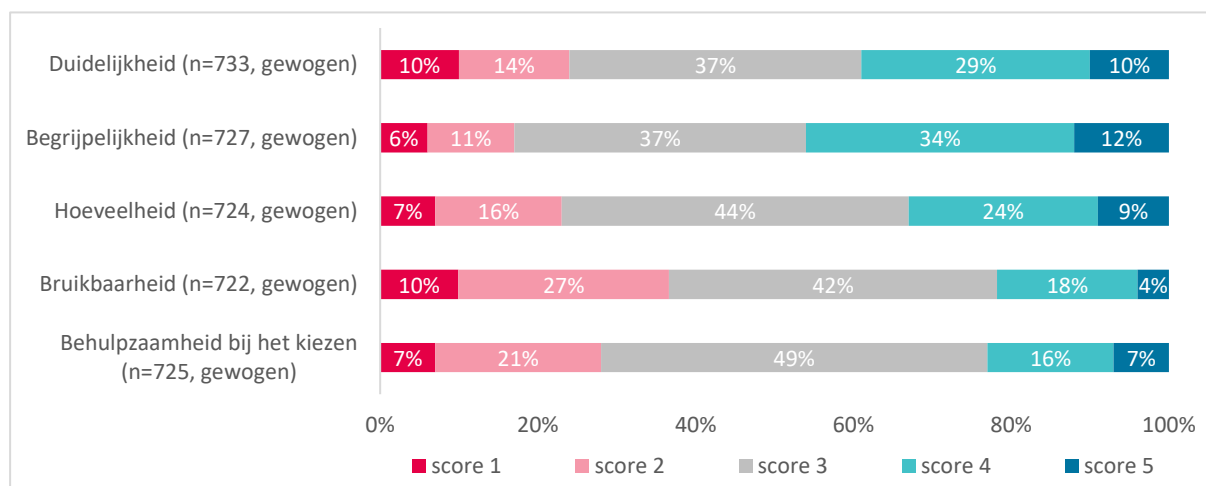
Van...	Naar...	Aantal polissen
Wel zichtbaar op vergelijkingssite, maar niet af te sluiten	Wel zichtbaar op vergelijkingssite, en af te sluiten	10
Niet zichtbaar op vergelijkingssite	Wel zichtbaar op vergelijkingssite, maar niet af te sluiten	9
Niet zichtbaar op vergelijkingssite	Wel zichtbaar op vergelijkingssite, en af te sluiten	3
Wel zichtbaar op vergelijkingssite, maar niet af te sluiten	Niet zichtbaar op vergelijkingssite	2
Wel zichtbaar op vergelijkingssite, en af te sluiten	Wel zichtbaar op vergelijkingssite, maar niet af te sluiten	1

Bron: Websiteanalyses. Van de 39 polissen die eerst niet overal zichtbaar of niet overal af te sluiten waren ondergingen er 25 een wijziging.

2.5 Bruikbaarheid van de informatie van zorgverzekeraars scoort laag

Aan verzekerden is gevraagd wat zij vinden van de informatie van zorgverzekeraars met betrekking tot het kiezen van een zorgverzekering (vragenlijst Consumentenpanel). Hierbij is gevraagd naar vijf aspecten: duidelijkheid, begrijpelijkheid, uitgebreidheid, bruikbaarheid en behulpzaamheid bij het kiezen. Iets minder dan de helft van de verzekerden (46%) geeft met een score 4 of 5 aan de informatie begrijpelijk te vinden, terwijl één op de zes verzekerden (17%) met een score 1 of 2 aangeeft de informatie niet begrijpelijk te vinden (zie Figuur 2.4). Het minst positief zijn verzekerden over de bruikbaarheid van de informatie voor het kiezen van een zorgverzekering: bijna twee op de vijf verzekerden (37%) vindt de informatie (helemaal) niet bruikbaar (score 1 of 2), terwijl ongeveer één op de vijf verzekerden (22%) de informatie (helemaal) wel bruikbaar vindt (score 4 of 5).

Figuur 2.4 *Wat vindt u van de informatie van zorgverzekeraars met betrekking tot het kiezen van een zorgverzekering? Voor het kiezen van een zorgverzekering vind ik de informatie van zorgverzekeraars... (score 1 t/m 5, waarbij 1 = helemaal niet, 5 = helemaal wel)*

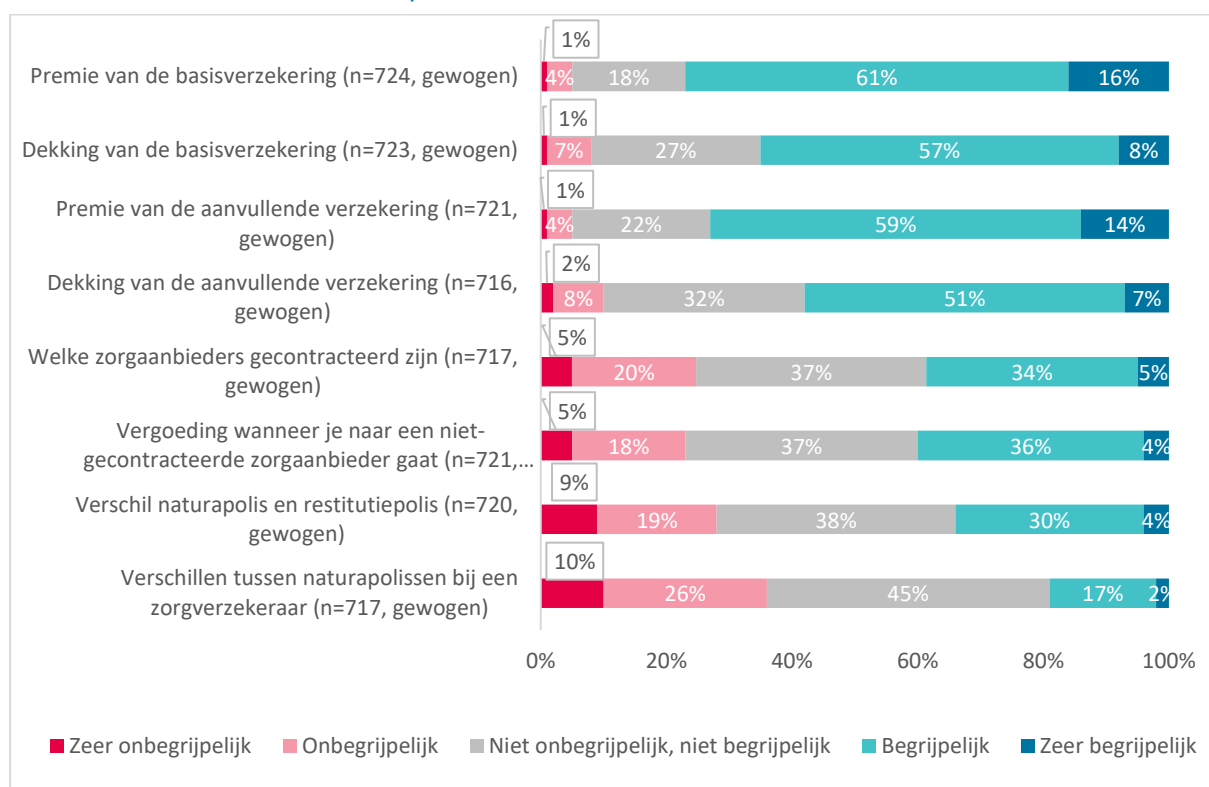


Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

Vervolgens hebben we verzekerden gevraagd om aan te geven hoe begrijpelijk zij de informatie van zorgverzekeraars over een aantal verschillende onderwerpen vinden (vragenlijst Consumentenpanel, zie Figuur 2.5). Er waren behoorlijke verschillen tussen de onderwerpen. De informatie over de premie en over de dekking van zowel de basisverzekering als van de aanvullende verzekering vond het merendeel van de verzekerden (zeer) begrijpelijk (variërend van 58% tot 77%). Informatie over welke zorgaanbieders gecontracteerd zijn en de vergoeding bij een bezoek aan een niet-gecontracteerde zorgaanbieder wordt door een kleiner percentage als begrijpelijk gezien. Ongeveer twee op de vijf verzekerden (respectievelijk 39% en 40%) geeft aan deze informatie (zeer) begrijpelijk te vinden, terwijl ongeveer een kwart van de verzekerden (respectievelijk 25% en 23%) aangeeft de informatie (zeer) onbegrijpelijk te vinden (zie Figuur 2.5).

Ongeveer een derde van de verzekerden (34%) vindt de informatie van zorgverzekeraars over het verschil tussen een naturapolis en een restitutiepolis begrijpelijk of zeer begrijpelijk, tegenover ruim een kwart van de verzekerden (28%) dat de informatie onbegrijpelijk of zeer onbegrijpelijk vindt. Daarnaast geeft een vijfde van de verzekerden (19%) aan de informatie van zorgverzekeraars over de verschillen tussen naturapolissen bij een zorgverzekeraar begrijpelijk of zeer begrijpelijk te vinden. Ruim een derde van de verzekerden (36%) vindt de informatie hierover onbegrijpelijk of zeer onbegrijpelijk (zie Figuur 2.5).

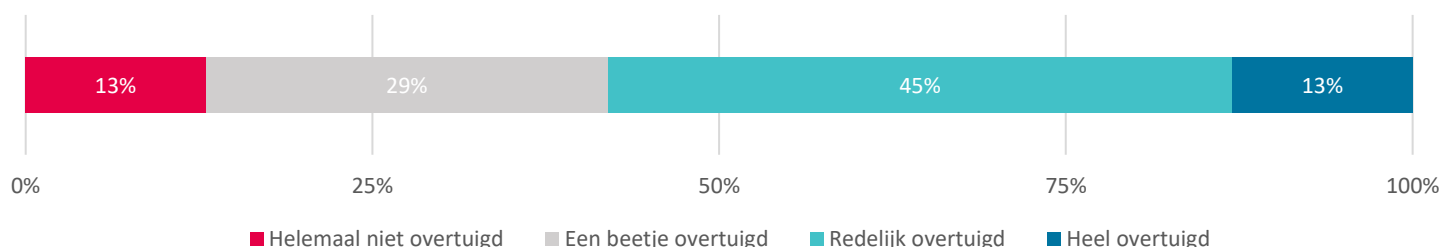
Figuur 2.5 Kunt u per onderwerp aangeven hoe begrijpelijk u de informatie van zorgverzekeraars over dit onderwerp vindt?



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

Meer dan de helft van de verzekerden (58%) geeft aan er redelijk of heel overtuigd van te zijn dat ze voldoende informatie hebben ontvangen om een weloverwogen keuze te maken voor een zorgverzekering (zie Figuur 2.6, vragenlijst Consumentenpanel). Daarentegen is er ook een groep verzekerden die aangeeft minder overtuigd te zijn voldoende informatie te hebben ontvangen om een weloverwogen keuze te maken voor een zorgverzekering. Ongeveer drie op de tien verzekerden (29%) geeft aan een beetje overtuigd te zijn, en 13% van de verzekerden geeft aan hier helemaal niet overtuigd van te zijn (zie Figuur 2.6).

Figuur 2.6 In hoeverre bent u ervan overtuigd dat u voldoende informatie heeft om een weloverwogen keuze te maken voor uw zorgverzekering? (n=722, gewogen.)

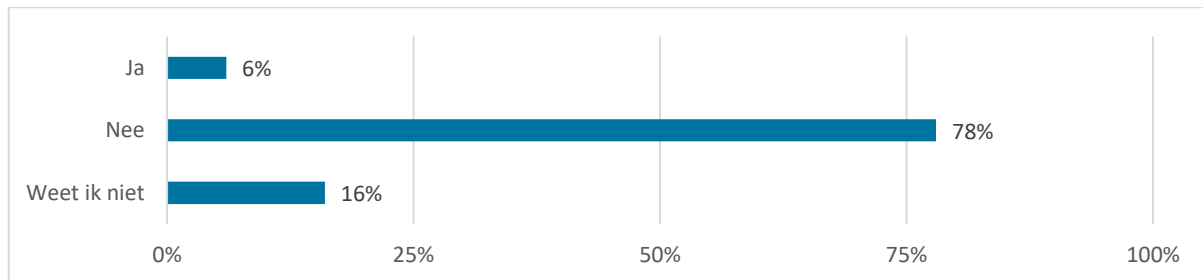


Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

2.6 Meeste verzekerden hebben geen informatie over premieopbouw ontvangen

Meer dan driekwart van de verzekerden (78%) geeft aan in de afgelopen twee jaar geen informatie te hebben ontvangen over waaraan de premie van de zorgverzekering is besteed (zie Figuur 2.7, vragenlijst Consumentenpanel). Een klein percentage (6%) van de verzekerden geeft aan hierover wel informatie te hebben ontvangen.

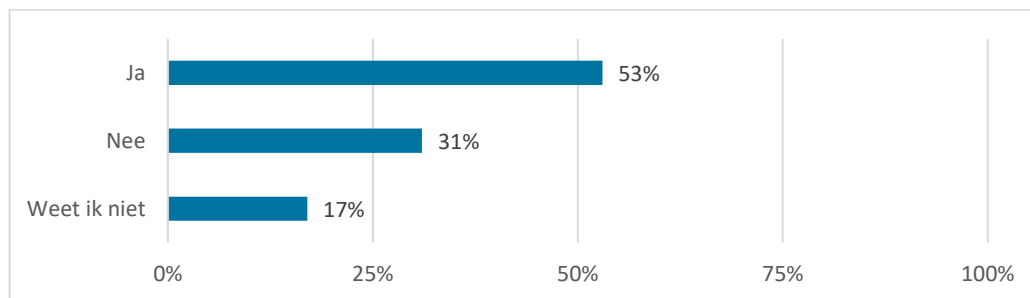
Figuur 2.7 Heeft u in de afgelopen twee jaar informatie ontvangen over waaraan de premie van uw zorgverzekering is besteed? (n=724, gewogen)



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

Ook al heeft de meerderheid geen informatie ontvangen over de besteding van de premie, ruim de helft (53%) zou dit wel willen (zie Figuur 2.8). Bijna een derde van de verzekerden (31%) geeft aan hierover geen informatie te willen ontvangen en 17% geeft aan niet te weten of zij informatie willen ontvangen over waaraan de premie van hun zorgverzekering wordt besteed.

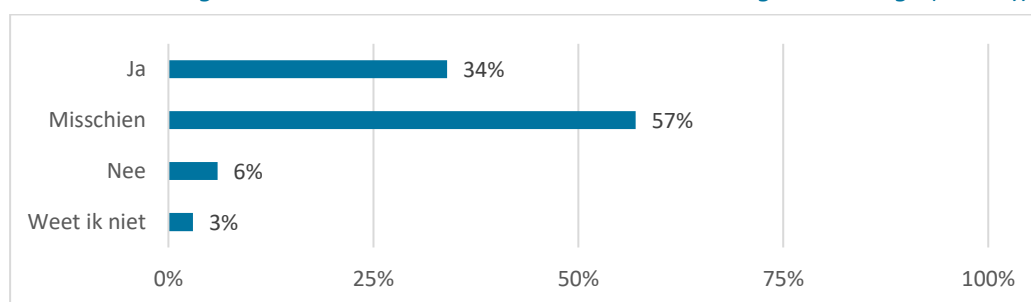
Figuur 2.8 Zou u informatie willen ontvangen over waaraan de premie van uw zorgverzekering wordt besteed? (n=727, gewogen)



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

Van de verzekerden die informatie over de besteding van de premie willen ontvangen (53%, zie Figuur 2.9), geeft ongeveer een derde (18% van het totaal) aan deze informatie te gebruiken bij het maken van een keuze voor een zorgverzekering (vragenlijst Consumentenpanel, zie Figuur 2.9). Meer dan de helft van deze groep (30% van het totaal) geeft aan dit misschien te zullen doen.

Figuur 2.9 Zou u informatie over waaraan de premie van uw zorgverzekering wordt besteed gebruiken om een keuze te maken voor een zorgverzekering? (n=377)

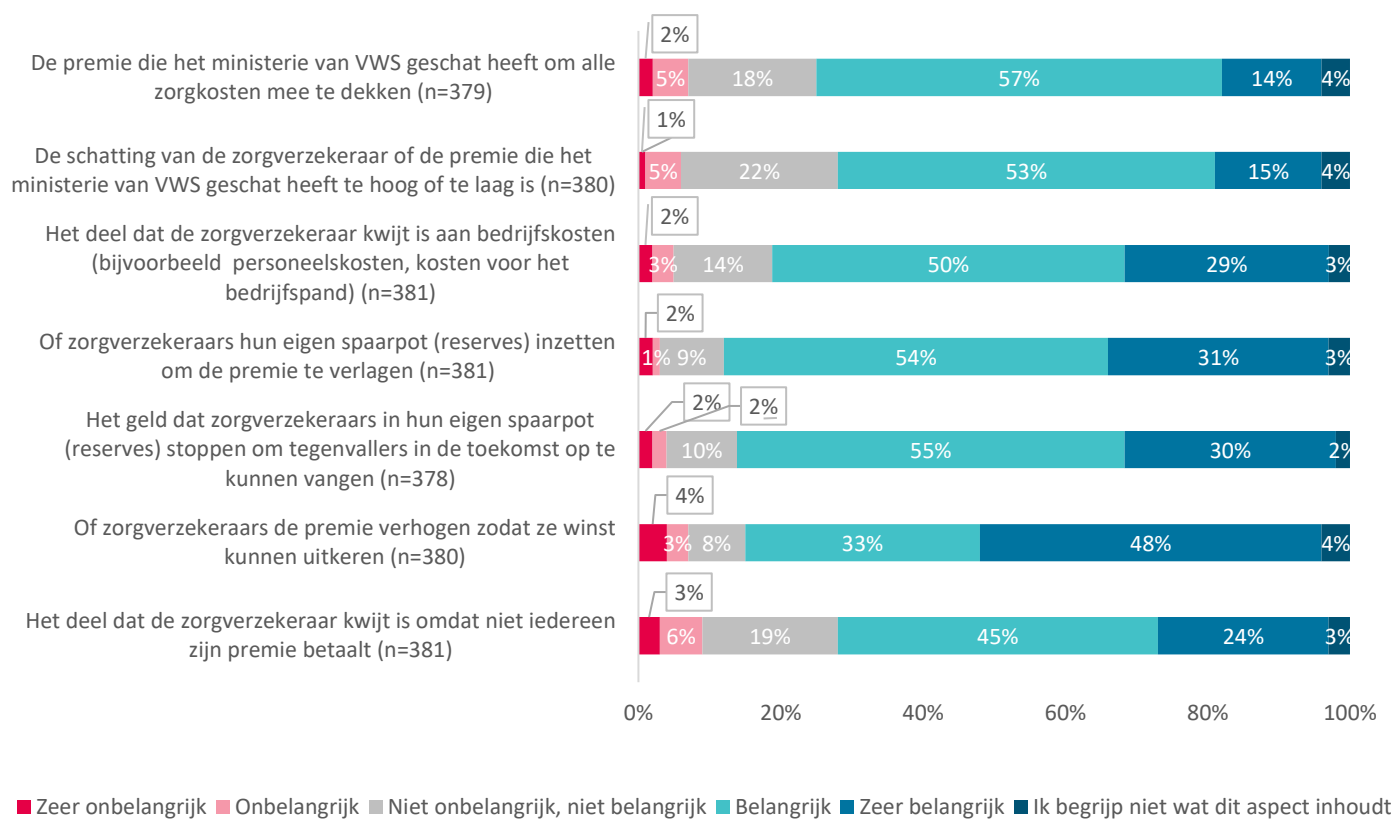


Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg. Percentages zijn berekend over de 377 verzekerden die informatie wil ontvangen (groep die 'ja' antwoordde in Figuur 2.8).

Aan de verzekerden (53%, zie Figuur 2.8) die informatie zouden willen ontvangen over waaraan de premie wordt besteed, is gevraagd om voor een aantal aspecten waaruit de premie van hun zorgverzekering is opgebouwd aan te geven hoe belangrijk zij het vinden om hierover informatie te ontvangen (zie Figuur 2.10). Of zorgverzekeraars de premie verhogen zodat ze winst kunnen uitkeren wordt als de belangrijkste informatie gezien door verzekerden: 85% van de verzekerden die informatie willen ontvangen (42% van het totaal) geeft aan dit (zeer) belangrijke informatie te vinden. Ook informatie over de aanwending van de reserves (om de premie te verlagen) en de dotatie aan de reserves (om tegenvallers op te vangen) wordt door een heel ruime meerderheid van de verzekerden die informatie zouden willen ontvangen over de besteding van de premie als (zeer) belangrijk gezien. Voor beide aspecten geeft meer dan vier van de vijf verzekerden die informatie willen ontvangen (44% van het totaal) aan dit (zeer) belangrijke informatie te vinden (zie Figuur 2.10).

Wat opvalt is dat de vraag over het belang van informatie over het deel van de premie dat de zorgverzekeraar kwijt is omdat niet iedereen zijn premie betaalt, de meeste variatie in de antwoorden oplevert. Tegenover een kwart van de verzekerden die dit (zeer) belangrijk vindt (12% van het totaal), staat een tiende (5% van het totaal) die deze informatie (zeer) onbelangrijk vindt (het hoogste percentage van alle aspecten).

Figuur 2.10 Hieronder staat een aantal aspecten waaruit de premie van uw zorgverzekering is opgebouwd. Zou u per aspect kunnen aangeven hoe belangrijk u het vindt om hierover informatie te ontvangen?



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg.

We hebben de deelnemers aan de werksessie ook gevraagd naar hun mening over informatie over de premieopbouw aan de hand van een video van een verzekeraar met informatie over de (nieuwe) vastgestelde premie van de basisverzekering en een infographic met informatie over de premieopbouw. In de video werd uitgelegd waarom de premie voor 2022 gestegen was, terwijl in de infographic een gedetailleerde uitsplitsing van het premiebedrag werd gegeven door middel van het laten zien van premie verhogende en premie verlagende posten, met de bijbehorende bedragen.

De meeste deelnemers vonden de video duidelijk, en over het algemeen vond men de daarin verstrekte informatie goed te begrijpen. Drie deelnemers plaatsten wel vraagtekens bij de integriteit. Eén van hen verwoordde het als volgt:

“Ik vraag me af hoe integer het is. Het ziet er heel integer uit, ze komen ons tegenmoet, ze doen van alles, maar in hoeverre is dat ook daadwerkelijk zo?” (Deelnemer G, werksessie)

De infographic leidde tot meer vragen en discussie onder de deelnemers. Een aantal mensen met een financiële achtergrond of interesse gaf aan dat het overzicht duidelijk was, maar ook dat het aanleiding zou zijn om verder te zoeken, door bijvoorbeeld in de infographic te klikken voor extra informatie, of door het jaarverslag erbij te nemen. Voor veel deelnemers riepen de genoemde

posten en bedragen alleen maar meer vragen op. Vooral de termen ‘rekenpremie’ en ‘premiëkorting door vrijwillig eigen risico’ zorgden voor verwarring:

“Hoe komen ze aan die rekenpremie VWS? Wat zijn de bedrijfskosten? Waar staan de letters VWS voor?” (Deelnemer K, werksessie)

“Wat mij vooral opviel is de ‘premiëkorting door vrijwillig eigen risico’ die als een kostenpost wordt neergezet. Ik begreep meer, dat als je een hoger eigen risico neemt, dan gaat je premie omlaag, niet omhoog. Of omgekeerd, dan zou het betekenen dat alle mensen die een hoger vrijwillig eigen risico nemen een zware last leggen op de mensen die geen eigen risico nemen, waardoor de premie omhooggaat. Dat lijkt me ook een hele scheve situatie.” (Deelnemer C, werksessie)

Zes van de achttien deelnemers die de vraag over de moeilijkheidsgraad van de informatie beantwoordden (via een poll in Zoom) vond de informatie over de premieopbouw (video en infographic) moeilijk tot heel moeilijk. Dat merkten we ook in de discussie. Vooral de bedragen en posten in de infographic bleven voor verwarring zorgen. Eén deelnemer merkte op dat ook de combinatie van video en infographic de zaak niet duidelijker maakt:

“Het is niet heel moeilijk om te begrijpen wat er staat, of wat er gezegd wordt, maar als je de twee bij elkaar pakt wordt het een beetje een vaag verhaal. (..) De eerste reden die in het filmpje wordt gegeven voor de stijging [van de premie] is een toename van de zorgkosten, en de loonkosten in de zorg (..), maar als ik dan zie dat zorgkosten in deze tabel [bedrag] Euro bedragen, (..) dan komt dat niet overeen. De argumenten in het filmpje vormen niet de hoofdmoot hier in de infographic. Als je het bij elkaar pakt, denk je: hebben we over hetzelfde?” (Deelnemer P, werksessie)

We vroegen de deelnemers ook (via een poll in Zoom) of informatie over de premieopbouw van belang zou zijn bij het overstappen. Vervolgens de meeste deelnemers (zeventien van de negentien) gaven aan dat dat niet zo was. Eén van hen gaf in de discussie naar aanleiding van de poll aan:

“Het maakt me niet uit wat ze met het geld doen, als ik maar zo veel zorg krijg voor zo weinig mogelijk geld.” (Deelnemer B, werksessie)

Een viertal deelnemers gaf expliciet aan transparantie belangrijk te vinden, en dat informatie over de premie-opbouw daaraan kan bijdragen. Maar zij stelden hier ook vragen bij:

“Het is belangrijk dat een verzekeraar transparant is, maar tot hoeverre is een verzekeraar transparant, wat kun je en mag je vertrouwen daarin? Dit is uiteindelijk marketing, en je weet niet of het klopt.” (Deelnemer P, werksessie)

Anderen noemden dat het begrijpen van de informatie veel (vak)kennis vereist, en dat het te veel tijd en moeite kost om het uit allemaal te zoeken.

Toen we vroegen wat de deelnemers misten in het overzicht, gaven vier deelnemers aan dat een vergelijking zinvol zou zijn. Hierbij ging het over een vergelijking in de tijd voor dezelfde verzekeraar

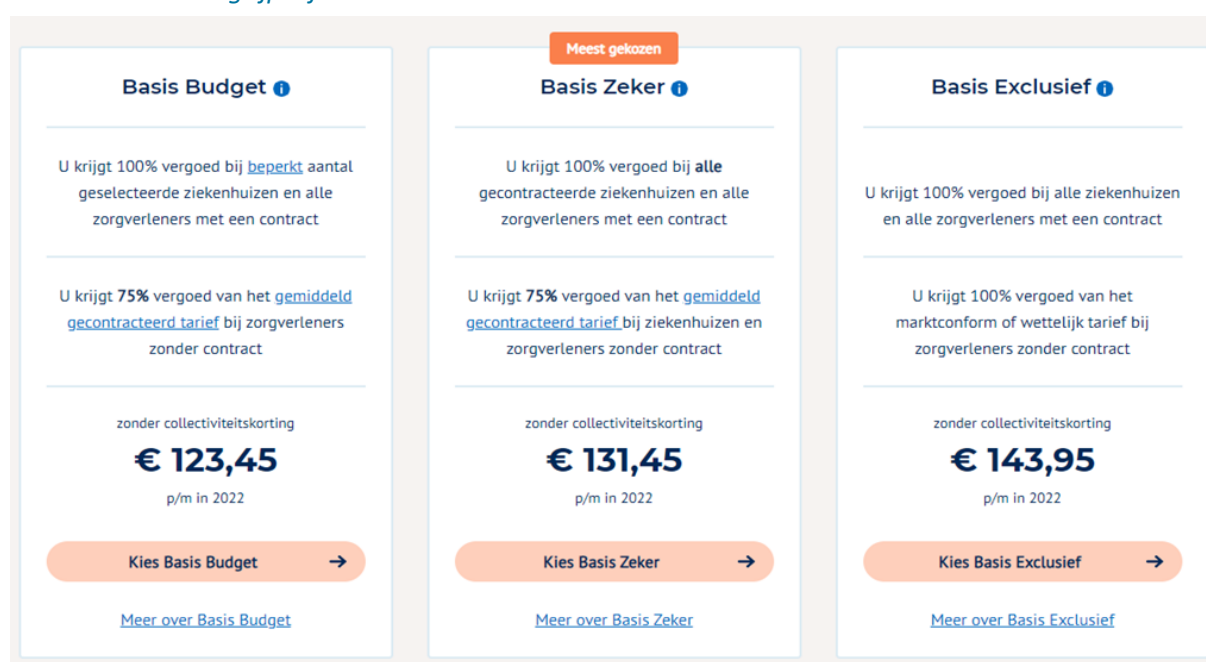
(bijvoorbeeld de premie van 2021 en 2022 naast elkaar), of om een vergelijking tussen verschillende verzekeraars:

“Je zou de bedrijfskosten bij anderen willen zien. Werken ze nu efficiënt, of werken ze niet efficiënt? En al die andere kosten zou iedereen op dezelfde manier moeten presenteren, zodanig dat je kunt zien (..): hoe efficiënt zijn die zorgverzekeraars?” (Deelnemer N, werksessie)

2.7 Informatie over het polisaanbod voor veel mensen moeilijk te begrijpen

Zorgverzekeraars geven op hun websites veel informatie over de basisverzekeringen die ze aanbieden. Om te kijken of deze informatie begrijpelijk is, heeft het Nivel aan BureauTaal gevraagd om de overzichten die zorgverzekeraars geven van de basisverzekering(en) die ze aanbieden in de vorm van een tabel of figuur te analyseren op begrijpelijkheid. Een voorbeeld van een dergelijk overzicht staat in Figuur 2.11.

Figuur 2.11 Voorbeeld van een polisoverzicht van een zorgverzekeraar zoals beoordeeld op begrijpelijkheid door BureauTaal.



Bron: Website zorgverzekeraar

BureauTaal heeft deze overzichten voor 27 van de 32 websites geanalyseerd en beoordeeld op begrijpelijkheid door middel van een expertoordeel. Vijf websites gaven de informatie over het polisaanbod niet in een overzicht, maar als lopende tekst weer. Voor deze vijf websites heeft BureauTaal een analyse van het taalniveau uitgevoerd met de Texamen software.

Bij het expertoordeel heeft BureauTaal bekeken hoe goed of hoe slecht een website de bezoeker in staat stelt om een verzekering te kiezen. Welke kenmerken maken de informatie makkelijk? En welke kenmerken maken de informatie juist moeilijk? Daarbij werd op de volgende kenmerken gelet:

- *De inhoud: Geeft de website informatie die nuttig is voor de bezoeker?*
- *De structuur: Hoe overzichtelijk staat de informatie op de website?*
- *De formulering: Hoe toegankelijk is het taalgebruik?*

Uit de analyse kwamen als meest genoemde zaken die een overzicht makkelijk maken:

- **Overzichtelijkheid:** niet te grote hoeveelheid informatie, informatie die in opsommingen weergegeven wordt en kolommen naast elkaar die zó zijn vormgegeven dat vergelijken gemakkelijk is;
- **Instrumenten:** het gebruik van icoontjes die de vergelijking vergemakkelijken, gebruik van doorverwijsknoppen waar je meer informatie kunt vinden;
- **Taalgebruik:** persoonlijk taalgebruik (bijv. lezer aanspreken met u), actief taalgebruik, of lopende tekst waarin de samenhang tussen de zinnen duidelijk is.

Zaken die de overzichten juist moeilijk te begrijpen maken, waren:

- **Taalgebruik:** formeel taalgebruik, onpersoonlijk taalgebruik, vaktaal (zoals collectiviteitskorting, vrijwillig eigen risico, premiekorting);
- **Het gebruik van abstracte** (bijvoorbeeld ‘vergoeden’ in plaats van ‘wij betalen’ of ‘u krijgt’) en **moeilijke woorden** (zoals consult, medisch noodzakelijke zorg, gemiddeld gecontracteerd tarief).

Een tabel met alle zaken die de overzichten makkelijk of moeilijk maken staat in Bijlage C.

Van de vijf van de 32 websites, die de polis informatie niet in de vorm van een overzicht maar als tekst presenteerden, hadden er vier taalniveau B2, en één taalniveau C1 (analyse BureauTaal met Texamen, zie Bijlage C). Het taalniveau van de teksten van deze websites was daarmee hoger dan eenvoudig Nederlands (niveau B1). Dit betekent dat deze informatie voor veel mensen moeilijk te begrijpen is. Teksten op taalniveau B1 zijn voor de meerderheid van de Nederlanders wel begrijpelijk.

2.8 Weinig websites zetten instrumenten in om begrijpelijkheid te vergroten

Om de begrijpelijkheid van de aangeboden informatie te vergroten, kunnen verzekeraars instrumenten zoals een voorleesfunctie of animaties inzetten. In deze monitor hebben we gekeken of we de volgende instrumenten aantreffen op de websites van zorgverzekeraars:

- *Een voorleesfunctie, waarbij de tekst op (een gedeelte van) de website voorgelezen wordt;*
- *Video's of animaties waarin informatie over de aangeboden verzekeringen verduidelijkt of toegelicht wordt;*
- *Infographics waarin informatie over de aangeboden basisverzekeringen verduidelijkt of toegelicht wordt.*

Op geen van de door ons onderzochte websites konden we een voorleesfunctie vinden. In de Monitor overstapseizoen 2017-2018 (Van Esch e.a. 2018) waren er nog twee websites met een voorleesfunctie. Tegenwoordig beschikken webbrowsers over een ingebouwde voorleesfunctie, of is

die via een app in de browser te installeren. Dat kan een reden zijn waarom een dergelijke functionaliteit niet meer voorkomt op de onderzochte websites. Op tien websites waren video's of animaties te vinden die betrekking hadden op de aangeboden polissen. De onderwerpen van deze video's staan in Tabel 2.2. Vijf websites maakten gebruik van een infographic. Daarbij ging het om een infographic met informatie over de premieopbouw (n=2), algemene informatie over de basisverzekering, keuzehulp bij het bepalen van het eigen risico en informatie over no-claim korting.

Tabel 2.2 Onderwerpen van video's op de websites van zorgverzekeraars

Onderwerp video	Aantal websites
Uitleg over eigen risico	4
Uitleg over premieopbouw	2
Uitleg over de polissen	2
Uitleg over korting op de premie	1
Uitleg over de eigen bijdrage	1

Bron: Websiteanalyses

3 Koppelverkoop en sturende elementen

Belangrijkste resultaten

- Bijna de helft van de verzekerden (49%) weet dat een basisverzekering en een aanvullende verzekering bij verschillende verzekeraars af te sluiten is (vragenlijst Consumentenpanel).
- Ruim drie kwart (77%) van de verzekerden is niet op de hoogte van koppelverkoop, dat wil zeggen dat verzekerden bij sommige verzekeraars bepaalde aanvullende verzekeringen alleen kunnen afsluiten als ze voor een specifieke basisverzekering van die verzekeraar hebben gekozen. (Vragenlijst Consumentenpanel).
- Op bijna de helft van de 32 websites zijn sturende elementen (zoals een label ‘meest gekozen polis’) te vinden (websiteanalyses).
- De meeste deelnemers van de werksessie geven aan zich niet door sturende elementen te laten beïnvloeden (werksessie).

3.1 Inleiding

Verzekerden die zich willen verzekeren voor extra zorg die niet door de basisverzekering vergoed wordt, kunnen een aanvullende verzekering afsluiten. Verzekerden die een aanvullende verzekering willen afsluiten, kunnen ervoor kiezen om deze bij een andere zorgverzekeraar af te sluiten dan hun basispolis. Dit komt in de praktijk niet veel voor. Daarnaast is het zo dat verzekerden bij sommige verzekeraars bepaalde aanvullende verzekeringen alleen kunnen afsluiten als ze voor een specifieke basisverzekering van die verzekeraar hebben gekozen. Dat heet koppelverkoop. De vraag die we hierover beantwoorden, luidt:

1. *Zijn verzekerden zich ervan bewust dat er soms koppelverkoop tussen basisverzekering en aanvullende verzekering is? Kiezen mensen op basisverzekering, totaal, of aanvullende verzekering? (Paragraaf 3.2)*

Daarnaast zetten commerciële websites vaak zogenaamde sturende elementen in om bezoekers richting een bepaalde keuze te ‘nudgen’ (Thaler en Sunstein 2008). Een voorbeeld hiervan voor zorgverzekeringen is een label ‘meest gekozen’ bij een polis. Deze ‘potentieel sturende elementen’ worden gebruikt om de aandacht van verzekerden nadrukkelijker op bepaalde polissen te richten. Over deze sturende elementen hebben we ook een aantal vragen beantwoord, namelijk:

2. *In hoeverre is de verzekeraar sturend in keuze voor een polis? (Paragraaf 3.3)*
3. *In hoeverre laten verzekerden zich sturen door elementen als ‘meest gekozen’ en een standaard keuze die is aangevinkt? (Paragraaf 3.4)*

Om de bovenstaande vragen te beantwoorden, maken we gebruik van resultaten van de werksessie, de vragenlijst binnen het Consumentenpanel Gezondheidszorg en de websiteanalyses.

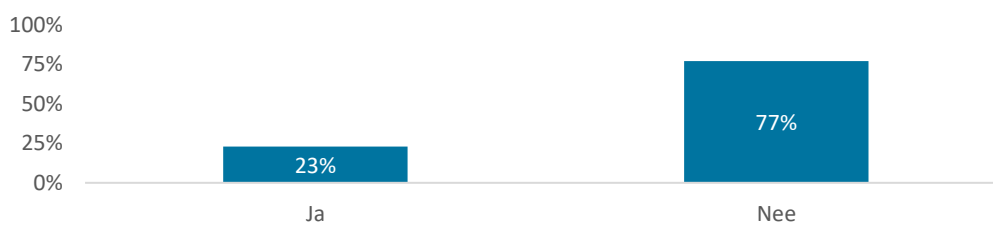
3.2 Meeste verzekerden zijn niet op de hoogte van koppelverkoop

Ongeveer de helft van de verzekerden (49%) geeft aan te weten dat zij hun basisverzekering en aanvullende verzekering bij verschillende zorgverzekeraars kunnen afsluiten (vragenlijst Consumentenpanel). De andere helft (51%) geeft aan dat zij dit niet wisten.

Daarnaast is uitgevraagd of verzekerden wisten dat bij sommige zorgverzekeraars extra voorwaarden gelden of een hogere premie moet worden betaald als zij alleen een aanvullende verzekering willen afsluiten en geen basisverzekering. Een derde van de verzekerden (34%) geeft aan dat zij dit wisten, tegenover twee derde (66%) die aangeeft dat zij dit niet wisten (vragenlijst Consumentenpanel).

Tot slot geeft 23% van de verzekerden aan dat zij wisten dat zij bij sommige zorgverzekeraars niet uit alle aanvullende verzekeringen kunnen kiezen als zij een bepaalde basisverzekering kiezen, tegenover ruim driekwart van de verzekerden (77%) die dit niet wisten (zie Figuur 3.1, vragenlijst Consumentenpanel).

Figuur 3.1 Bij sommige zorgverzekeraars kunt u niet uit alle aanvullende verzekeringen kiezen als u een bepaalde basisverzekering kiest. Wist u dat? (n=746, gewogen)



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

In de werksessie hebben we de deelnemers ook gevraagd naar koppelverkoop door zorgverzekeraars. Om de discussie te starten lieten we hen in de plenaire sessie eerst Figuur 3.1 zien. De meeste deelnemers gaven aan, zich te herkennen in het resultaat van de vragenlijst. Vier deelnemers gaven aan, dat ze wel op de hoogte waren van het feit, dat de keuze van een basisverzekering bepalend kan zijn voor de keuzemogelijkheden van de aanvullende verzekering. Hierbij valt op, dat twee van hen hier pas achter kwamen nadat ze op zoek waren gegaan naar een aanvullende verzekering die specifieke zorg vergoedde. Een van hen verwoordde dit als volgt:

“Ik wist het, ik had het jaar hiervoor een budgetverzekering afgesloten. Ik wou toen een bepaald pakket met fysiotherapie, maar dat kon toen niet, omdat ik dan niet die budgetverzekering mocht kiezen.” (Deelnemer R, werksessie)

Later in de sessie gaf een andere deelnemer het als volgt aan:

“Het zijn waarschijnlijk verschillen waar je heel snel overheen kijkt op het moment dat het niet relevant is. Waarmee ik bedoel: als je door kan klikken, graag een extra tandartsverzekering wilt, of fysiotherapie, en dat [afsluiten] lukt, dan ga je verder ook nooit kijken naar verschillen.” (Deelnemer Q, werksessie)

Vervolgens lieten we de deelnemers achter elkaar twee overzichten zien met elk twee basispolissen. Tussen de basispolissen was er telkens een verschil in de aanvullende verzekeringen die afgesloten konden worden. De duurdere polis bood in beide gevallen meer keuze uit aanvullende verzekeringen. De meeste deelnemers gaven aan een dergelijk overzicht nog nooit gezien te hebben, en verbaasden zich vooral over het verschil tussen de twee basisverzekeringen. Eén van hen verwoordde het zo:

“Vanuit de overheid is gezegd: ‘iedereen heeft een basisverzekering, en daarop kun je bijverzekeren’. Ik vind het dan best verwarrend dat je weer een [naturapolis 1] en [naturapolis 2] gaat krijgen. (..) Ik verwacht eigenlijk als ik lees ‘basisverzekering voor iedereen’, dat die bij alle zorgverzekeraars soortgelijk is, maar dat schijnt niet het geval te zijn.” (Deelnemer D, werksessie)

Twee deelnemers gaven ook aan (de redenen voor) de beperking van de keuzevrijheid in aanvullende verzekeringen niet goed te begrijpen:

“Bij [naturapolis 1] kun je maar uit [aantal] modules kiezen, maar als je [naturapolis 2] kiest (..) kun je opeens uit (..) meer modules kiezen. Waarom kun je bij de ene meer modules kiezen dan bij de andere? Omdat je meer geld betaalt? Waarom?” (Deelnemer A, werksessie)

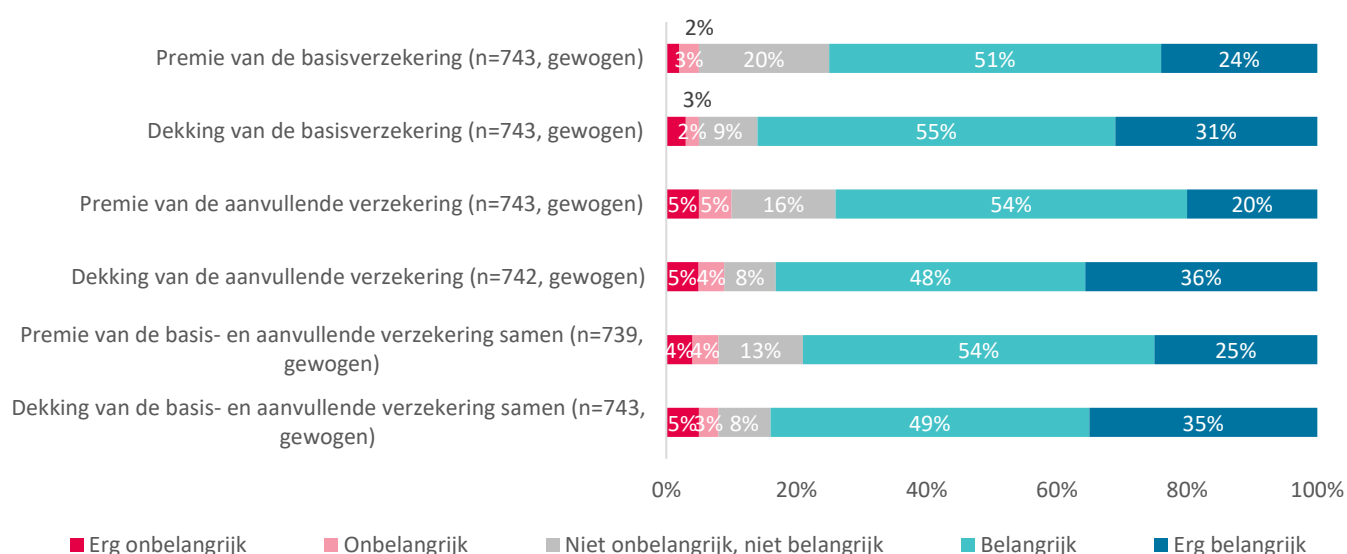
“Hoe zit het als je bij de ene verzekeraar een basisverzekering hebt, en dan bij de andere een aanvullende verzekering wilt afsluiten, hoe zit het dan? Zitten daar dan ook nog verschillen in keuzes in? Dat lijkt me wel vervelend, als je in principe een aanvullende verzekering uit wilt kiezen, en dat kan weer niet omdat je bij de ene verzekeraar niet de juiste basisverzekering hebt, dan wordt het wel heel lastig zoeken.” (Deelnemer J, werksessie)

Doorslaggevende overweging bij de keuze voor een zorgverzekering is premie en dekking van de basis- en aanvullende verzekering samen.

Verzekerden kunnen verschillende overwegingen hebben als het gaat om de keuze voor een zorgverzekering. Figuur 3.2 laat zien dat verzekerden zowel de premie als dekking (erg) belangrijk vinden bij de keuze van een zorgverzekering (vragenlijst Consumentenpanel). Verzekerden gaven daarbij net wat vaker aan de dekking (erg) belangrijk te vinden (rond 85%) dan de premie (rond 75%) (zie Figuur 3.2). Verder laat Figuur 3.2 zien dat de kenmerken (premie en dekking) van de basisverzekering ongeveer even belangrijk worden gevonden door verzekerden als de kenmerken van de aanvullende verzekering.

De doorslaggevende overweging bij de keuze voor een zorgverzekering is voor de grootste groep verzekerden (40%) de premie en de dekking van de basis- en aanvullende verzekering samen (zie Figuur 3.3, vragenlijst Consumentenpanel). Op plek twee en drie volgen de premie van de basisverzekering (14%), en de dekking van de basis- en aanvullende verzekering samen (14%). Van de verzekerden geeft 1% aan dat de premie van de aanvullende verzekering de doorslag geeft bij de keuze van een zorgverzekering (zie Figuur 3.3).

Figuur 3.2 Hoe belangrijk zijn onderstaande overwegingen bij uw keuze voor uw zorgverzekering?



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

Figuur 3.3 Welke overweging heeft bij u de doorslag gegeven bij uw keuze voor uw zorgverzekering? (één antwoord mogelijk) (n=728, gewogen)



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

3.3 Bijna de helft van de websites gebruikt sturende elementen

We hebben de websites van zorgverzekeraars geanalyseerd op de aanwezigheid van een aantal duidelijk zichtbare sturende elementen: een aanduiding 'meest gekozen' (of een vergelijkbare aanduiding) bij een basisverzekering, een reeds aangevinkte (geselecteerde) polis bij een vergelijking of premieberekening, of een andere, duidelijk zichtbare nadruk op een bepaalde polis. Bij het

verzamelen van de data viel op dat sommige verzekeraars deze sturende elementen alleen inzetten bij aanvullende verzekeringen. Aangezien het onderzoek zich richtte op de basisverzekeringen hebben wij deze sturing bij aanvullende verzekeringen niet meegenomen.

Van de 32 door ons onderzochte websites waren er veertien die een duidelijk sturend element gebruikten (zie Tabel 3.1). Daarbij maakten tien sites gebruik van een (variant op) ‘meest gekozen’ optie. Twee sites vinkten een polis aan als standaardoptie, terwijl vier sites op een andere manier duidelijk de nadruk op een polis of keuzemogelijkheid legden. Hierbij ging het om het gebruik van kleur om een bepaalde polis te benadrukken, het gebruik van symbolen (zoals sterren) en beoordelingscijfers.

Tabel 3.1 Sturende elementen op websites van zorgverzekeraars.

Sturend element	Aantal websites (n=32)
Geen	18
Wel	14
Aangetroffen elementen*:	
‘Meest gekozen’ aanduiding	10
Standaardoptie	2
Anders	4

Bron: Websiteanalyses

* Twee websites hebben twee sturende elementen.

3.4 Deelnemers laten zich niet bewust beïnvloeden door sturende elementen

Om na te gaan in hoeverre verzekerden zich laten beïnvloeden door sturende elementen op websites van zorgverzekeraars hebben we de deelnemers aan de werksessie een polisoverzicht van een zorgverzekeraar laten zien (zie Figuur 2.11 in het vorige hoofdstuk). Hierin stonden drie polissen: een budget naturapolis, een uitgebreidere naturapolis en een restitutiepolis. De budgetpolis was het goedkoopst en de restitutiepolis het duurst; de prijs van de uitgebreidere naturapolis zat tussen beide in. We hebben het polisoverzicht op vier verschillende manieren laten zien⁸. Drie varianten hadden telkens het label ‘meest gekozen’ bij een andere polis staan. Bij de vierde variant stond het label ‘meest gekozen’ bij geen enkele polis.

In geen van de drie groepjes waarin een polis het ‘meest gekozen’ label had werd die polis ook door de meeste deelnemers in de groep gekozen. De meeste deelnemers gaven aan dat het eigen (verwachte) zorggebruik, de premie of de contractering van bepaalde zorgaanbieders de doorslag gaf om te kiezen voor een bepaalde polis:

“Omdat ik een goede gezondheid heb, ik gebruik weinig zorg, kijk [ik] alleen naar de zorg.”
(Deelnemer R, werksessie)

⁸ Door zowel de ochtend als de middagsessie in twee groepen te delen, konden we vier verschillende manieren van presenteren laten zien.

“Het gaat voor mij [om] onvoorziene zorgkosten. Voor mijn zijn de aanvullende verzekeringen belangrijker, de tandarts, de fysio (...). Gebaseerd op zorgkosten zoals ik nu kan inschatten.”
(Deelnemer Q, werksessie)

De getoonde polissen maakten expliciet melding van het aantal gecontracteerde ziekenhuizen. Dat was voor veel deelnemers aanleiding om daar goed op te letten:

“Ik zou wel kijken wat dat beperkt aantal geselecteerde ziekenhuizen is. Als het ziekenhuis van keuze geselecteerd is, dan zou ik [de budgetpolis] afsluiten. Bereikbaarheid en prijs zijn belangrijk.” (Deelnemer N, werksessie)

“Budget polis [vergoedt] een beperkt aantal ziekenhuizen, dus daarom naar [de uitgebreidere naturapolis].” (Deelnemer I, werksessie)

Verder viel nog op, dat de middelste optie (de uitgebreidere naturapolis) vaak gezien werd als een ‘veilige’ optie, onafhankelijk van het ‘meest gekozen’ label:

“De gulden middenweg. Vrije keuze vind ik belangrijk, daar [heb ik wel wat meer] per maand voor over.” (Deelnemer M, werksessie)

“Ik maak niet veel gebruik van zorg, maar om nu voor budget te gaan vind ik ook weer zo wat.” (Deelnemer J, werksessie)

Nadat de deelnemers hun keuze voor een polis gemaakt en toegelicht hadden, wezen we hen op het ‘meest gekozen’ label. In de sessie met het overzicht zonder label werd er alleen in algemene zin naar dit element gevraagd, bijvoorbeeld of de deelnemers een dergelijk label al eens eerder waren tegengekomen.

De meeste deelnemers gaven aan dat het label hun keuze niet beïnvloed had. Sommigen gaven aan het niet gezien te hebben, terwijl anderen het wel opgemerkt hadden, maar dat de keuze er niet op gebaseerd was:

“Ik heb het gezien, maar dingen als best getest, of beste kwaliteit/prijs verhouding, daar heb ik weinig aan (...). Kijk vooral naar hoe het voor mij persoonlijk valt.” (Deelnemer C, werksessie)

Twee deelnemers gaven aan dat ze niet zeker wisten of het label de keuze beïnvloed had:

“Ik wil denken dat het me niet heeft beïnvloed, maar dat is met alles wat reclame gevoelig is. Ik wil denken dat ik het op eigen kracht heb gemaakt, maar durf het niet te zeggen. Het is me wel opgevallen. Ik wil dat het me niet beïnvloed, maar hoe het brein werkt weet ik niet.”
(Deelnemer F, werksessie)

Er waren ook deelnemers, die aangaven dat een dergelijke label wel van invloed was. Daarbij ging het niet alleen over de getoonde zorgverzekeringen, maar ook over andere producten (autoverzekeringen, elektronicaproducten etc.). Vooral bij twijfel tussen twee opties kan een dergelijk label de doorslag geven:

“Ik laat me erdoor leiden als ik het niet zeker weet en de verschillen het kleinst zijn. Dat is een aspect dat ik wel mee laat wegen, maar niet per definitie.” (Deelnemer G, werksessie)

Tot slot gaven twee deelnemers aan dat het label zelfs een averechts effect had: ze zouden een polis juist niet kiezen, of zouden willen weten wat er achter zat, als de polis voorzien was van een label ‘meest gekozen’.

4 Nagenoeg gelijke polissen

Belangrijkste resultaten

- Bij negen van de 32 websites zou informatie over (nagenoeg) gelijke polissen te vinden moeten zijn, omdat er sprake is van (nagenoeg) gelijke polissen.
- Op al deze negen websites is informatie over (nagenoeg) gelijke polissen te vinden (websiteanalyses).
- Deelnemers vonden het zoeken naar (nagenoeg) gelijke polissen lastig en zijn onbekend met de term en het fenomeen (werksessie).
- De meeste deelnemers vinden de informatie over (nagenoeg) gelijke polissen niet bruikbaar bij het overstappen (werksessie).
- De overzichten van (nagenoeg) gelijke polissen zijn moeilijk te begrijpen (analyse BureauTaal).

4.1 Inleiding

Op grond van de “Regeling informatieverstrekking ziektekostenverzekeraars aan consumenten”⁹ zijn zorgverzekeraars verplicht om polissen die binnen een concern of door een individuele zorgverzekeraar worden aangeboden en (nagenoeg) gelijk zijn te vermelden op hun website. Polissen zijn (nagenoeg) gelijk als de verzekerde prestaties en de keuzemogelijkheden tussen zorgaanbieders en andere diensten (vrijwel) overeenkomen. Iedere betrokken zorgverzekeraar moet in een overzicht op de website aangeven dat deze polissen (nagenoeg) gelijk zijn. Dit overzicht moet op een direct zichtbare plaats op de website staan, waar ook het aanbod van de polissen en de premies van de zorgverzekeraar staan. Wij hebben hierover de volgende vragen beantwoord:

1. *Op welke wijze wordt een verzekerde geïnformeerd over (nagenoeg) gelijke polissen? (paragraaf 4.2)*
2. *Kunnen verzekerden vinden of er nog vergelijkbare polissen (binnen een concern) zijn? (paragraaf 4.3)*
3. *Kunnen verzekerden het overzicht van vergelijkbare polissen dat zorgverzekeraars verplicht zijn om aan te bieden vinden en is deze informatie bruikbaar bij het overstappen? (paragraaf 4.4)*
4. *Wat is het taalniveau van de informatie over (nagenoeg) gelijke polissen? (paragraaf 4.5)*

Om de bovenstaande vragen te beantwoorden, maken we gebruik van resultaten van de werksessie, de websiteanalyses en de analyse van het taalniveau.

⁹ https://puc.overheid.nl/nza/doc/PUC_289900_22/1/

4.2 Op alle websites informatie over (nagenoeg) gelijke polissen te vinden als dit van toepassing is

Van de 60 onderzochte polissen zijn er 48 uniek (gebaseerd op informatie verkregen via VWS). Dat betekent dat twaalf polissen niet uniek zijn. Deze polissen zijn (nagenoeg) gelijk aan één van de unieke polissen. Twee concerns bieden dergelijke polissen aan, dat wil zeggen polissen die (nagenoeg) gelijk waren aan ten minste één andere polis van hetzelfde concern. De twaalf polissen werden aangeboden door negen verzekeraars en labels van deze twee concerns. De websites van deze negen verzekeraars en labels hebben we onderzocht op de manier waarop ze informatie over de (nagenoeg) gelijke polissen verschaften. Op alle negen websites hebben we informatie kunnen vinden over de (nagenoeg) gelijke polissen die binnen het concern aangeboden werden. De (nagenoeg) gelijke polissen werden daarbij in de vorm van een tabel gepresenteerd, met de vergelijkbare polissen bij elkaar gegroepeerd. Op drie van de negen websites (van beide concerns) was een link naar een dergelijke tabel te vinden bij het polisoverzicht, op de overige zes websites stond de link/informatie elders op de site. In dat geval was meer zoekwerk nodig om de informatie te vinden, omdat deze niet direct bij het polisoverzicht stond. In deze situaties is de plaats waar de informatie vermeld stond niet in overeenstemming met de Regeling informatieverstrekking ziektekostenverzekeraars aan consumenten¹⁰. Volgens deze Regeling moet het overzicht van (nagenoeg) gelijke polissen namelijk bij het polisoverzicht te vinden zijn.

4.3 Zoeken naar informatie over (nagenoeg) gelijke polissen is lastig

In de huiswerkopdracht is aan de deelnemers gevraagd om een overzicht van (nagenoeg) gelijke polissen op te zoeken. Tijdens de werksessie is verder ingegaan op het concept van (nagenoeg) gelijke polissen. De meeste deelnemers gaven aan hier niet bekend mee te zijn. Het was daarnaast voor hen onbekend wat met deze term bedoeld wordt. Eén van de deelnemers lichtte daarbij toe:

“Ik wist eigenlijk niet zo goed waarnaar ik aan het zoeken was met de nagenoeg gelijke polissen. Ik vind alles op elkaar lijken, alleen is de ene [polis] duurder dan de andere. Dus ik wist niet zo goed waarnaar ik aan het zoeken was” (Deelnemer F, werksessie)

Ook bleek dat bij meerdere deelnemers de term (nagenoeg) gelijke polissen voor verwarring zorgde. Zij gingen ervan uit dat dit om verschillende polissen op één website ging (bijv. twee naturapolissen, of een natura- en restitutiepolis), en wisten niet dat het om polissen ging die op elkaar lijken en aangeboden worden door hetzelfde concern. Zo zeiden twee van de deelnemers het volgende:

“Ik had dus als polis de basis natura polis en als nagenoeg gelijk dacht ik de [uitgebreidere naturapolis en de restitutiepolis]. Dat zijn dan nagenoeg gelijke polissen voor mij. Ik zoek dat dan dus niet bij een andere zorgverzekeraar.” (Deelnemer O, werksessie)

“Ik heb inderdaad gekeken naar nagenoeg gelijke polissen binnen dezelfde verzekeraar, waardoor je op drie verschillende variaties van de basisverzekering uitkomt. Daar zit je dus al in de semantische discussie wat je verstaat onder ‘nagenoeg gelijk’. Binnen de aanbieder of

¹⁰ https://puc.overheid.nl/nza/doc/PUC_289900_22/1/

verder kijkend? Bij het laatste zou ik eerder denken aan een vergelijkingssite, en niet aan de verschillende opties die een aanbieder op de website heeft staan". (Deelnemer Q, werksessie)

In de huiswerkopdracht had minder dan de helft van de deelnemers (zeven van de zeventien) het juiste overzicht van de (nagenoeg) gelijke polissen gevonden op de websites van de vier verzekeraars die opgenomen waren in de opdracht (zie Figuur E.17 in Bijlage E3). Op de website van één van de zorgverzekeraars werd door geen van de deelnemers de juiste informatie hierover gevonden. Voor de overige drie zorgverzekeraars geldt dat op elke website minimaal twee van de deelnemers de juiste informatie hierover gevonden hebben. Verder is er verdeeldheid onder de deelnemers over hoe makkelijk en snel zij de informatie konden vinden. De deelnemers gaven het vaakst aan deze informatie gevonden te hebben door het doorklikken op de website van de zorgverzekeraar. Ook zijn er deelnemers die de zoekfunctie op website hebben gebruikt. Een van deze deelnemers gaf aan op die manier vrij snel de juiste informatie te hebben gevonden:

"Ik had ook zoiets van nagenoeg gelijke polissen, waar moet ik dan naar kijken? Ik heb via de zoekfunctie van [zorgverzekeraar] de polis ingevuld. En toen dacht ik 'nagenoeg gelijke polissen'? Ja, alternatieve polissen of iets dergelijks? En toen kwam ik dat [in de zoekresultaten] ergens tegen en toen klikte ik daarop en toen kreeg ik een compleet overzicht van allerlei polissen van andere verzekeringen die bij hun polissen dan nagenoeg hetzelfde zijn. Ik was zelf verbaasd dat het zo snel lukte, het was voor mij een toevalstreffer denk ik." (Deelnemer A, werksessie)

Een andere deelnemer, die zowel de zoekfunctie heeft gebruikt als doorklikken op de website, zei hierover het volgende:

"Op de website van [zorgverzekeraar] kwam ik wel makkelijk op een pagina waar bijna gelijke polissen op stonden. Er stonden twee extra polissen van andere zorgverzekeraars bij met wie ze werden vergeleken en daar stond bij dat ze gelijk waren, dat was wel makkelijk te vinden en helder." (Deelnemer L, werksessie)

Een aantal andere deelnemers gaf aan het op de site van de verzekeraar niet gevonden te hebben, maar wel via Google.

"Ik vond het niet makkelijk te vinden op de site van [zorgverzekeraar], maar als je op Google de term intikte en via die weg er kwam, dan kon ik het wel vinden, maar niet op de site van henzelf." (Deelnemer R, werksessie)

Tien deelnemers hadden de juiste informatie over (nagenoeg) gelijke polissen niet gevonden in de huiswerkopdracht (zie Figuur E.17 in Bijlage E3). Eén deelnemer zei hierover het volgende:

"Op de website kon ik het niet echt goed vinden, zeker niet met de genoemde termen. Als ik intern de polissen vergeleek kon ik wel verschillen zien, maar dan noemde ik hetgeen nagenoeg gelijke polissen. Ik heb niet de check gedaan tussen verzekeringen." (Deelnemer C, werksessie)

4.4 De meeste mensen vinden de informatie over (nagenoeg) gelijke polissen niet bruikbaar

Vervolgens is tijdens de werksessie aan de deelnemers de vraag gesteld of zij de informatie over (nagenoeg) gelijke polissen bruikbaar vinden bij het overstappen. De meeste deelnemers hadden geen idee wat er met de term (nagenoeg) gelijke polissen bedoeld wordt, en zouden hier dus niet op gelet hebben bij het maken van een keuze van een zorgverzekering. Van de zeven deelnemers die wel de juiste informatie hebben gevonden, gaven er drie aan dat het hen zou helpen. De rest gaf aan dat het hen niet zou helpen of gaf aan het niet te weten. Daarbij gaven de deelnemers aan dat de premieverschillen te klein zijn om echt van belang te zijn. Een van de deelnemers zei het volgende over de bruikbaarheid van de informatie:

“Bij mij kwamen er vier polissen uitgerold. Als ik kijk naar mijzelf, wij hebben collectiviteitskorting vanuit ons werk. Al zou ik dan zeggen deze polis komt bij mij uit de vergelijkingssite en wil ik dan kijken of mijn collectiviteitskorting-verzekering dan een nagenoeg gelijke polis heeft, is dat het wel handig. Maar zou ik dat niet weten en heb ik geen idee? Wat heb ik er dan aan? Misschien dat je dan een prijsvergelijking kan maken op die 4 of 5 verzekeringen, zodat je dan de goedkoopste kan vinden. Maar verder zou ik niet weten wat je daaraan zou hebben.” (Deelnemer A, werksessie)

Van de zeven deelnemers die het juiste overzicht van de (nagenoeg) gelijke polissen hadden gevonden gaven vijf aan dat de informatie makkelijk te begrijpen was. Een aantal deelnemers gaf tijdens de plenaire bespreking van de opdracht aan dat ze het overzicht helder of “wel handig” vonden. De overige drie deelnemers gaven in de huiswerkopdracht aan dat ze de informatie niet moeilijk en niet makkelijk te begrijpen vonden. Tijdens dit onderdeel van de werksessie kwam naar voren dat het vergelijken van verzekeringen lastig is, ook als je er grondig in gaat verdiepen. Eén van de deelnemers vertelde wel eens uitgebreid te hebben vergeleken en vertelde hierover het volgende:

“Ik heb wel eens getracht een Excelsheet te maken van vergelijkbare verzekeringen, omdat ik zelf wilde kijken om een nieuwe af te sluiten. Het is ontzettend moeilijk om voor verschillende verzekeraars de polisvoorwaarden goed op een rijtje te zetten. Maar als je dat hebt gedaan, dan ben je al een heel eindje. Dan gaat het nog om wat ze uitbetalen als ze er iets is. Dan kom je in een bos aan informatie wat niet te doorgronden is, en dat is met een normale Excel sheet niet in elkaar te brengen. (Deelnemer I, werksessie)

Verder gaf deze deelnemer aan dat de verschillen die hij vond in premie tussen vergelijkbare polissen uiteindelijk zeer klein waren. Ook een andere deelnemer gaf aan dat vergelijken van verzekeringen lastig is:

“Ik heb een aantal keren gezocht op verschillen in vergoedingen voor specifieke dingen. Ik ben daar ook een beetje mee opgehouden, omdat het allemaal zo op elkaar lijkt en het zo ontzettend lastig is het te zoeken en naast elkaar te leggen.” (Deelnemer G, werksessie)

Een andere deelnemer maakte duidelijk dat zorgverzekeringen vergelijken voor hem niet relevant is:

“Je moet een zorgverzekering afsluiten en pas in de loop van het jaar heb je zorg nodig. Je weet dus nooit van tevoren wat je moet kiezen. Dus daarom heeft het eigenlijk geen nut om überhaupt te gaan shoppen.” (Deelnemer O, werksessie)

Weer een andere deelnemer maakte duidelijk dat alle gelijkenissen en verschillen die er tussen zorgverzekeringen zijn het er niet makkelijker op maakt. Hij benadrukte dat het vergelijken van polissen voor ouderen al helemaal lastig is:

“Als ik nu het hele verhaal hoor, sta je als klant eigenlijk al met 1-0 achter. Al die sites die zijn anders, dus je moet over gaan zoeken. Mensen die ouder worden hebben vaak meer zorg nodig en hebben vaak minder computerervaring. Dus dat werkt eigenlijk averechts. Voor ons is het al moeilijk om dit te zoeken, je hebt er een bepaalde tijd voor nodig, dus als je 3 of 4 polissen moet gaan zeken, heb je er een dagtaak aan.” (Deelnemer N, werksessie)

4.5 Informatie over (nagenoeg) gelijke polissen is moeilijk te begrijpen

Voor de twee concerns die (nagenoeg) gelijke polissen aanbieden heeft BureauTaal de overzichten geanalyseerd op begrijpelijkheid. Omdat deze informatie in de vorm van een tabel gepresenteerd wordt, was het niet mogelijk om de Texamen software in te zetten voor de analyse van het taalniveau. BureauTaal heeft daarom de tabellen geanalyseerd door middel van een expertoordeel. Hieruit kwam naar voren dat dergelijke tabellen moeilijk te begrijpen zijn. BureauTaal kon geen kenmerken identificeren die de tabellen makkelijk te begrijpen maken. Kenmerken die de tabellen moeilijk begrijpelijk maken zijn:

- Het doel van de overzichten spreekt niet voor zich. Het is niet duidelijk voor wie een dergelijk overzicht interessant is. Ook de keuze voor juist deze informatie die in deze kolommen staat is niet duidelijk;
- De tabellen bevatten grote hoeveelheid informatie, met veel kolommen en rijen in de tabel;
- Moeilijke titels van de kolommen (zoals ‘handelsnaam risicodrager’, ‘distributiewijze’). Voor een algemeen publiek zijn deze termen ingewikkeld;
- Gebruik van vaktermen zoals ‘restitutieverzekering’, ‘ruime contractering’, ‘niet-gecontracteerd’;
- Gebruik van onpersoonlijke taal, bijvoorbeeld ‘vergoeding af te sluiten bij...’

5 Contractering

Belangrijkste resultaten

- Deelnemers aan de huiswerkopdracht konden makkelijk vinden in hoeverre er selectief gecontracteerd is bij een specifieke polis. Zestien van de zeventien deelnemers hebben gevonden of bij een specifieke polis alle zorgaanbieders zijn gecontracteerd.
- De voorwaarden met betrekking tot selectief contractering zijn niet altijd even begrijpelijk. Bijna een kwart (23%) van de verzekerden vindt de informatie van de zorgverzekeraar over de vergoeding wanneer je naar een niet gecontracteerde zorgaanbieder gaat (zeer) onbegrijpelijk (vragenlijst Consumentenpanel). Dit komt met name vanwege moeilijke termen als maximaal 75%, of marktconform (werksessie).
- Uit de huiswerkopdrachten blijkt dat er verschil is tussen websites in hoe makkelijk te vinden is of een contract is afgesloten met een specifieke aanbieder.
- Voor de helft (53%) van de verzekerden is het (zeer) onduidelijk waarom zorgverzekeraars met bepaalde zorgaanbieders geen contract hebben afgesloten (vragenlijst Consumentenpanel).
- Zowel aan het begin (28 van de 32 websites) als aan het eind van het overstapseizoen (31 van de 32 websites) maken de meeste websites melding over niet afgeronde contractering (websiteanalyses).
- De meeste van de geanalyseerde teksten over contractering hebben taalniveau B2 of hoger (veertien van de zestien). Twee teksten hebben taalniveau B1 en zijn dus voor de meerderheid van de mensen begrijpelijk (analyse BureauTaal).

5.1 Inleiding

In Nederland hoeven zorgverzekeraars niet met alle zorgaanbieders een contract af te sluiten. Dit wordt selectief contracteren genoemd. Bij een naturapolis krijgt een verzekerde de zorg van gecontracteerde aanbieders volledig vergoed. Bij zorg door niet-gecontracteerde aanbieders moet de verzekerde meestal een deel van de kosten zelf betalen. Bij een restitutiepolis heeft de verzekerde recht op de vergoeding van de kosten van zorg, ongeacht of zorgaanbieders wel of niet gecontracteerd zijn¹¹. Een combinatiepolis is een combinatie van een naturapolis en een restitutiepolis: natura voor sommige soorten zorg en restitutie voor andere soorten zorg.

Dit betekent dat vooral bij naturapolissen verzekerden goed op moeten letten of een zorgverzekeraar wel of geen contract heeft afgesloten met een zorgaanbieder. Om een weloverwogen keuze te maken voor een polis, is het dan ook belangrijk dat informatie voor verzekerden over de contractering goed vindbaar en compleet is.

Dit hoofdstuk gaat in op het thema contractering. We beantwoorden in dit hoofdstuk de volgende onderzoeksvragen:

¹¹ De vergoeding van niet-gecontracteerde zorg bij een restitutiepolis betreft 100% van het marktconform tarief. Dat is het tarief dat volgens Nederlandse marktomstandigheden redelijk is voor een bepaalde behandeling.

1. Kan een verzekerde vinden in hoeverre er selectief is gecontracteerd? (paragraaf 5.2)
2. Kan een verzekerde makkelijk vinden of een specifieke zorgaanbieder is gecontracteerd (paragraaf 5.3)
3. Is het voor een verzekerde duidelijk waarom bepaalde zorgaanbieders (niet) gecontracteerd zijn? (paragraaf 5.4)
4. Hoe wordt omgegaan met contractering die nog niet is afgerond tijdens het overstapseizoen? Wijzigt dit tijdens het overstapseizoen? Hoe wordt de verzekerde hierover geïnformeerd? (paragraaf 5.5)
5. Wat is het taalniveau van de informatie over de contractering? (paragraaf 5.6)

Om de bovenstaande vragen te beantwoorden, maken we gebruik van resultaten van de werksessie, de huiswerkopdrachten, de vragenlijst binnen het Consumentenpanel Gezondheidszorg, website analyses en de analyse van het taalniveau.

5.2 Informatie over selectieve contractering is makkelijk te vinden

Om een weloverwogen keuze te kunnen maken voor een polis moet het voor een verzekerde duidelijk zijn of er bij een polis sprake is van selectieve contractering. In de huiswerkopdracht hebben we de deelnemers gevraagd om voor een specifieke polis op te zoeken of alle zorgaanbieders gecontracteerd zijn. Zestien van de zeventien deelnemers die de huiswerkopdracht hebben ingeleverd hebben dit juist gevonden (zie Figuur E.1 in Bijlage E3). Vervolgens moesten de deelnemers aangeven wat de voorwaarden van de polis zijn (met behulp van een meerkeuzevraag). Bij drie van de vier websites gaven alle deelnemers die deze websites bekeken (N=12) het juiste antwoord. Bij één website gaf één van de overige vijf deelnemers het juiste antwoord, en de andere vier een fout antwoord (zie Figuur E.2 in Bijlage E3). Wat opvalt was dat bij deze website op de startpagina geen duidelijk overzicht gegeven wordt van de aangeboden polissen. Pas nadat op “bereken je premie” wordt geklikt kan door middel van een ‘i’ bij de polis meer informatie worden gevonden over de voorwaarden.

De deelnemers gaven bij de huiswerkopdracht (zie Figuur E.4 in Bijlage E3), maar ook tijdens de werksessie zelf aan dat de informatie over de voorwaarden over het algemeen makkelijk te vinden is.

“Even naar beneden scrollen en toen zag ik hem al.” (Deelnemer F, werksessie)

“Het verbaast mij dus heel erg want ik ging naar ‘zorgverzekeringen’ en daar stond die specifieke en die klikte ik aan. En daar was alle informatie heel erg duidelijk. Ik heb dit bij geen andere zorgverzekering zo makkelijk tevoorschijn gekregen, ooit.” (Deelnemer G, werksessie)

“Ik heb de informatie wel gevonden en ook relatief simpel. Maar het viel mij op dat de informatie niet klaar stond. Ik moest de informatie opzoeken via de zoekfunctie en het was niet dat je kon zeggen in de drop-down ‘daar staat die’.” (Deelnemer C, werksessie)

Ook al konden de deelnemers de polisvoorwaarden over het algemeen makkelijk vinden, niet alle deelnemers vonden het ook even makkelijk te begrijpen wat deze voorwaarden betekenden. Voor

een aantal deelnemers was de informatie begrijpelijk en overzichtelijk (zie ook Figuren E.6 en E.7 in Bijlage E3), maar een aantal anderen vond het moeilijk om termen als ‘maximaal 75%’, of ‘marktconform’ te begrijpen.

“Toen de polis gevonden was, was de informatie hartstikke helder, was [naam zorgverzekeraar]. Daar stond alles heel duidelijk en direct weergegeven wat de voorwaarden waren”. (Deelnemer C, werksessie)

“Dan kreeg je 100% gecontracteerd en maximum van 60% voor niet-gecontracteerd, afhankelijk van de factuur denk ik. (...) Die [= de informatie] was makkelijk te vinden, het enige onduidelijke is natuurlijk dat ze erbij schrijven ‘het is 60% maximaal afhankelijk van het tarief wat gesteld werd’. Dus als het tarief niet marktconform was volgens de zorgverzekeraar, dan kreeg je niet 60% vergoed. Dat is dan de onduidelijkheid. Dan moet je zelf weer gaan uitzoeken wat hij berekent en uitzoeken of het marktconform is.” (Deelnemer K, werksessie)

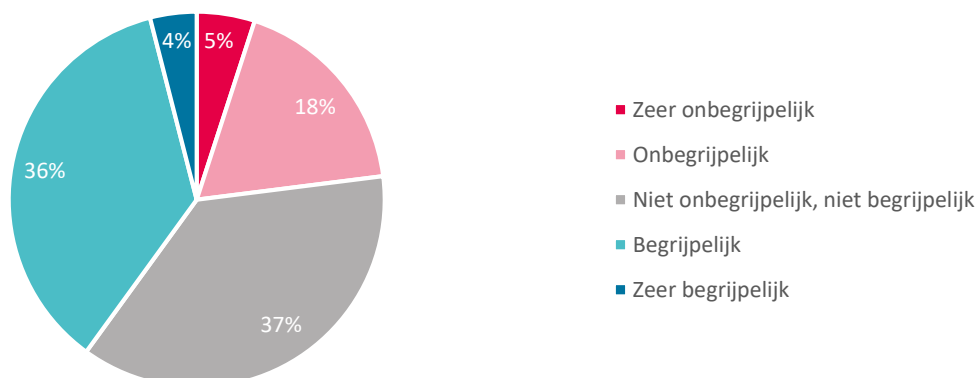
“Ja dat was de enige variabele die je niet duidelijk kon krijgen, dat maximum, wat het maximum is.” (Deelnemer R, werksessie in reactie op citaat hierboven van Deelnemer K, werksessie)

“Ik vind de informatie over “75% wordt wel [vergoed]”, of: “dit percentage wordt wel vergoed”, (..), dat soort teksten, daar moet je wel als klant over nadenken van wat betekent dat nu eigenlijk, geldt dat nu voor mij? Dus dan moet je eigenlijk per verzekering helemaal uitzoeken over dat de ziekenhuizen of zorg in jouw buurt meewerkt of niet. Ik vind dat best omslachtig eigenlijk. Het kost uren aan tijd voordat je dat hebt uitgezocht wat dan het beste is voor jou. Ik vind het niet glashelder zo, van: je leest het even door en je weet het.” (Deelnemer A, werksessie)

“Wat ik heel lastig vind is ‘maximaal 75% voor niet gecontracteerde’. Dan denk ik ‘wat is maximaal 75?’ Kom ik dan uiteindelijk uit op 40% puntje bij paaltje? Dat vind ik hele lastige zinnen waarvan ik denk daar kan ik niks mee.” (Deelnemer F, werksessie)

Het feit dat de voorwaarden niet voor iedereen even begrijpelijk zijn, komt ook naar voren uit de resultaten van de vragenlijst. Bijna een kwart (23%) van de verzekerden vindt de informatie van de zorgverzekeraar over het onderwerp ‘vergoeding wanneer je naar een niet gecontracteerde zorgaanbieder gaat’ (zeer) onbegrijpelijk (zie Figuur 5.1). Vier op de tien (40%) verzekerden vindt de informatie daarentegen (zeer) begrijpelijk.

Figuur 5.1 Kunt u aangeven hoe begrijpelijk u de informatie van zorgverzekeraars over het onderwerp ‘vergoeding wanneer je naar een niet gecontracteerde zorgaanbieder gaat’ vindt? (N=721, gewogen)

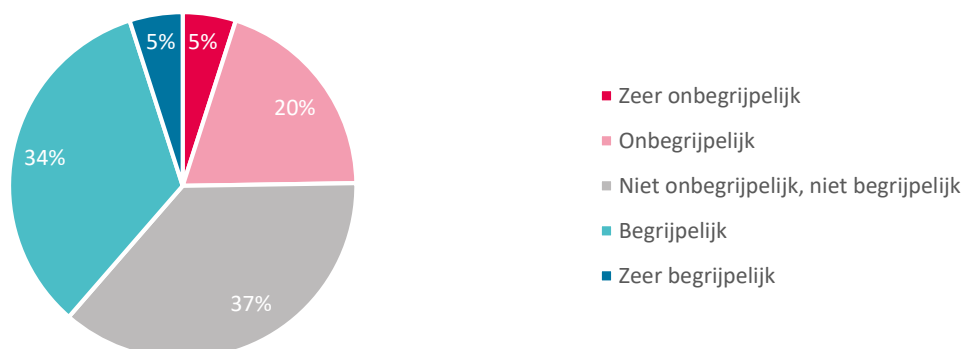


Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

5.3 Vindbaarheid van informatie over afgesloten contracten met zorgaanbieders verschilt per website

Wanneer verzekerden voor een naturapolis hebben gekozen, moeten zij er goed op letten of hun zorgverzekeraar een contract heeft afgesloten met hun zorgaanbieder. Het is belangrijk dat deze informatie goed vindbaar en begrijpelijk is, zodat verzekerden makkelijk kunnen achterhalen of hun rekening wordt vergoed. Figuur 5.2 laat zien dat een kwart (25%) van de verzekerden (vragenlijst Consumentenpanel) de informatie van zorgverzekeraars over het onderwerp ‘welke zorgaanbieders zijn gecontracteerd’ (zeer) onbegrijpelijk vinden. Bijna vier op de tien (39%) verzekerden vindt deze informatie (zeer) begrijpelijk.

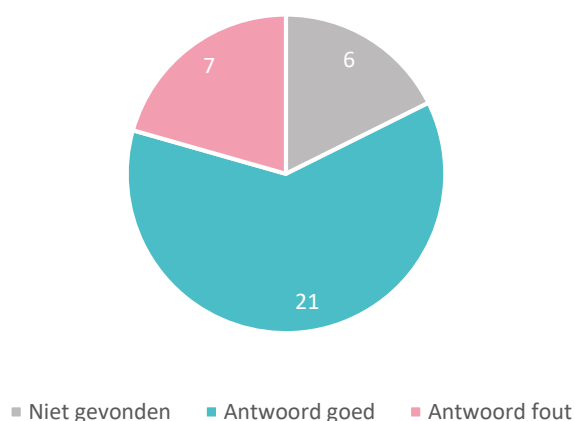
Figuur 5.2 Kunt u aangeven hoe begrijpelijk u de informatie van zorgverzekeraars over het onderwerp ‘welke zorgaanbieders zijn gecontracteerd’ vindt? (N=717, gewogen)



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

In de huiswerkopdracht hebben we gevraagd of de deelnemers voor twee specifieke zorgverleners konden vinden of een zorgverzekeraar hier een contract mee had afgesloten. Figuur 5.3 laat zien dat dit zes keer niet gevonden kon worden door een deelnemer. Van de 28 keer dat dit wel gevonden is, is 21 keer het juiste antwoord gevonden. Eén zorgaanbieder was lastig te vinden, omdat het voor deze zorgaanbieder niet duidelijk was welk type zorgaanbieder je moest intypen in de zorgzoeker/zorgvinder.

Figuur 5.3 In hoeverre konden deelnemers vinden of een specifieke zorgaanbieder is gecontracteerd? (N=34, twee zoekopdrachten per persoon)



Bron: Huiswerkopdrachten

Tijdens de werksessie kwam wel naar voren dat er volgens de deelnemers verschillen zitten tussen websites in hoe makkelijk te vinden is of er een contract met een zorgaanbieder is afgesloten (Zie Figuur E.12 in Bijlage E3). De meeste deelnemers hebben via de zorgzoeker op de website gezocht. Bij sommige websites is de zorgzoeker meteen vindbaar, bij andere websites is dit lastiger. Twee deelnemers verwoordden het als volgt:

“Ik had bij [naam zorgverzekeraar] juist dat ik dat dacht ok waar zou ik dit kunnen vinden, en toen kwam ik in die... bij de categorieën waar je kan zoeken, in het menu, dacht ik zorgzoeker dat zou het wel kunnen zijn. En toen klikte ik daarop en toen had ik het inderdaad zo gevonden. Toen hoefde ik alleen maar de zorgverlener in te typen en toen kwam het al naar boven. Maar dan moet je wel kunnen vinden dat dan je via de zorgvinder moet zoeken inderdaad. Daar heb ik wel een minuutje over nagedacht. ... Je moet het menu even bekijken wat handig is.” (Deelnemer A, werksessie)

“Ik vond het op zich allemaal vrij makkelijk en toegankelijk, alleen de wijze waarop je de zoekfunctie start, die bepaalt vaak hoe snel de uitkomst is. En in dit geval, ik had het even over [naam zorgverzekeraar], dan vind je via de zorgzoeker of de zorgvinder vrij snel je antwoorden” (Deelnemer E, werksessie)

Het verschilt ook per website hoe makkelijk het is om in de zorgzoeker te zoeken. Zo viel het deelnemers op dat je op sommige websites op de naam van een zorgaanbieder kan zoeken, terwijl je

bij andere alleen op type zorgverlener (bijv. fysiotherapiepraktijk) in combinatie met plaatsnaam kan zoeken. Dit betekent dat je moet weten onder welke categorie een zorgaanbieder valt. Als je dit niet weet, is het lastig zoeken. Zo gaf een van de deelnemers aan:

“De eerste zorgaanbieder kon je prima vinden o.b.v. de categorie [type zorgverlener]. Bij de tweede heb ik alles opgezocht in [plaatsnaam] in dit geval. En dan <ctrl-F> [naam zorgaanbieder] en dan zag je hem. Maar volgens mij zou dat niet de oplossing moeten zijn.”
(Deelnemer Q, werksessie)

Op een andere website kan je volgens een deelnemer wel op naam zoeken, maar niet op naam in combinatie met een soort zorg. Het voorbeeld was in dit geval ‘type zorgverlener – naam zorgverlener’. Als je dit intoetst vond de deelnemer geen resultaten, als je alleen ‘naam zorgverlener’ intoetst vond de deelnemer wel een resultaat.

“Een van de dingen die we moesten zoeken was de [type zorgverlener] [naam zorgverlener]. Als ik [type zorgverlener] erbij had staan kon ik het niet vinden maar wel op de [naam zorgverlener]. Als je het zoekt op de volledige naam [= type zorgverlener en naam zorgverlener] kon je het niet vinden.” (Deelnemer J, werksessie)

Ook vond een deelnemer het lastig zoeken als er meerdere zorgverleners waren met dezelfde naam, dat gaf een bepaalde onzekerheid. Een andere deelnemer gaf aan te twijfelen of hij het goede antwoord had, ook al kon deze deelnemer in de zorgzoeker vrij snel de antwoorden vinden.

“De andere opdracht, daar waren veel meer met dezelfde naam in de zoekmachine. Dat was heel lastig. Elke keer als ik probeerde de tandartspraktijk in te typen kwam er wat anders eruit. En daar heb ik echt wel 3-4 keer geprobeerd, doe ik dat wel juist. Daar had ik ook een bepaalde onzekerheid.” (Deelnemer D, werksessie)

“... dan vind je via de zorgzoeker of de zorgvinder vind je vrij snel je antwoorden. Het blijft toch heel vreemd voor mijn gevoel, dat als ik dacht nu heb ik het echt gevonden, dat dan een soort onzekerheid blijft bestaan van weet ik het wel zeker omdat de informatie zo omvattend is en gefragmenteerd. Dan blijf je toch twijfelen heb ik het wel goed gedaan.” (Deelnemer E, werksessie)

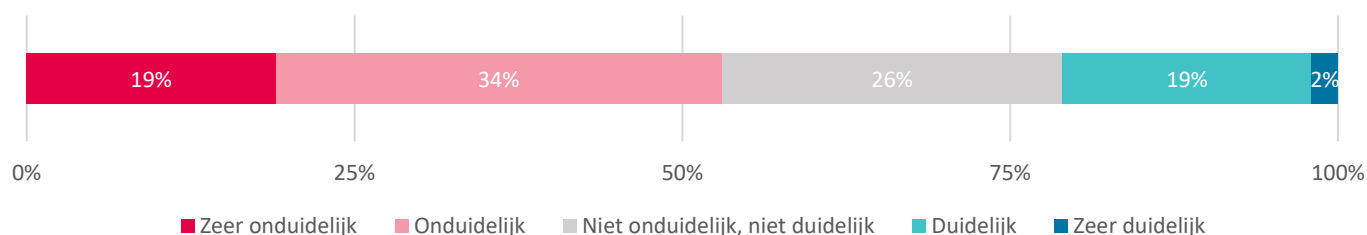
Daarnaast viel het sommige deelnemers op dat er soms nog stond dat de zorgverzekeraar nog in onderhandeling was met de zorgaanbieder. En ze vroegen zich af of dit niet al bekend zou moeten zijn, omdat je als verzekerde je keuze al moet hebben gemaakt.

“Wat mij verbaasde was dat bij [naam zorgverzekeraar] nog steeds achter [naam zorgaanbieder] in [plaats] staat dat ze nog in onderhandeling zijn. Dan denk ik, ja, wij moeten uiterlijk 31 januari beslist hebben, hoe lang wil je nog onderhandelen voordat je daar duidelijkheid overhebt?” (Deelnemer K, werksessie)

5.4 Voor veel verzekerden is het niet duidelijk waarom met bepaalde zorgaanbieders geen contract wordt afgesloten

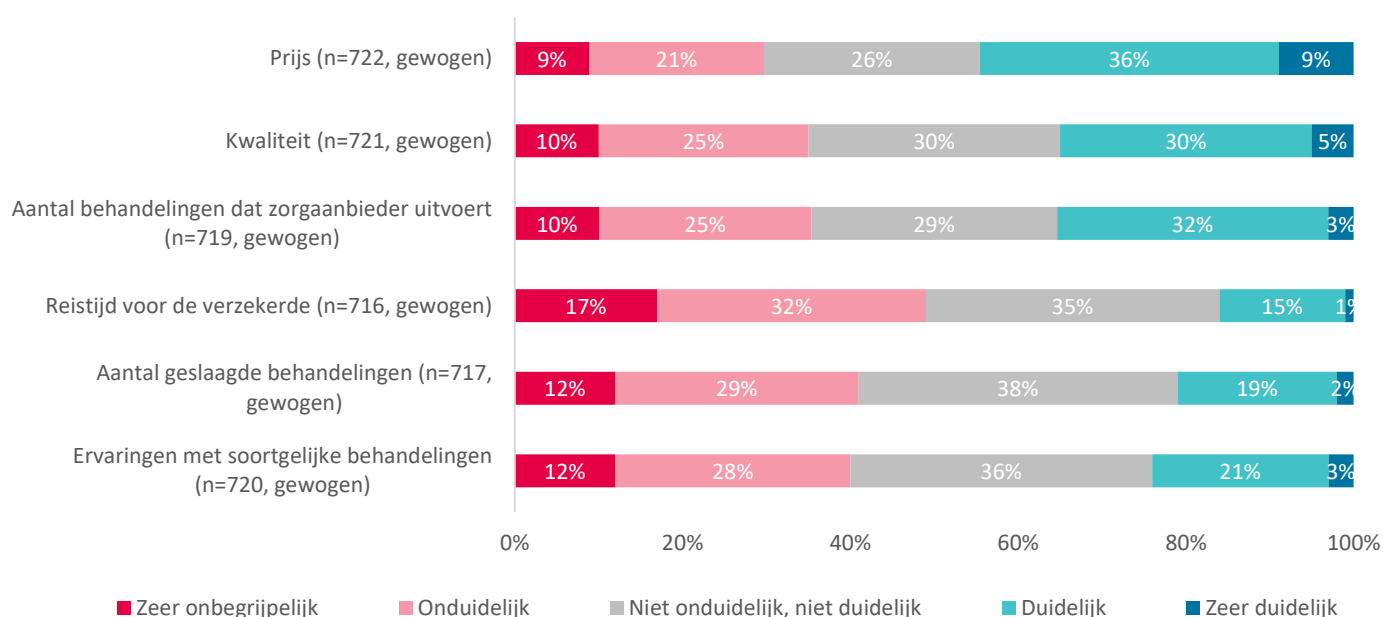
Een meerderheid van de verzekerden (92%) weet dat het mogelijk is dat zorgverzekeraars niet met alle zorgaanbieders contracten afsluiten (vragenlijst Consumentenpanel). Het is voor veel verzekerden echter niet duidelijk waarom met bepaalde zorgaanbieders geen contract wordt afgesloten door zorgverzekeraars (zie Figuur 5.4). Meer dan de helft (53%) van de verzekerden geeft aan dat het voor hen (zeer) onduidelijk is waarom zorgverzekeraars met bepaalde zorgaanbieders geen contract hebben afgesloten. Twee op de tien (21%) verzekerden geven aan dat dit voor hen (zeer) duidelijk is. Wanneer aan verzekerden een aantal aspecten wordt voorgelegd die een rol kunnen spelen bij de contractering (zie Figuur 5.5), geeft 45% aan dat het (zeer) duidelijk is dat de prijs wordt meegenomen in de contractering. Dat de kwaliteit en het aantal behandelingen dat een zorgaanbieder uitvoert als aspecten worden meegenomen in de contractering is voor 35% van de verzekerden (zeer) duidelijk. Voor de aspecten reistijd voor verzekerden, het aantal geslaagde behandelingen en ervaringen met soortgelijke behandelingen is dit minder duidelijk voor verzekerden. Voor deze aspecten geeft 40-49% aan dat het (zeer) onduidelijk is dat deze aspecten worden meegenomen in de contractering.

Figuur 5.4 In hoeverre is het voor u duidelijk waarom zorgverzekeraars met bepaalde zorgaanbieders geen contract afsluiten? (n=727, gewogen)



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

Figuur 5.5 In hoeverre is het voor u duidelijk hoe de volgende aspecten worden meegenomen door zorgverzekeraars bij de contractering? (N=716-722, gewogen)



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

Ook uit de huiswerkopdrachten blijkt dat informatie over de reden waarom bepaalde zorgaanbieders wel of niet gecontracteerd zijn lastig te vinden is. Van de zeventien deelnemers die de huiswerkopdracht hebben ingeleverd, geven er veertien aan geen informatie te hebben gevonden over de reden waarom bepaalde zorgaanbieders wel of niet gecontracteerd zijn (zie Figuur E.8 in Bijlage E3). Drie deelnemers gaven aan hierover wel informatie te hebben gevonden, maar vonden deze informatie vaak niet helder. Eén van de drie deelnemers die zei informatie te hebben gevonden, gaf aan dat ze had gelezen dat als er geen contract is afgesloten je niet weet of de zorg wel goed en effectief is. En dat de zorgverzekeraar dat ook niet weet. Ze vond dat je als potentiële klant hier niets mee kan.

Een andere deelnemer die informatie had gevonden, verwoordde het als volgt:

“Ik heb daar wel wat over gevonden op de site. Daar stond een tekst van dat ze met niet-gecontracteerde niet de kwaliteit van de zorg konden garanderen. Dat was de reden waarom ze daar niet alles vergoeden. Dat was een soort summier standaard tekstje eigenlijk.”
(Deelnemer D, werksessie)

Een aantal van de deelnemers die geen informatie hadden gevonden, vonden het jammer dat zorgverzekeraars geen inzicht gaven in de redenen waarom sommige bepaalde zorgaanbieders al dan niet gecontracteerd worden.

“Wat mij opviel was dat ik bij [naam zorgverzekeraar] geen informatie kon vinden over de reden waarom bepaalde zorgaanbieders wel of niet gecontracteerd zijn. ... Het was dan nog niet eens specifiek per aanbieder, dat hoeft ook niet, maar er waren ook geen richtlijnen van als een zorgverlener aan deze dingen voldoet dan proberen wij die te contracteren. Dat vond ik wel jammer dat je daarom niet kon zien van, wat zit daarachter.” (Deelnemer C, werksessie)

“Ik keek ook even bij mijn eigen polis of ziektekostenverzekeraar en toen ik keek bij nog een andere en ik kon bij niemand vinden waarom ze een bepaald ziekenhuis niet contracteren. Ze geven nooit motivatie daarvoor.” (Deelnemer R, werksessie)

5.5 Merendeel van de websites maakt melding over niet afgeronde contractering

Een ander belangrijk aspect met betrekking tot de informatie rond de (selectieve) contractering van zorgaanbieders is de manier waarop zorgverzekeraars informatie verschaffen over de nog niet afgeronde contractering. Tijdens het overstapseizoen kan het voorkomen dat zorgverzekeraars nog in onderhandeling zijn met zorgaanbieders. Het is dan niet altijd duidelijk of verzekerden terecht kunnen bij de nog niet gecontracteerde zorgverleners, en hoe de zorg in zo’n geval vergoed wordt. Dat kan financiële gevolgen hebben voor verzekerden. Deze onzekerheid was tijdens het overstapseizoen 2021-2022 extra urgent, omdat volgens Kompas in Zorg medio november 2021 gemiddeld 11% van de ziekenhuizen was gecontracteerd voor 2022. Dit is het laagste percentage van de afgelopen vier jaar (Kompas in Zorg, 2021). Het is voor verzekerden dan ook belangrijk dat zorgverzekeraars een mededeling doen over de manier waarop ze nog niet gecontracteerde zorg vergoeden. Zo kunnen verzekerden inschatten of, en hoe, ze zorg tijdens de contractonderhandelingen vergoed krijgen.

We hebben daarom de informatie die zorgverzekeraars verschaffen op hun website met betrekking tot de nog niet afgeronde contractering op twee momenten bekeken. Het eerste moment was aan het begin van het overstapseizoen (de periode 17 november tot en met 7 december 2021). Het tweede moment was op het einde van het overstapseizoen (op 29 en 30 december 2021). Op deze manier konden we nagaan of de verstrekte informatie gedurende het overstapseizoen was veranderd.

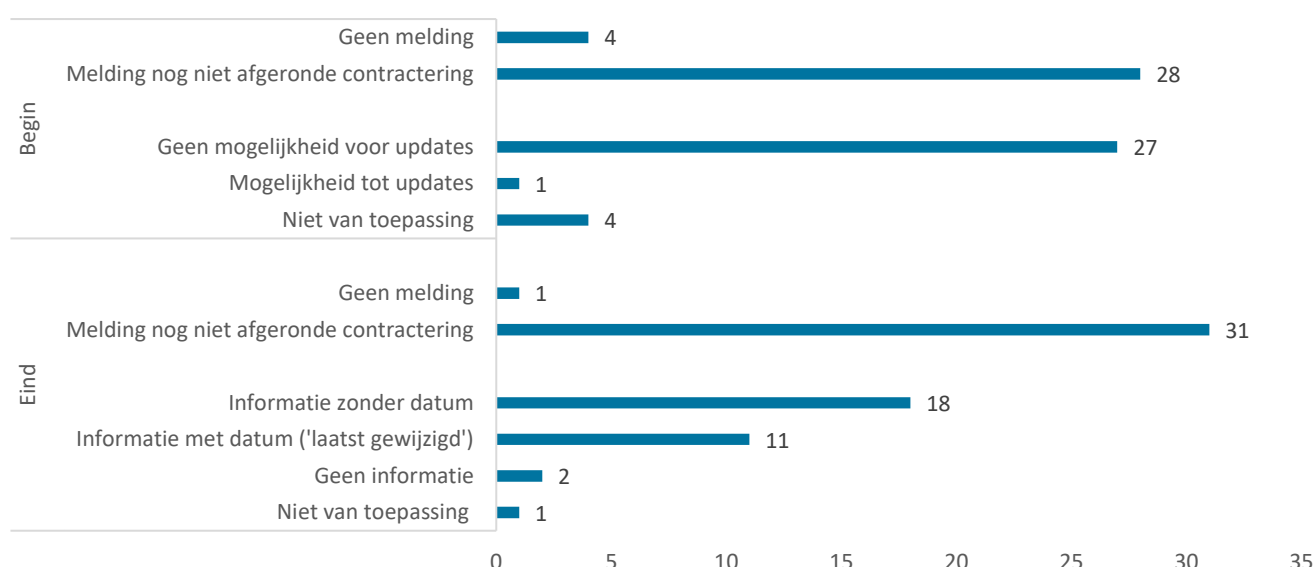
Aan het begin van het overstapseizoen maakten 28 van de 32 websites melding over niet afgeronde contractering (zie Figuur 5.6). Bij één van deze 28 websites was het mogelijk om updates te ontvangen over wijzigingen, bij 27 websites was dit niet mogelijk. De informatie was voornamelijk te vinden via de zorgzoeker/zorgvinder (28 van de 32 websites). Aan het eind van het overstapseizoen maakten bijna alle websites (31 van de 32 websites) melding over niet afgeronde contractering. Bij 18 van deze 31 websites werd informatie gegeven over updates, maar zonder datum. Het gaat dan bijvoorbeeld om teksten als:

*“Met de meeste zorgverleners hebben we al afspraken gemaakt voor 2022. Met een aantal zorgverleners zijn we nog in gesprek. Zodra de gesprekken zijn afgerond, vindt u dit in de Zorgzoeker. **Wij werken deze informatie van maandag t/m vrijdag dagelijks bij.**”*

Bij 11 van de 31 websites met informatie over niet afgeronde contractering werd aangegeven wanneer de informatie voor het laatst bijgewerkt was, bijvoorbeeld:

*“Met onze Zorgzoeker kunt u heel eenvoudig zorgverleners zoeken bij u in de buurt. Daarnaast ziet u direct óf en voor welke behandelingen zij een contract met ons hebben. Daarmee voorkomt u verrassingen achteraf. Het enige wat u hoeft in te vullen, is een postcode of plaatsnaam en een zorgsoort (bijvoorbeeld tandarts) of de naam van de zorgverlener. Gedurende het jaar worden er ook nog contracten gesloten, die voor dit jaar gelden. **Dit overzicht is voor het laatst bijgewerkt op 27-12-2021.**”*

Figuur 5.6 Overzicht meldingen websites niet afgeronde contractering, zowel aan het begin als aan het eind van het overstapseizoen (N=32)



Bron: Websiteanalyses

Voor de websites die een melding maken over niet afgeronde contractering (n=28/32 aan het begin van het overstapseizoen en n=31/32 aan het einde), hebben we gekeken of ze ook iets vermelden over de vergoeding wanneer een verzekerde naar een nog niet gecontracteerde zorgaanbieder gaat. Aan het begin van het overstapseizoen vermeldde 18 van de 28 websites hier iets over, tegenover 24 van de 31 websites aan het einde van het overstapseizoen. Voorbeelden van hoe dit verwoord wordt zijn:

“Door corona hebben we nog niet met alle ziekenhuizen afspraken gemaakt. Ondanks dat, kunt u in 2022 met [naam polissen] gewoon naar alle 76 ziekenhuizen. Met [naam polissen] kunt u in 2022 naar de ziekenhuizen die wij speciaal voor deze verzekering selecteren.” (bron websiteanalyses)

“Ook in 2022 kunt u in alle ziekenhuizen in Nederland terecht. Door het coronavirus hebben we helaas nog niet met alle ziekenhuizen afspraken kunnen maken, maar we verwachten eruit te komen met alle partijen; net als voorgaande jaren” (bron websiteanalyses)

“Met sommige ziekenhuizen zijn we nog in gesprek. U kunt wel gewoon bij dit ziekenhuis terecht. Wij vergoeden uw behandelingen. Heeft u een naturapolis? Dan kan het zijn dat u later in het jaar naar een andere zorgverlener moet. Samen met u zoeken wij dan een passende zorgverlener bij u in de buurt” (bron websiteanalyses)

5.6 Van de meeste teksten over contractering is het taalniveau B2

Naast dat informatie over contractering makkelijk vindbaar moet zijn voor verzekerden, moet deze informatie ook begrijpelijk zijn voor verzekerden. Wanneer een tekst op taalniveau B1 is, is deze voor de meerderheid van de Nederlander begrijpelijk (rapport BureauTaal). Van de zestien teksten over selectieve contractering¹² die geanalyseerd zijn op taalniveau, hebben twee teksten taalniveau B1. Verder hebben acht teksten taalniveau B2, vijf teksten taalniveau C1 en één tekst taalniveau C2. De meeste teksten over selectieve contractering hebben dus taalniveau B2. Volgens BureauTaal betekent dit dat deze teksten nog te moeilijk zijn voor de meeste verzekerden. Wanneer het taalniveau C1 of hoger is, betekent dit volgens BureauTaal dat een belangrijk deel van de verzekerden deze teksten daardoor niet of onvoldoende kunnen begrijpen. Een van de oorzaken die genoemd wordt door BureauTaal voor het hoge taalniveau is dat de tekst niet altijd aansluit bij wat de lezer wil weten. De tekst gaat volgens BureauTaal namelijk te weinig in op wat de werkwijze van de verzekeraar betekent voor de lezer, bijvoorbeeld wat het betekent voor een verzekerde als er “in onderhandeling” staat. Een voorbeeld hiervan is:

“Staat uw zorgaanbieder er meer dan 1 keer tussen? En staat er soms wel gecontracteerd en niet-gecontracteerd of in onderhandeling? Sommige zorgaanbieders leveren verschillende soorten zorg en staan daarom vaker in de zoekresultaten. De zorgzoeker wordt 2 keer per week ververst en is op 18-11-2021 bijgewerkt.”

Een mogelijke eenvoudigere formulering is volgens BureauTaal:

*“Staat uw zorgaanbieder meer dan 1 keer in de lijst? Dan komt dat doordat deze zorgaanbieder verschillende soorten zorg geeft.
- U hoeft alleen te kijken wat er staat bij de zorg waarvoor u zelf naar deze zorgaanbieder gaat. Daar vindt u of wij met deze zorgaanbieder een contract hebben.
- Staat er in onderhandeling? Kijk dan over een paar dagen nog een keer. We werken de lijst 2 keer per week bij.”*

Een andere oorzaak is het abstracte taalgebruik waardoor het onpersoonlijk wordt, bijvoorbeeld “wij vergoeden” in plaats van “wij betalen of u krijgt”.

¹² De teksten die geanalyseerd zijn, waren over het algemeen de teksten over niet afgeronde contractering die bij de zorgzoeker staan.

6 Vergelijkingssites

Belangrijkste resultaten

- Het merendeel (93%) van de verzekerden weet van het bestaan van vergelijkingssites af en 59% heeft hier wel eens gebruik van gemaakt (vragenlijst Consumentenpanel).
- Alle acht bestudeerde vergelijkingssites maken inzichtelijk welke verzekeraars wel of niet worden opgenomen en vermelden daarbij ook allen wat de overwegingen zijn om bepaalde verzekeraars niet mee te nemen in de ranking (websiteanalyses). Van de verzekerden die wel eens een vergelijkingssite hebben gebruikt (59%), geeft een vijfde (19%) aan hierover door de vergelijkingssite te zijn geïnformeerd (vragenlijst Consumentenpanel).
- Vergelijkingssites bieden inzicht in de elementen die de ranking bepalen. De premie wordt door alle websites meegenomen, de helft neemt ook kwaliteit mee (websiteanalyses). Van de verzekerden die wel eens een vergelijkingssite hebben gebruikt (59%), geeft bijna de helft aan hier niet over geïnformeerd te zijn. Een derde (35%) weet het niet meer (vragenlijst Consumentenpanel).
- Alle acht vergelijkingssites verschaffen informatie over het verdienmodel (websiteanalyses). 6% van de verzekerden die wel eens gebruik hebben gemaakt van een vergelijkingssite geeft aan daadwerkelijk te zijn geïnformeerd over de ontvangen provisie door de vergelijkingssite (vragenlijst Consumentenpanel).
- Elf van de zeventien deelnemers die een huiswerkopdracht hebben ingeleverd, gaven aan informatie over de ontvangen provisie gevonden te hebben. Zij gaven over het algemeen aan dat zij deze informatie snel konden vinden en dat de vergelijkingssite hier heel helder in was.
- Volgens informatie op de vergelijkingssites beïnvloeden verschillen in ontvangen provisie en/of gemaakte afspraken de ranking niet (websiteanalyse). Twaalf van de zeventien deelnemers kon deze informatie tijdens het maken van de huiswerkopdracht vinden (werksessie). Zij gaven over het algemeen aan dat ze deze informatie makkelijk en snel konden vinden en vonden deze informatie duidelijk.

6.1 Inleiding

Het hoge aantal polissen in Nederland maakt het moeilijk voor verzekerden om deze zelf allemaal stuk voor stuk te vergelijken. Vergelijkingssites maken het mogelijk om verschillende polissen in één overzicht met elkaar te vergelijken. Dit doen ze door een ranglijst ('ranking') te laten zien, waarbij de door de vergelijkingssite opgenomen polissen vergeleken en gerangschikt worden op een aantal criteria. Vergelijkingssites vervullen daarmee een rol in het overzichtelijk maken van het polisaanbod, maar het is wel belangrijk dat deze vergelijkingssites transparant zijn over hun werkwijze. Ook moeten verzekerden informatie kunnen vinden over de methoden die vergelijkingssites gebruiken om hun ranking te maken.

Dit hoofdstuk gaat in op het thema vergelijkingssites. In paragraaf 6.2 beschrijven we eerst in welke mate verzekerden bekend zijn met vergelijkingssites en of zij wel eens vergelijkingssites gebruikt hebben om zorgverzekeringen te vergelijken. Hiervoor maken we gebruik van de resultaten van de

vragenlijst binnen het Consumentenpanel Gezondheidszorg. Vervolgens beantwoorden we de volgende onderzoeksvragen:

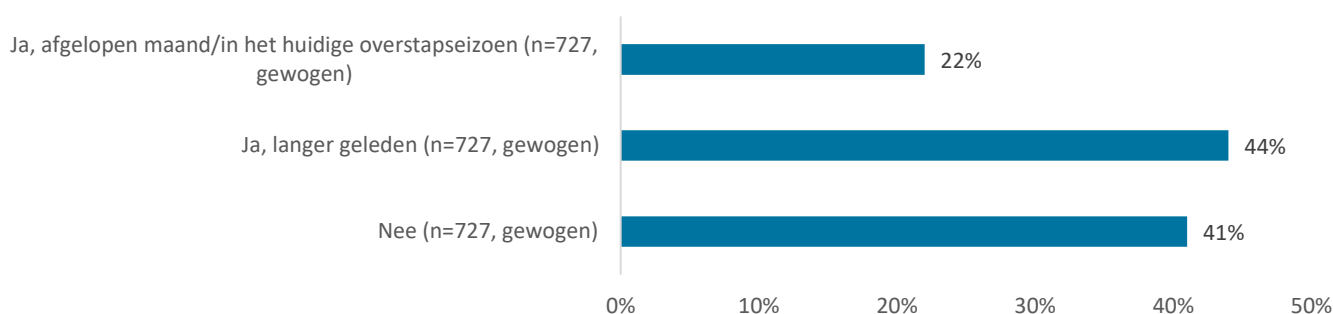
1. *In hoeverre wordt inzichtelijk gemaakt welke zorgverzekeraars meegenomen worden in de vergelijking? (paragraaf 6.3)*
2. *Welke elementen nemen vergelijkingssites mee bij het bepalen van de ranking? (paragraaf 6.4)*
3. *Op welke wijze wordt de verzekerde geïnformeerd over de ontvangen provisie door vergelijkingssites? (paragraaf 6.5)*
4. *In hoeverre is de ontvangen provisie van invloed op de ranking? En op welke wijze wordt de verzekerde hierover geïnformeerd? (paragraaf 6.6)*

Om de bovenstaande vragen te beantwoorden, maken we gebruik van websiteanalyses en de resultaten van de werksessie.

6.2 Meerderheid verzekerden heeft wel eens een vergelijkingssite gebruikt

Het merendeel (93%) van de verzekerden weet dat er vergelijkingssites zijn waar zij zorgverzekeringen met elkaar kunnen vergelijken (vragenlijst Consumentenpanel). Vier op de tien (41%) verzekerden geeft aan nooit een vergelijkingssite te hebben gebruikt om zorgverzekeringen te vergelijken (zie Figuur 6.1). Meer dan de helft van de verzekerden (59%) heeft ooit een vergelijkingssite gebruikt. Ongeveer een vijfde (22%) heeft recent een vergelijkingssite gebruikt.

Figuur 6.1 *Heeft u wel eens een vergelijkingssite gebruikt om zorgverzekeringen te vergelijken? (meerdere antwoorden mogelijk)*



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

6.3 Vergelijkingssites maken inzichtelijk welke verzekeraars wel of niet worden opgenomen in de vergelijking

Uit de websiteanalyse blijkt dat één vergelijkingssite op de website aangaf alle verzekeraars op te nemen. Zeven van de acht door ons onderzochte vergelijkingssites geven op hun website aan dat ze

niet alle zorgverzekeraars opnemen in hun overzicht.¹³ Er zijn daarbij geen verschillen gevonden tussen websites met en zonder het 'Keurmerk Objectief Vergelijken'.

Van de zeven websites die standaard niet alle zorgverzekeraars opnemen in de vergelijking, gaven er drie expliciet aan op de website welke verzekeraars *wel* opgenomen worden, drie welke zorgverzekeraars *niet* en één zowel de niet als de wel opgenomen verzekeraars. Tabel 6.1 laat zien dat het ontbreken van gegevens en het feit dat de zorgverzekering zich richt op specifieke doelgroepen, overwegingen zijn voor de zeven vergelijkingssites om bepaalde verzekeraars niet mee te nemen.

Tabel 6.1 Redenen die door de zeven vergelijkingssites genoemd werden op de website om verzekeraars niet op te nemen in de vergelijking.

Redenen niet opnemen van verzekeraars*	Aantal vergelijkingssites (n=7)
Geen aanlevering gegevens (premies, voorwaarden)	3
Specifieke doelgroep verzekeraar, niet universeel	3
Geen samenwerking	2

Bron: Websiteanalyses

* Eén vergelijkingssite noemde twee redenen

Van de verzekerden die wel eens een vergelijkingssite hebben gebruikt (59%), geeft ongeveer één op de vijf (19%) aan door de vergelijkingssite geïnformeerd te zijn over welke zorgverzekeringen werden meegenomen in de vergelijking (zie Figuur 6.2, het gaat om 10% van de verzekerden). Ruim een kwart (27%) van de verzekerden die wel eens een vergelijkingssite heeft gebruikt, geeft aan hierover op geen enkele manier te zijn geïnformeerd door de vergelijkingssite (dit betreft 15% van de verzekerden), hoewel twee op de vijf het niet meer weet (42%, dat is 22% van de verzekerden). Ruim een op de tien (12%) zegt niet te zijn geïnformeerd door de vergelijkingssite, maar hierover wel zelf informatie te hebben gevonden op de vergelijkingssite (7% van de verzekerden).

Figuur 6.2 Werd u toen door de vergelijkingssite geïnformeerd over welke zorgverzekeringen werden meegenomen in de vergelijking? (n=399)*



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

* Vraag is alleen gesteld aan verzekerden die aangaven wel eens een vergelijkingssite te hebben gebruikt.

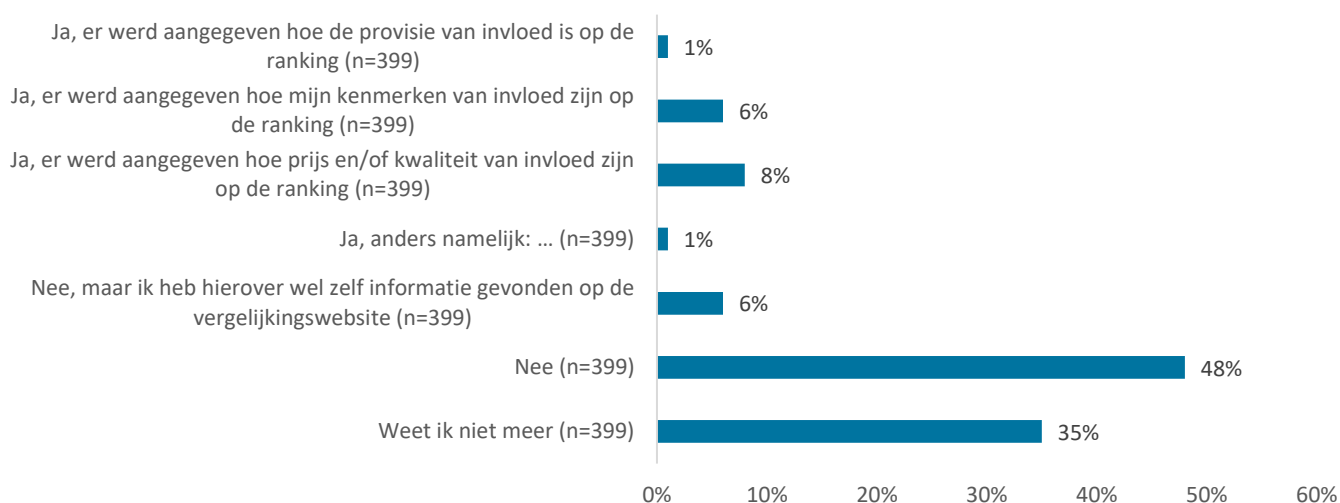
¹³ Eén van deze zeven vergelijkingssites toont standaard alleen zorgverzekeraars waar een samenwerking mee is, maar geeft wel de mogelijkheid om via een 'sorteer op'-functie alle zorgverzekeraars te laten zien.

6.4 De ranking op vergelijkingssites wordt bepaald op basis van de prijs of de combinatie van prijs en kwaliteit

Uit de websiteanalyse blijkt dat vergelijkingssites de geselecteerde polissen vergelijken op basis van één of meerdere elementen. Alle acht vergelijkingssites nemen de premie mee in het bepalen van de volgorde van de polissen in de ranking. Vier vergelijkingssites melden op hun website dat ze ook de kwaliteit van de polis meenemen bij het bepalen van de ranking. Drie van deze vier geven in meer of mindere mate inzicht in de manier waarop ze kwaliteit bepalen. Dat doen ze wel op verschillende manieren. Door de verschillende vergelijkingssites worden onder meer de volgende elementen die de kwaliteitsscore van een polis bepalen genoemd op de website: productscore/polisvoorwaarden, dekking/vrije zorgkeuze, (directe) acceptatie, (geen) wachttijd, het gemak van aanvragen, klanttevredenheid, adviezen van experts, het wel of niet hebben van het aan de vergelijkingssite verbonden keurmerk, en de kwaliteit van ziekenhuiszorg. Verder is het bij alle vergelijkingssites mogelijk om door middel van het invullen van persoonlijke gegevens (geslacht, leeftijd, postcode) en/of het instellen van filters (gewenste hoogte van het eigen risico, voorkeuren voor aanvullende verzekeringen etc.) de ranking aan te passen.

Op hun websites vermelden vergelijkingssites op basis van welke elementen ze de ranking bepalen, maar verzekerden geven aan dat ze hier niet altijd over geïnformeerd worden. Bijna de helft van de verzekerden (48%) die wel eens gebruik hebben gemaakt van een vergelijkingssite, geeft aan hierover op geen enkele manier geïnformeerd te zijn (zie Figuur 6.3, dit betreft 26% van de verzekerden). Een klein deel van deze groep geeft aan wel te zijn geïnformeerd door de vergelijkingssite over hoe de ranking werd bepaald: 8% geeft aan dat er werd aangegeven hoe prijs en/of kwaliteit van invloed zijn op de ranking; 6% hoe hun kenmerken van invloed zijn; 1% hoe de provisie van invloed is; en 1% hoe iets anders van invloed is (dit betreft respectievelijk 4%, 3%, 0,3% en 0,4% van de verzekerden). De informatie over elementen die de ranking bepalen is er dus wel, maar verzekerden moeten hier wel actief naar op zoek. Van de verzekerden die wel eens een vergelijkingssite heeft gebruikt geeft 6% aan zelf informatie hierover gevonden te hebben (3% van het totaal aantal verzekerden).

Figuur 6.3 Een vergelijkingssite laat een ranking met zorgverzekeringen zien. Werd u door de vergelijkingssite geïnformeerd over hoe de ranking werd bepaald?* (meerdere antwoorden mogelijk)



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

* Vraag is alleen gesteld aan verzekerden die aangaven wel eens een vergelijkingssite te hebben gebruikt.

6.5 Vergelijkingssites transparant over de ontvangen provisie

Iedere door ons onderzochte vergelijkingssite verschaft informatie over het verdienmodel (websiteanalyses). Maar ook hier zijn er duidelijke verschillen in de manier waarop dit gebeurt. Alle vergelijkingssites gaven op hun website aan dat ze van de zorgverzekeraars waarmee ze afspraken hadden gemaakt een vergoeding per afgesloten polis kregen. Vijf van de acht vergelijkingssites noemden daarbij ook het gemiddelde bedrag dat ze in dat geval ontvingen. Zes van de acht vergelijkingssites gaven ook aan of de vergoeding die ze ontvangen eenmalig, doorlopend of beide was. De helft van de vergelijkingssites (vier) geeft op hun website aan dat de ontvangen provisie verschilt per zorgverzekeraar. Deze informatie vermelden zij vaak op een 'over ons'-pagina (drie websites) of op een pagina waarop de meest gestelde vragen terug te vinden zijn. Daarbij traden de vergelijkingssites niet in detail over de precieze verschillen, hoewel één site wel per verzekeraar aangaf van wie geen, en van wie wel provisie ontvangen werd.

De meerderheid (65%) van alle verzekerden is op de hoogte van het feit dat een vergelijkingssite provisie ontvangt (vragenlijst Consumentenpanel). Daarnaast geeft een klein deel (6%) van de verzekerden die wel eens een vergelijkingssite hebben gebruikt aan hierover geïnformeerd te zijn door de vergelijkingssite (zie Figuur 6.4, het betreft 3% van de verzekerden). Verder geeft 7% aan dat ze niet geïnformeerd werden, maar hierover wel zelf informatie hebben gevonden op de vergelijkingssite (4% van de verzekerden). Ruim de helft (56%) van de verzekerden die wel eens een vergelijkingssite heeft gebruikt geeft aan niet te zijn geïnformeerd door de vergelijkingssite over dat deze provisie ontvangt als zij via deze website een zorgverzekering afsluiten (het gaat om 31% van de verzekerden).

Figuur 6.4 Een vergelijkingssite ontvangt provisie (een vergoeding) als u via deze website een zorgverzekering afsluit. Werd u hierover door de vergelijkingssite geïnformeerd? (n=399)*



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel Gezondheidszorg

* Vraag is alleen gesteld aan verzekerden die aangaven wel eens een vergelijkingssite te hebben gebruikt.

Om inzicht te krijgen in of verzekerden informatie over de provisies die vergelijkingssites ontvangen makkelijk kunnen vinden, hebben we in de huiswerkopdracht gevraagd of de deelnemers dit konden opzoeken. De meerderheid van de deelnemers geeft aan dat ze deze informatie gevonden hebben (Elf van de zeventien deelnemers die een huiswerkopdracht hebben ingeleverd, zie Figuur E25 in Bijlage E3). De deelnemers die de informatie hebben gevonden gaven over het algemeen aan dat zij deze informatie snel konden vinden en dat de vergelijkingssite hier heel helder in was. Zo lichtte één van de deelnemers dit tijdens de werksessie als volgt toe:

"Ik had [vergelijkingssite] en dat was meteen heel erg duidelijk. Ik heb geklikt op wat zij over hunzelf presenteren en zij zeggen zelf 'Gemiddeld ontvangen we 18 euro per jaar per premiebetalende klant, kinderen zijn gratis, uitgaande van de gemiddelde polisduur van vijf jaar. Ze krijgen die 18 euro dus per kalenderjaar uitbetaald. Dat vond ik wel knap: het is niet eenmalig, het is elk jaar.'" (Deelnemer I, werksessie)

Van de zes deelnemers die deze informatie niet gevonden hadden, gaf één deelnemer aan dat ze, ondanks dat zij goed met de computer overweg kan, deze informatie niet kon vinden op de vergelijkingssite waar zij op keek:

"Ik vond dit het moeilijkste eerlijk gezegd. Ik heb niets gevonden van wat ik moest vinden. Ik kwam overal op maar niet op het antwoord op de gestelde vragen. Dat kan ook aan mij liggen, maar ik zit de hele dag achter de computer, maar ik had niets gevonden.'" (Deelnemer M, werksessie)

Eén andere deelnemer die deze informatie niet kon vinden, gaf aan van tevoren niet op de hoogte te zijn geweest dat de vergelijkingssites provisie ontvangen en dat dat mogelijk ook invloed heeft op de ranking.

"Ik heb het niet gevonden. Ik wist ook niet dat zij provisie kregen en ook niet dat dat te maken had met de ranking.'" (Deelnemer G, werksessie)

6.6 Er zijn verschillen in de ontvangen provisie, maar die beïnvloeden de ranking niet volgens de vergelijkingssites

Naast informatie over de hoogte van de provisie, maken zes van de acht vergelijkingssites melding van de manier waarop de ontvangen provisie van invloed is op de ranking. Er zijn verschillen in ontvangen provisie en/of gemaakte afspraken, maar volgens de vergelijkingssites beïnvloeden die de ranking niet. Een vergelijkingssite stelt dat zij een gelijkwaardige vergoeding nastreven. Hierdoor is er geen prikkel om een bepaalde zorgverzekeraar hoger te laten eindigen in de ranking. Eén vergelijkingssite, die ook openheid van zaken geeft over de kwaliteitscriteria die meegenomen worden in het bepalen van de ranking (zie paragraaf 6.3), heeft hierin een criterium opgenomen dat samenhangt met de afspraken die gemaakt zijn met verzekeraars. Vergelijkingssites verwoorden dit bijvoorbeeld als volgt:

“[Vergelijkingssite] is een onafhankelijke informatie- en vergelijkingssite. De informatie op onze website en de vergelijkingen zijn voor jou helemaal gratis. (bron websiteanalyses)

“[Vergelijkingssite] ontvangt alleen een vaste vergoeding van de aanbieder of tussenpersoon, wanneer consumenten via ons op hun site komen of een product afsluiten. De hoogte van deze vergoeding verschilt per product en aanbieder en heeft geen invloed op onze vergelijkingen” (bron websiteanalyses)

Hoewel de meerderheid van de vergelijkingssites hierover dus transparant is, geeft 1% van de verzekerden die wel eens gebruikt hebben gemaakt van een vergelijkingssite aan door de vergelijkingssite te zijn geïnformeerd over hoe de provisie van invloed is op de ranking (vragenlijst Consumentenpanel, zie Figuur 6.3, het betreft minder dan 1% van de verzekerden). De meeste verzekerden moeten dus actief op zoek naar de informatie. Al moet hierbij worden opgemerkt dat 30% van de verzekerden die wel eens een vergelijkingssite hebben gebruikt ook niet geïnteresseerd is in deze informatie (zie Figuur 6.4, het gaat om 16% van de verzekerden).

Door middel van de huiswerkopdracht is onderzocht of verzekerden deze informatie wel zelf zouden kunnen vinden op de vergelijkingssite. De grootste groep deelnemers gaf aan deze informatie gevonden te hebben (12 van de 17 deelnemers die een huiswerkopdracht hebben ingeleverd, zie Figuren E.31 en E.32 in Bijlage E3). Ze gaven aan de informatie hierover makkelijk en snel te kunnen vinden en vonden deze informatie duidelijk.

“Ze nemen ook sites mee die geen vergoeding geven. Ze proberen ook duidelijk te maken dat het in de ranking in principe geen invloed heeft. Het viel me alleen wel op dat ze dat niet expliciet zeggen. Je kunt het wel impliciet wel uit de context opmaken. Maar het viel me op dat ze het niet expliciet zeggen dat het niet uitmaakt. Misschien om een klein beetje pressure naar de verzekeraars te geven van we willen wel graag wat vergoeding. Verder zijn ze er heel open en helder in en was de informatie ook snel te vinden.” (Deelnemer C, werksessie)

Een andere deelnemer die de informatie gevonden had over hoe de ranking op de website wordt bepaald zei hierover:

“Ik had [vergelijkingssite] en vond het daar echt heel makkelijk en snel. Redelijk duidelijk ook in korte bewoordingen en niet allemaal rare fratsen.” (Deelnemer P, werksessie)

Een kleine groep deelnemers gaf aan deze informatie niet gevonden te hebben (vijf van de zeventien deelnemers die een huiswerkopdracht hebben ingeleverd). Een van hen lichtte dit als volgt toe:

“Ik moest te vaak doorklikken om iets rond te krijgen, en dan zakt mij de moed al in de schoenen, dus ben ik daar na een kwartier dus al mee gestopt om verder te zoeken.”
(Deelnemer S, werksessie)

Uit de werksessie kwam verder naar voren dat de deelnemers informatie over de provisie belangrijk vinden. Op de vraag of de informatie ook iets was waar de deelnemer wat aan had, antwoordde een van de deelnemers aan de werksessie het volgende:

“Ik denk dat we als consument in ons achterhoofd moeten houden dat voor niets de zon opgaat, dus ook dit soort bedrijven of sites moeten geld verdienen. Er werd niets over ranking gezegd dat ze de ranking baseren op de provisie die ze krijgen. Dus dat vind ik dan eigenlijk nog de belangrijkste informatie waar je iets mee zou kunnen.” (Deelnemer P, werksessie)

Over hoe betrouwbaar ze de vergelijkingssite vinden door de manier waarop de ranking wordt bepaald, zei één van de deelnemers het volgende:

“Dan bekruipt me ook heel vaak het gevoel, bij al die sites heb ik dan zoiets van: jullie krijgen ergens van betaald, dus logischerwijs waarvan je het meest betaald van krijgt, dat staat bovenaan.” (Deelnemer K, werksessie)

7 Reclames en cadeaus

Belangrijkste resultaten

- Verzekeraars richten zich in hun reclame-uitingen op een brede doelgroep als het gaat om gender en huidskleur. Naar leeftijd maken verzekeraars wel meer onderscheid in hun reclame-uitingen (analyse reclame-uitingen).
- Op vijf van de 32 websites van zorgverzekeraars werden cadeaus aangeboden en op vijf van de acht vergelijkingssites (websiteanalyses).
- Bij zowel de websites van zorgverzekeraars als de vergelijkingssites was er geen duidelijke doelgroep voor de cadeaus (websiteanalyses).
- Acht procent van de verzekerden heeft wel eens een cadeau ontvangen van een zorgverzekeraar of vergelijkingssite, voornamelijk omdat ze een polis afsloten (vragenlijst Consumentenpanel).
- De meeste verzekerden geven aan zich niet door dit cadeau te laten beïnvloeden bij de keuze van hun zorgverzekering (vragenlijst Consumentenpanel en werksessie).

7.1 Inleiding

In een competitieve markt komt het vaak voor dat aanbieders zich niet alleen proberen te onderscheiden op prijs en/of kwaliteit, maar ook proberen om bepaalde doelgroepen aan te spreken. Reclames zijn voor aanbieders traditioneel een belangrijk middel om te communiceren met hun doelgroep(en). Dat zien we ook op de markt voor zorgverzekeringen. Reclames voor zorgverzekeringen zijn een bekend verschijnsel op televisie, radio, sociale media en in kranten.

Cadeaus of het aanbieden van andere voordelen voor klanten zijn ook een manier waarop aanbieders met elkaar wedijveren om de gunst van de klant. Het leek er in de afgelopen jaren op dat dit op de zorgverzekeringsmarkt ook steeds meer gebeurde. Voor het overstapseizoen 2021-2022 hebben zorgverzekeraars daar echter afspraken over gemaakt. In het herziene actieplan *Kerngezond* hebben zorgverzekeraars opgenomen dat nieuwe verzekerden niet gunstiger behandeld worden dan bestaande verzekerden (Zorgverzekeraars Nederland, 2021: 8). Het aanbieden van cadeaus door zorgverzekeraars aan *uitsluitend* nieuwe verzekerden wordt met deze afspraak beperkt (ibid.). Voor vergelijkingssites geldt deze afspraak echter niet. Om meer zicht te krijgen op de mediakanalen en doelgroepen van reclames, en het aanbieden van cadeaus aan verzekerden, worden in dit hoofdstuk de volgende vragen beantwoord:

1. *Welke kanalen worden gebruikt en op welke doelgroepen richten zorgverzekeraars zich specifiek? (paragraaf 7.2)*
2. *Worden er bij het afsluiten van een zorgverzekering/gedurende het jaar cadeaus aangeboden door zorgverzekeraar of vergelijkingssite? (paragraaf 7.3)*
3. *Om wat voor soort cadeaus gaat het hier? Voor welke doelgroep? Met welk doel wordt het cadeau geven? (paragraaf 7.3)*
4. *In hoeverre laten verzekerden zich naar een bepaalde polis sturen door (welkomst)cadeaus? (paragraaf 7.4)*

Om de bovenstaande vragen te beantwoorden, maken we gebruik van resultaten van de analyse van de reclames, de werksessie, de vragenlijst binnen het Consumentenpanel Gezondheidszorg en de websiteanalyses.

7.2 Reclames van zorgverzekeraars richten zich op een brede doelgroep

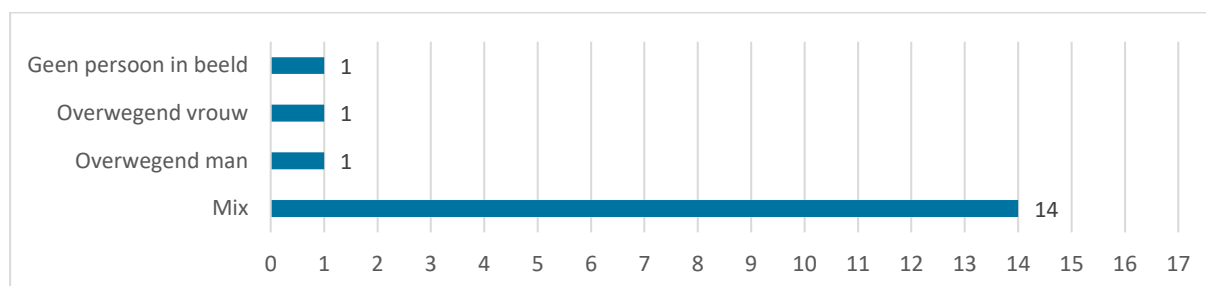
In de periode november-december 2021 hebben we in diverse media reclame-uitingen van zorgverzekeraars en labels bekeken en beluisterd. Het is mogelijk dat we hiermee niet het hele reclameaanbod hebben geïnccludeerd, maar we zijn wel een grote diversiteit aan reclame-uitingen tegengekomen. Daarbij hebben we gelet op de doelgroep die in de reclame aangesproken wordt door te kijken naar gender, leeftijd en aandoeningen van de mensen die in beeld kwamen of genoemd werden. We keken verder ook naar het noemen van opleidingsniveau, specifieke polissen en cadeaus. We zijn reclame-uitingen van zorgverzekeraars en labels tegengekomen op televisie, radio, sociale media en in de krant. In totaal hebben we 80 reclame-uitingen bekeken. Hieronder beschrijven we onze bevindingen per mediakanaal.

Televisie

In de periode van november tot en met december 2021 zagen we in totaal 36 keer een reclame van een zorgverzekeraar of label op televisie. Het ging hierbij om reclames van elf verschillende zorgverzekeraars. Drie zorgverzekeraars kwamen relatief vaak voor: respectievelijk tien, zeven en zes keer. Die reclames waren verspreid over de verschillende zenders die we hebben bekeken. De overige acht zorgverzekeraars kwamen drie keer of minder voorbij. In onze selectie zaten zowel commerciële als publieke zenders.

In totaal hebben we zeventien verschillende reclames gezien. In veertien van deze zeventien reclames werd een mix tussen vrouwen en mannen getoond (zie Figuur 7.1). In één reclame stond een man centraal, en in ook één reclame een vrouw. In één reclame kwam geen persoon (duidelijk) in beeld.

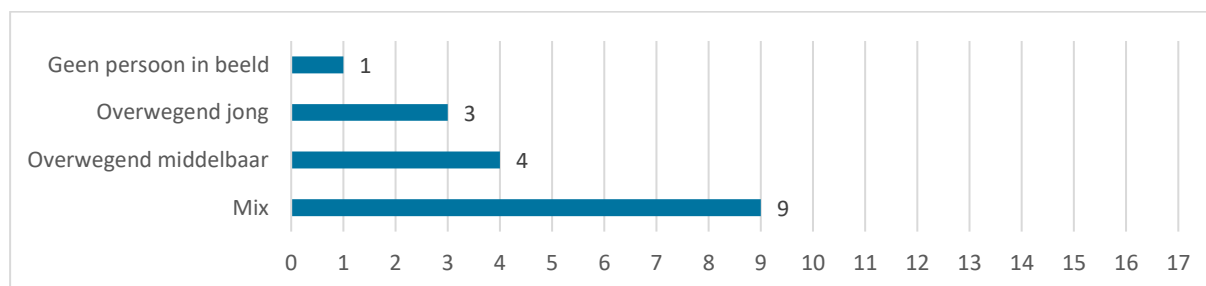
Figuur 7.1 *Gender van de personen in reclames van zorgverzekeraars op televisie (n=17).*



Bron: Analyse reclame-uitingen. Aantal reclames op de x-as.

Voor wat betreft leeftijd is het beeld gevarieerder. Hier lieten negen reclames een mix zien tussen jong en oud (zie Figuur 7.2). Vier reclames lieten (vooral) mensen van middelbare leeftijd zien, in drie reclames waren jongeren te zien. Eén reclame liet geen personen zien.

Figuur 7.2 Leeftijd van de personen in reclames van zorgverzekeraars op televisie (n=17).



Bron: Analyse reclame-uitingen. Aantal reclames op de x-as.

In veertien reclames zagen we een mix van mensen met betrekking tot huidskleur, twee reclames lieten overwegend witte mensen zien, en in één reclame kwamen er geen personen in beeld.

We hebben ook gekeken of er mensen in beeld kwamen met een duidelijk zichtbare aandoening, of dat er een opleidingsniveau van de doelgroep genoemd werd, of er specifieke polissen genoemd werden en of cadeaus genoemd werden (zie Tabel 7.1). In drie reclames kwamen er duidelijk mensen met een aandoening in beeld. In twee reclames werd er duidelijk naar een specifieke polis verwezen. Hierbij ging het om een budgetpolis en een reclame van een grote verzekeraar die op het eind van het overstapseizoen werd getoond. Bij de cadeaus (één reclame) ging het om een korting op een gezondheidsprogramma.

Tabel 7.1 Getoonde en genoemde personen en zaken in de televisiereclames van zorgverzekeraars (n=17).

Getoond/genoemd	Wel getoond/ genoemd	Niet getoond/ genoemd
Mensen met een aandoening	3	14
Specifieke polis	2	15
Cadeaus	1	16
Opleidingsniveau	0	17

Bron: Analyse reclame-uitingen

Radio

We hoorden in de laatste twee maanden van 2021 23 keer een reclamespotje van een zorgverzekeraar of label op de radio. Hierbij ging het om tien zorgverzekeraars of labels, waarbij er één zorgverzekeraar of label vijf keer voorbijkwam en één zorgverzekeraar of label vier keer. De overige verzekeraars of labels kwamen minder dan vier keer voorbij. In de reclamespotjes op de radio wordt niet vaak gerefereerd aan een bepaalde doelgroep. Eén verzekeraar richtte zich specifiek op zorgpersoneel in de reclames. In de overige reclames werd niet expliciet naar een doelgroep verwezen. De zorgverzekeraar die we het vaakst hoorden (vijf keer) legde de nadruk op de prijs van de polis en meldde dat deze 'goedkoop' was.

Sociale media

Op sociale media zijn we tien keer een reclame van een zorgverzekeraar of label tegengekomen. Het ging daarbij om negen verschillende reclames van zeven verschillende verzekeraars. We hebben deze reclames gezien op Facebook, Instagram en YouTube. In de negen verschillende reclames zagen we

vijf keer een man, één keer een vrouw en twee keer een mix tussen mannen en vrouwen. Eén keer kwamen er geen personen in beeld.

Wat betreft huidskleur zagen we vijf reclames waarin de personen in beeld overwegend wit waren, in drie reclames was het een diverse groep, en in één reclame kwamen geen mensen in beeld. Qua leeftijd van de doelgroep zagen we in vier reclames vooral jonge personen, drie keer mensen van middelbare leeftijd, en in één reclame was er een mix (één reclame bracht geen personen in beeld). Verder werd in twee reclames nog een gratis tandongevallenverzekering genoemd en refereerden ook twee reclames aan een specifieke polis.

In de krant

We vonden in totaal elf advertenties van zorgverzekeraars in de krant. Dat waren negen verschillende advertenties. Hierbij ging het om zes zorgverzekeraars en zeven verschillende kranten. In zes van de negen reclames werd aan een specifieke polis gerefereerd. In vijf advertenties stonden geen mensen afgebeeld, in één advertentie waren voornamelijk vrouwen te zien en in de overige advertenties was er een mix tussen mannen en vrouwen te zien. In alle gevallen waren de getoonde personen wit.

7.3 Cadeaus worden niet vaak aangeboden op websites van zorgverzekeraars

Uit de websiteanalyses blijkt dat op vijf van de 32 websites een cadeau werd aangeboden bij het afsluiten van een basisverzekering. Daarbij ging het bij vier websites om bestaande en nieuwe klanten, maar was voor één website de informatie niet eenduidig genoeg om hier uitsluitsel over te geven. Van de acht vergelijkingssites, boden er vijf een cadeau aan bij het afsluiten van een polis. Drie van deze vijf vergelijkingssites boden meerdere cadeaus aan, of gaven verzekerden de keuze tussen twee of meerdere cadeaus.

Tabel 7.2 laat zien wat voor soorten cadeaus de websites van zorgverzekeraars en vergelijkingssites aanboden. Twee van de vijf websites van zorgverzekeraars boden korting op een spaarprogramma, één gaf korting bij een winkel, één stelde een beloning (in de vorm van een korting op de premie) voor een verzekerde in het vooruitzicht als iemand anders een polis afsloot via deze verzekerde en één website gaf een gratis tandongevallenverzekering bij het afsluiten van een basisverzekering. In geen van de gevallen werd hierbij een specifieke doelgroep aangegeven.

Ook geen van de vergelijkingssites geeft een specifieke doelgroep voor de cadeaus aan. Iedereen die via de vergelijkingssite een polis afsloot en voldeed aan de voorwaarden kon aanspraak maken op het cadeau. Daarbij hebben we niet kunnen vaststellen voor welke duur verzekerden cadeaus zoals gratis verzekeringen krijgen. Drie van de vijf vergelijkingssites die een cadeau aanbieden, bieden een gratis additionele verzekering aan (zie Tabel 7.2). Verder bieden er twee een cadeaubon aan en ook twee een gratis abonnement (voor een bepaalde periode).

Tabel 7.2 Soorten cadeaus aangeboden op websites van zorgverzekeraars en vergelijkingssites door sites die een cadeau aanbieden

Soort cadeau	Aantal zorgverzekeraars dat een cadeau aanbiedt (N=5 van de 32)	Aantal vergelijkingssites dat een cadeau aanbiedt (N=5 van de 8*/**)
Korting op een spaarprogramma (gericht op preventie)	2	-
Cadeaubon	-	2
Korting bij een winkel	1	-
Elektrische tandenborstel	-	1
Gratis abonnement (pay tv-kanaal en fitness voor een bepaalde periode)	-	2
Korting op de premie als iemand anders een zorgverzekering afsluit via verzekerde	1	-
Gratis additionele verzekering (tandongevallen, geluk bij een ongeluk verzekering)	1	3

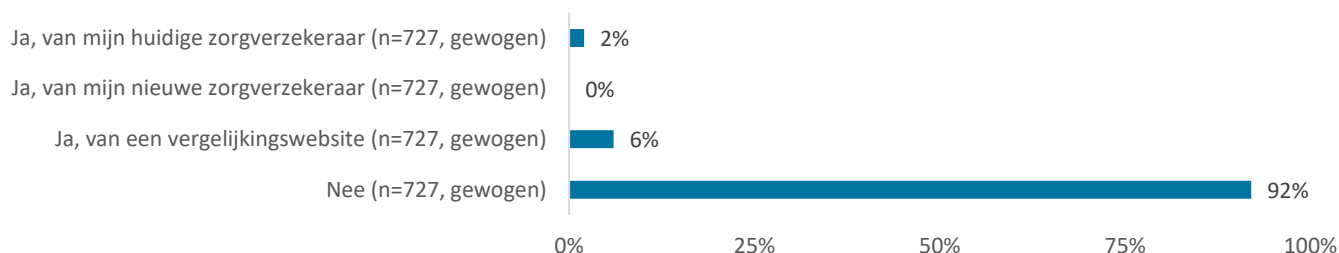
Bron: Websiteanalyses

*Een van de vergelijkingssites biedt een gift aan een goed doel aan wanneer een verzekering via de vergelijkingssite wordt afgesloten. Deze site hebben we niet meegenomen in de vijf sites die een cadeau aanbieden.

**Sommige vergelijkingssites bieden meer dan één cadeau aan, waardoor het totaal tot meer dan vijf optelt.

De meerderheid (92%) van alle verzekerden geeft aan in het afgelopen jaar geen cadeau te hebben ontvangen van een zorgverzekeraar of vergelijkingssite (vragenlijst Consumentenpanel, zie Figuur 7.3). Van de verzekerden geeft 2% aan in het afgelopen jaar wel een cadeau te hebben ontvangen van hun huidige zorgverzekeraar, en 6% geeft aan een cadeau van een vergelijkingssite te hebben ontvangen.

Figuur 7.3 Heeft u in het afgelopen jaar een cadeau ontvangen van uw zorgverzekeraar of vergelijkingssite? (meerdere antwoorden mogelijk).



Bron: Vragenlijst Consumentenpanel

Aan de 46 verzekerden die een cadeau van hun zorgverzekeraar en/of van een vergelijkingssite ontvangen hebben, is gevraagd waaróm zij dat cadeau ontvingen. Vierendertig van de 46 verzekerden geven aan een cadeau te hebben ontvangen, omdat zij een verzekering afsloten (zie Tabel 7.3). Daarnaast gaven zes verzekerden aan dat ze een cadeau ontvingen omdat ze bij de zorgverzekeraar verzekerd zijn. Drie verzekerden gaven aan dat ze het cadeau kregen omdat ze meededen aan een gezondheidsprogramma. Vijf verzekerden noemden een andere reden. Hierbij ging het twee keer om een cadeau vanwege loyaliteit aan de zorgverzekeraar, een cadeau vanwege zwangerschap, vanwege sparen via een collectieve verzekering en omdat een andere verzekering werd afgesloten.

Twaalf van de 46 verzekerden gaven aan een elektrische tandenborstel te hebben ontvangen. Zes verzekerden gaven aan een cadeaukaart te hebben ontvangen en drie een aantal maanden een gratis abonnement/lidmaatschap. Iets meer dan de helft (n=24) van de 46 verzekerden, gaven aan een ander cadeau te hebben ontvangen van een zorgverzekeraar of vergelijkingssite. Dit betrof bijvoorbeeld een gratis verzekering (de meeste gevallen), maar ook een tijdschrift en puzzelboek werden genoemd.

Tabel 7.3 *Waarom ontving u een cadeau? (meerdere antwoorden mogelijk) (n=46)*

Reden	Aantal verzekerden
Omdat ik een zorgverzekering afsloot	34
Omdat ik er verzekerd ben	6
Omdat ik deelnam aan een bepaald gezondheidsprogramma	3
Omdat ik me opgaf voor een nieuwsbrief	0
Om een andere reden	5

Bron: Vragenlijst Consumentenpanel

Tabel 7.4 *Wat voor soort cadeau heeft u ontvangen? (n=46)*

Soort cadeau	Aantal verzekerden
Elektrische tandenborstel	12
Cadeaukaart	6
Aantal maanden gratis abonnement/lidmaatschap	3
Percentage korting bij een winkel	1
Kookboek	0
Een ander cadeau	24

Bron: Vragenlijst Consumentenpanel

7.4 Meeste verzekerden geven aan zich niet te laten beïnvloeden door cadeaus

Eén van de 46 verzekerden die een cadeau heeft ontvangen, geeft aan dat dit cadeau van invloed was op de keuze van zijn of haar zorgverzekering. Voor tien van de 46 verzekerden was het cadeau een beetje van invloed en voor de overige 35 verzekerden was dit niet van invloed op hun keuze voor een zorgverzekering (vragenlijst Consumentenpanel).

Ook in de werksessie is het onderwerp “cadeaus” met de negentien deelnemers besproken. Eerst vroegen we hen, of ze ooit een cadeau van een zorgverzekeraar of vergelijkingssite ontvangen hadden. De meeste deelnemers gaven aan nog nooit een cadeau ontvangen te hebben. Van de negentien deelnemers waren er twee die wel eens een cadeau ontvangen hadden. Een aantal deelnemers gaf aan dat ze wel eens een cadeau gezien hadden op de website van een zorgverzekeraar en/of vergelijkingssite:

“Ik zie ze wel, maar ik ga er absoluut langs af. Ik wil er niets mee te maken hebben. Het gaat niet werken bij mij.” (Deelnemer I, werksessie)

“Je maakt toch ook gewoon een simpele rekensom. Je ziet daar zo’n [tandenborstel] voorbijkomen die je voor 15-20 euro bij de Kruidvat haalt. Dat is twee Euro per maand, dat is gewoon premie betalen” (Deelnemer D, werksessie)

Een aantal deelnemers gaf in de discussie aan, dat ze liever een lagere premie voor hun verzekering zouden willen betalen dan een cadeau ontvangen:

“Bij cadeaus denk ik: doe maar niet, want dan vertrouw ik het niet meer. Je kunt veel beter zorgen dat je premie laag blijft zodat het voor iedereen betaalbaar is dan dat je cadeaus gaat uitdelen.” (Deelnemer K, werksessie)

Eén deelnemer maakte wel een onderscheid tussen cadeaus door de verzekeraar en kortingen bij derden:

“Ik vind het wel belangrijk om een onderscheid te maken tussen het schenken van cadeaus, het opzijzetten van geld om cadeaus te kunnen weggeven, en het gebruik maken van een partnernetwerk, om van daaruit kortingen of andere aanbiedingen te geven. Dat geeft me wel een ander gevoel. Het ene gaat wel ten koste van de marge, het andere niet.” (Deelnemer Q, werksessie)

We lieten de deelnemers vervolgens een aantal voorbeelden¹⁴ van cadeaus en kortingen zien. Twee van de tien deelnemers die de korting op een lidmaatschap van een gezondheidsprogramma bespraken gaven aan dat een dergelijk cadeau hun keuze wel zou kunnen beïnvloeden. Met name de verwachte positieve invloed op de gezondheid van verzekerden speelde hierbij een rol:

“Ik vind het op zich wel een positieve zaak dat een zorgverzekeraar probeert om mensen een gezond leven te laten leiden. Elke aanzet daartoe, daar sta ik in principe wel achter. (..) Ik vind het een positieve zaak als de collectieve gezondheid gestimuleerd wordt.” (Deelnemer E, werksessie)

“Mee eens, hoe minder zorg er nodig is, omdat je gezonder leeft, hoe minder premie het zal gaan kosten.” (Deelnemer A, werksessie)

¹⁴ In de ochtendsessie gaven de deelnemers hun mening over een korting op het lidmaatschap van een gezondheidsprogramma, een korting op winkelen en een drietal cadeaus van een vergelijkingssite (een cadeaubon, drie maanden gratis abonnement op online sporten en een elektrische tandenborstel). In de middagsessie lieten we een gratis tandongevallenverzekering en een donatie aan een goed doel (door een vergelijkingssite) zien.

Anderen wezen op de premie verhogende effecten van dergelijke programma's of op privacyaspecten:

"Ik haak volledig af, het is zo'n opgeven van mijn privacy, hoe bepalen zij dat ik voldoende beweeg?" (Deelnemer G, werksessie).

Interessant is, dat ook de deelnemers aan de middagsessie (die dit gezondheidsprogramma niet te zien kregen) bij de discussie over cadeaus op dit onderwerp uitkwamen. Een aantal deelnemers gaf aan in beginsel positief te staan ten opzichte van dergelijke initiatieven:

"Als ze jou leren of stimuleren om gezonder te leven, dat vind ik wel wat. Ben er op zich wel gevoelig voor. Stel, ze zeggen: als je minder [alcohol] drinkt, en dat mogen ze controleren, dan krijg je 20 euro korting. Daar zou ik wel gevoelig voor zijn." (Deelnemer R, werksessie)

De korting op winkelen zou daarentegen geen van de 10 deelnemers aan de ochtendsessie over de streep trekken:

"Korting is geen cadeau. Korting op waarschijnlijk maar een selectie [van de producten], dat is geen cadeau. Dan zou je je bijna gedwongen voelen om heel veel dingen te gaan kopen en meer geld uit te gaan geven om die korting eruit te halen." (Deelnemer C, werksessie)

"Het geeft mij het gevoel dat standaard de producten te duur zijn als ze altijd [x]% korting kunnen geven." (Deelnemer H, werksessie)

Geen van de deelnemers was positief over de drie cadeaus (een cadeaubon, drie maanden abonnement op online sporten en een elektrische tandenborstel) waaruit verzekerden konden kiezen als ze hun polis via een vergelijkingssite zouden afsluiten.

"Voor 10 euro ga ik mijn keuze niet wijzigen. Meestal kijk je wel naar verschillende verzekeringen, maar als ik dan bij een verzekering een [cadeaukaart] krijg, dan ga ik niet voor die verzekering. Dat trekt me niet over de streep." (Deelnemer B, werksessie. De 10 Euro was de inschatting van de groep van de waarde van de cadeaus).

In de middagsessie was één persoon van mening dat een gratis tandongevallenverzekering de keuze zou kunnen beïnvloeden:

"Ja, maar de 'mits' die daarbij zit: ik ga er dan vanuit dat de rest van het pakket identiek is aan het aanbod elders, dus dat je dit er gewoon echt bij krijgt. Dan denk ik: waarom niet? (..) Ik moet niet het idee hebben dat ik er verkapt al voor betaal." (Deelnemer Q, werksessie)

De anderen waren niet overtuigd, één deelnemer verwoordde het als volgt:

"Ik vind het een sigaar uit eigen doos. We hadden het net over de premie, maar niemand vertelt hoe de aanvullende verzekeringen berekend worden. Waarschijnlijk betaal je hier voor hetzelfde bedrag ook die tandongevallenverzekering, maar dat gaan ze jou niet wijs maken." (Deelnemer P, werksessie)

Twee deelnemers gaven aan, dat de donatie aan een goed doel door een vergelijkingssite (als een polis via deze website afgesloten wordt) de keuze zou kunnen beïnvloeden:

“Het zou mijn keuze kunnen beïnvloeden, maar het hangt er wel vanaf. Als het ergens anders goedkoper zou zijn, dan zou ik dat dan eerder doen, maar als ik ergens anders niet iets zou krijgen, en dat het hier er wel bij zit, het gelijk is dan zou ik voor deze kiezen.” (Deelnemer L, werksessie)

“Zou het je kunnen beïnvloeden: ja, is het doorslaggevend: nee. Het stukje maatschappelijk verantwoord waar mensen toch gevoelig voor zijn. Ik ook.” (Deelnemer Q, werksessie)

De anderen vroegen zich af wat de kosten van een dergelijk programma waren, vonden een eenmalige gift te mager of zagen het meer als een marketinginstrument:

“Ik vind het marketing. Je kunt voor heel veel goede doelen gaan, dan kun je beter zelf bepalen naar welk goed doel. Zou mijn keuze in elk geval niet beïnvloeden.” (Deelnemer K, werksessie)

8 Conclusie en beschouwing

In deze Monitor Overstapseizoen zorgverzekering 2021-2022 hebben we door middel van een analyse van de websites van zorgverzekeraars en vergelijkingssites, een vragenlijst onder leden van het Consumentenpanel Gezondheidszorg, een werksessie met verzekerden in combinatie met huiswerkopdrachten, een analyse van het taalniveau van informatie op websites (door BureauTaal), en een analyse van reclame-uitingen van zorgverzekeraars inzicht verkregen in zes thema's: (1) het polisaanbod, (2) koppelverkoop en sturende elementen, (3) (nagenoeg) gelijke polissen, (4) contractering, (5) vergelijkingssites, en (6) reclames en cadeaus. We geven hier eerst een overzicht van de belangrijkste bevindingen over alle thema's heen. We sluiten het hoofdstuk af met een beschouwing en een aantal verbeterpunten, die zich richten op betere informatievoorziening.

Informatie over premie en dekking voor meeste verzekerden begrijpelijk

Het merendeel van de verzekerden gaf aan dat ze de informatie van zorgverzekeraars over de premie en de dekking van de basisverzekering (zeer) begrijpelijk vinden (>65%). Veel zorgverzekeraars presenteren deze informatie in de vorm van polisoverzichten op hun website. In deze overzichten komen het maandelijkse premiebedrag en de vergoedingspercentages van een individuele polis over het algemeen duidelijk naar voren volgens deelnemers aan de werksessie. Het is belangrijk dat informatie over de premie en dekking van zowel de basisverzekering als de aanvullende verzekering duidelijk is. Het grootste deel (40%) van de verzekerden geeft namelijk aan dat de premie en de dekking van de basis- en aanvullende verzekering samen de doorslag gaven bij de keuze voor een zorgverzekering. Polisoverzichten zijn niet voor alle verzekerden goed te begrijpen, omdat hier vaak abstracte woorden en vaktermen (zoals 'beperkt aantal gecontracteerde zorgaanbieders') staan. Ook wordt er regelmatig formele taal gebruikt, zo bleek uit de taalanalyses. Informatie over de premieopbouw vonden de deelnemers aan de werksessie vaak moeilijk te begrijpen, vooral door de vele technische termen. Tegelijkertijd gaf een aantal deelnemers aan dat dergelijke informatie nuttig kan zijn bij het vergelijken van verzekeraars.

Verschillen tussen polissen onduidelijk

Een groot deel (41%) van de verzekerden zegt niet te weten wat het verschil is tussen de verschillende soorten basisverzekeringen die er zijn. Ook weet een ongeveer even grote groep niet hoe de vergoedingen voor gecontracteerde- en niet-gecontracteerde zorgverleners verschillen tussen een natura en restitutiepolis. Voor relatief veel verzekerden (66%) is de informatie over de verschillen tussen natura- en restitutiepolissen en contractering ook niet (zeer) begrijpelijk. Nog minder verzekerden vinden de verschillen tussen de naturapolissen die aangeboden worden op de website van een label of zorgverzekeraar begrijpelijk. Deelnemers aan de werksessie gaven aan dat de terminologie die zorgverzekeraars gebruiken bij de verschillende naturapolissen (zowel in het polisoverzicht als in de aanvullende informatie) niet altijd consistent is. Zo was er in de ene polis bijvoorbeeld sprake van 'geselecteerde zorgverleners' en in de andere van 'gecontracteerde zorgverleners'.

Verzekerden zijn zich vaak niet bewust van koppelverkoop

Veel verzekerden (77%) geven aan dat zij niet op de hoogte te zijn van het feit dat bij sommige verzekeraars de keuze voor aanvullende verzekeringen beperkt wordt door de keuze van de

basisverzekering. Duurdere polissen bieden dan ruimere mogelijkheden om te kiezen uit aanvullende verzekeringen. Deelnemers aan de werksessie konden de redenen voor de koppeling niet begrijpen.

Op bijna de helft van de websites van zorgverzekeraars zijn sturende elementen aanwezig

Op bijna de helft van de websites (veertien van de 32) van zorgverzekeraars zijn sturende elementen aanwezig. Het gaat dan om aanduidingen als 'meest gekozen', het aanvinken van een polis als standaardoptie, of om het gebruik van kleur om een bepaalde polis te benadrukken, het gebruik van symbolen (zoals sterren) en beoordelingscijfers. Deelnemers aan de werksessie gaven over het algemeen aan dat ze zich hierdoor niet lieten leiden, al waren er enkelen die aangaven dat het wel mee kan wegen als verschillen klein zijn. Anderen gaven aan dat het ook averechts kan werken; zij zouden zo'n polis juist niet kiezen omdat ze niet weten wat erachter zit.

Informatie over (nagenoeg) gelijke polissen is vindbaar, maar niet begrijpelijk

Informatie over (nagenoeg) gelijke polissen bleek vindbaar op alle websites waar die informatie van toepassing is (websiteanalyses). Voor deelnemers aan de werksessie bleek het zoeken naar (nagenoeg) gelijke polissen lastig. Ze wisten ook niet wat (nagenoeg) gelijke polissen zijn. Dergelijke informatie vonden zij dan ook niet bruikbaar bij het overstappen. Uit het expertoordeel over de informatie bleek ook dat de overzichten moeilijk te begrijpen zijn.

Informatie over selectieve contractering goed te vinden, maar minder begrijpelijk

Informatie over selectieve contractering konden deelnemers aan de werksessie vrij gemakkelijk vinden. Toch wordt informatie over welke zorgaanbieders gecontracteerd zijn en wat het vergoedingspercentage is als je naar een niet-gecontracteerde aanbieder gaat door de meerderheid niet (zeer) begrijpelijk gevonden (respectievelijk 59% en 60%). Informatie over de beweegredenen van verzekeraars om met sommige zorgaanbieders wel, en met anderen geen contract af te sluiten was voor deelnemers aan de werksessie lastig te vinden. Het is dan ook niet vreemd, dat de meeste verzekerden niet weten welke criteria zorgverzekeraars gebruiken bij de contractering. Ook het zoeken naar individuele zorgaanbieders kan lastig zijn; sommige zorgzoekers bieden hiervoor meer functionaliteiten om gericht zoeken mogelijk te maken (zoeken op specialisme, naam van de zorgverlener, plaats etc.) dan andere zorgzoekers. Veel contracten met zorgverleners waren tijdens het overstapseizoen nog niet rond. De meeste websites gaven hierover informatie, maar deze teksten hadden vaak een te hoog taalniveau waardoor het voor de meeste verzekerden niet goed te begrijpen is (taalanalyse).

Informatie over polisaanbod op vergelijkingssites goed te vinden

Over het algemeen zijn vergelijkingssites transparant over de criteria die ze hanteren om polissen op te nemen en te vergelijken, en over de provisie die ze ontvangen van zorgverzekeraars. Deze informatie is in de meeste gevallen ook goed te vinden. Toch geeft één op de vijf (19%) verzekerden die wel eens een vergelijkingssite gebruikt hebben gaf aan geïnformeerd te zijn over welke zorgverzekeringen werden meegenomen in de vergelijking (10% van de verzekerden).

Een minderheid van de zorgverzekeraars en ongeveer de helft van de vergelijkingssites biedt cadeaus aan

Op vijf van de 32 websites van zorgverzekeraars werden cadeaus aangeboden en op vijf van de acht vergelijkingssites, waarbij er geen duidelijke doelgroep was voor de cadeaus. Ongeveer één op de tien verzekerden (8%) heeft wel eens een cadeau ontvangen van een zorgverzekeraar of vergelijkingssite, voornamelijk bij het afsluiten van een polis. Dit cadeau was volgens de meeste

verzekerden niet van invloed op de keuze van hun zorgverzekering. Een aantal deelnemers aan de werksessie gaf aan dat ze liever een lagere premie betalen dan dat er cadeaus gegeven worden.

Diversiteit in ervaringen

In dit onderzoek hebben we gebruik gemaakt van twee werksessies met verzekerden. Hieraan namen in totaal negentien mensen deel. Het doel van de werksessies was om met verzekerden in gesprek te gaan over diverse onderwerpen en hun ervaringen met bijvoorbeeld het zoeken naar informatie. We hebben voor deze sessies daarom een groep verzekerden met diverse achtergrondkenmerken samengesteld. Zo was er diversiteit wat betreft leeftijd, geslacht, opleiding en wat betreft hun zorgverzekeringsvaardigheden. De deelnemers waren allen lid van het Consumentenpanel Gezondheidszorg en namen vrijwillig deel aan de werksessie. Op basis van de werksessie kunnen we geen uitspraken doen over alle verzekerden, dat was ook niet het doel. We hebben wel meer inzicht gekregen in waar verzekerden bijvoorbeeld tegenaanlopen bij het zoeken van informatie. Door de diversiteit aan deelnemers hebben we ook veel verschillende ervaringen op kunnen halen. Door deze informatie te combineren met een analyse van websites, een vragenlijst onder leden van het Consumentenpanel Gezondheidszorg, een expertoordeel over overzichten van de polissen en een analyse van het taalniveau van teksten hebben we een breed beeld gekregen over de vindbaarheid en begrijpelijkheid van informatie, en wat verzekerden belangrijk vinden.

Beschouwing

Om de zorgverzekeringsmarkt zo goed mogelijk te laten functioneren moet het voor verzekerden zo gemakkelijk mogelijk worden gemaakt om te wisselen van zorgverzekeraar. Verzekerden moeten een weloverwogen keuze kunnen maken uit het aanbod, zodat zij een polis kiezen die past bij hun wensen en voorkeuren. Dat vereist een volledige en duidelijke presentatie van de polissen die de zorgverzekeraars aanbieden, waarbij cruciale informatie over de polissen gemakkelijk te vinden én te begrijpen is. Het is verder belangrijk dat die informatie ook bruikbaar is voor verzekerden om een keuze te maken. De resultaten van dit onderzoek laten zien dat de bruikbaarheid en begrijpelijkheid nog verbeterd kan worden. Verzekerden lijken op zoek naar transparantie en eenvoudige vergelijkingen. Door bijvoorbeeld vaktermen (restitutieverzekering, ruime contractering) en onbekende begrippen ((nagenoeg) gelijke polissen) is dit niet gemakkelijk voor verzekerden. Om verzekerden in staat te stellen zelf polissen te vergelijken op de voor hen relevante punten blijft het belangrijk om te letten op consistent gebruik van termen, de uitleg van begrippen, uniformiteit van overzichten en de begrijpelijkheid van de informatie (analyse taalniveau).

Sturende elementen die verzekerden naar een bepaalde polis kunnen leiden zijn op verschillende websites te vinden. Of dit ook daadwerkelijk leidt tot sturing is op grond van ons onderzoek lastig te zeggen. We hebben geen aanwijzingen gevonden dat verzekerden zich bewust of onbewust laten leiden, maar dit hebben we alleen onder de deelnemers aan de werksessie kunnen vaststellen. Dat aantal was zeer beperkt waardoor de bevindingen niet gegeneraliseerd kunnen worden. In vervolgonderzoek zouden verschillende varianten, zoals nu voorgelegd in de werksessie, aan een grote groep verzekerden voorgelegd kunnen worden. Op die manier kan gekeken worden of verzekerden zich laten beïnvloeden door sturende elementen. Cadeaus worden door zorgverzekeraars weinig aangeboden en verzekerden geven aan zich hier niet door te laten sturen.

Koppelverkoop kan de keuzemogelijkheden van verzekerden beperken, omdat ze niet vrij zijn in het kiezen van een aanvullende verzekering bij elke basisverzekering. De inhoud van de basisverzekering is door de overheid bepaald, de inhoud van de aanvullende verzekeringen wordt door

zorgverzekeraars bepaald en kan daardoor sterk verschillen. De premie voor de basisverzekering verschilt ook. Het kan daardoor financieel aantrekkelijk zijn om een goedkope basisverzekering te combineren met een aanvullende verzekering die wat inhoud betreft het meest passend is. In de praktijk kunnen deze mogelijkheden vanwege koppelverkoop beperkt zijn, omdat bij een aantal zorgverzekeraars niet bij elke basisverzekering uit alle aanvullende verzekeringen van die zorgverzekeraar gekozen kan worden. Ons onderzoek laat zien dat driekwart van de verzekerden niet op de hoogte is van het feit dat bij een aantal zorgverzekeraars de keuze voor de aanvullende verzekering afhangt van de keuze voor de basisverzekering. In welke mate de koppelverkoop daadwerkelijk ongunstig is voor verzekerden hebben we niet onderzocht.

Wat zijn mogelijke verbeterpunten?

Een belangrijke bevinding uit dit onderzoek is dat informatie vaak wel te vinden is op de websites van zorgverzekeraars en vergelijkingssites, maar dat deze niet altijd goed te begrijpen is voor verzekerden. We doen een aantal suggesties voor verbeteringen:

- **Gebruik minder abstracte woorden en termen in polisoverzichten.** De polisoverzichten zijn meestal wel overzichtelijk qua hoeveelheid informatie, maar kunnen nog verbeterd worden door termen uit te leggen en teksten begrijpelijker te maken.
- **Gebruik consistente terminologie in overzichten om verschillen tussen polissen duidelijker maken.** Consistenter gebruik van termen en het aanbieden van overzichten waarin de aangeboden polissen punt-voor-punt vergeleken worden zorgen voor minder verwarring en uitzoekwerk. Zo kunnen verzekerden snel en gemakkelijk vergelijken.
- **Maak het zoeken naar zorgaanbieders zo gemakkelijk mogelijk.** Maak het mogelijk om in zorgvinders te kunnen zoeken op een aantal verschillende criteria (specialisme, naam, plaats etc.) om het voor verzekerden mogelijk te maken om snel een zorgaanbieder te kunnen vinden.
- **Geef meer uitleg over (nagenoeg) gelijke polissen.** De informatie over (nagenoeg) gelijke polissen is terug te vinden op de websites van de betreffende zorgverzekeraars, maar het begrip is voor verzekerden onduidelijk en de overzichten bevatten ingewikkelde taal. Meer uitleg en het actiever informeren van verzekerden over (nagenoeg) gelijke polissen (bijvoorbeeld bij het berekenen van de premie) om verzekerden te helpen bij het maken van een keuze zou hier kunnen helpen.

Literatuur

Bekker, P. de, Wijnberger, J., Verkoulen, M., Zuidhof, P. **Monitor Overstapseizoen, 2016-2017. Onderzoek naar de informatievoorziening door zorgverzekeraars, volmachten, collectiviteiten en vergelijkingssites.** Zorgvuldig Advies & Zorgweb, 2017.

Brabers, A., Jong, J., de. **Nivel Consumentenpanel Gezondheidszorg: basisrapport met informatie over het panel 2022.** Nivel, 2022.

Esch, T. van, Brabers, A., Kroneman, M., Jong, J. de. **Monitor overstapseizoen 2017-2018: een onderzoek naar informatievoorziening door de zorgverzekeraar, potentiële overstapbelemmeringen voor verzekerden en de zorgverzekeraar als zorgadviseur.** www.nivel.nl: NIVEL, 2018.

Kompas in Zorg. **Factsheet polissen basisverzekering en contractering ziekenhuizen 2022.** www.kompasinzorg.nl: Kompas in Zorg, 2021.

NZA, **Regeling informatieverstrekking ziektekostenverzekeraars aan consumenten - TH/NR-017.** https://puc.overheid.nl/nza/doc/PUC_289900_22/1/, 2019.

Thaler, R., Sunstein, C. **Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness.** Yale University Press, 2008.

Vektis. **Definitief overstapcijfer bekend: 6,7% wisselt van zorgverzekeraar.** <https://www.vektis.nl/intelligence/publicaties/definitief-overstapcijfer-bekend-6-7-wisselt-van-zorgverzekeraar>, geraadpleegd op 9-03-2022.

Zorgwijzer.nl, <https://www.zorgwijzer.nl/faq/welke-zorgverzekeraars-zijn-er>, geraadpleegd op 25-2-2022.

Zorgverzekeraars Nederland (2021). **Actieplan kern-gezond.** https://assets.zn.nl/p/32768/Kern-gezond_def_1.pdf.

Bijlage A Methoden

A1 Websiteanalyses

Selectie van websites

We analyseerden websites van in totaal 32 zorgverzekeraars en labels, en van acht vergelijkingssites (zie Tabel A.1). Deze lijst was opgesteld in overleg met de opdrachtgever.

Website analyse

Elke website is in de periode van 17 november t/m 17 december 2021 door twee onderzoekers onafhankelijk van elkaar geanalyseerd. De gegevens zijn uniform vastgelegd in een van tevoren opgesteld Excel formulier. Het formulier bevatte de vragen en de invoervelden voor de antwoorden. Bij een aantal vragen was er de keuze uit een aantal vooraf vastgestelde antwoordmogelijkheden, bij andere vragen was het antwoord open. De resultaten van beide onderzoekers zijn vergeleken en eventuele verschillen zijn bediscussieerd tussen de twee onderzoekers. Indien zij er niet uitkwamen, is een derde onderzoeker geraadpleegd. Daarna is een definitieve versie van het formulier opgesteld werd. De definitieve formulieren zijn samengevoegd in één Excel bestand en geïmporteerd in Stata. Er is beschrijvende statistiek toegepast om de informatie van de website analyse te analyseren. Alle analyses zijn uitgevoerd in Stata, versie 16.1.

De websites van de zorgverzekeraars en labels zijn op 29 en 30 december 2021 een tweede keer bezocht om te bekijken of de informatie omtrent nog niet afgeronde contractering veranderd was. Ook die gegevens zijn door twee onderzoekers onafhankelijk van elkaar verzameld, en daarna met elkaar vergeleken. Eventuele verschillen werden bediscussieerd, waarna er een definitieve versie van het formulier voor deze tweede ronde opgesteld werd.

De vergelijkingssites zijn van 27 t/m 30 december een tweede keer bezocht om te kijken of de status van de polissen gewijzigd was sinds de eerste keer. Als dat inderdaad het geval was, werd genoteerd of een polis die eerst niet zichtbaar was nu 'wel zichtbaar, maar niet af te sluiten' was, of 'nu wel zichtbaar, en ook af te sluiten' was. Van polissen, die eerst 'zichtbaar en niet af te sluiten' waren, werd genoteerd of ze nu 'wel af te sluiten' waren.

Van de zichtbare, en af te sluiten polissen werd genoteerd of ze nu wel nog 'zichtbaar, maar niet meer af te sluiten' waren, of helemaal 'niet meer zichtbaar' waren.

Tabel A.1 *Overzicht van alle onderzochte zorgverzekeraars en vergelijkingssites*

Zorgverzekeraars en labels (N=32)	Vergelijkingssites (N=8)
Zilveren Kruis	Zorgwijzer
ZieZo	Independer
Interpolis	Consumentenbond
FBTO	Pricewise
De Friesland	Zorgkiezer
Profile	Geld.nl
ASR	Poliswijzer
DitZo	Overstappen
Nationale Nederlanden	
OHRA	
CZ	
CZ Direct	
Just	
DSW	
Stad Holland	
Salland	
Zorgdirect	
Holland Zorg	
Aevitae	
Menzis	
Anderzorg	
HEMA	
ONVZ	
Jaaah	
Univé	
IZA	
UMC Zorgverzekering	
VGZ	
Bewuzt	
Zekur	
Zorg en Zekerheid	
VinkVink	

A2 Vragenlijst

Om een aantal onderzoeksvragen van dit onderzoek te kunnen beantwoorden, is in december 2021 een vragenlijst verstuurd naar een steekproef van panelleden van het Consumentenpanel Gezondheidszorg van het Nivel (zie Brabers & De Jong, 2022 voor meer informatie). Het doel van het Consumentenpanel Gezondheidszorg is om op landelijk niveau informatie te verzamelen over de meningen en kennis, verwachtingen en ervaringen van gebruikers van de gezondheidszorg. Door op landelijk niveau informatie te verzamelen over de meningen en ervaringen van gebruikers van de

gezondheidszorg en de onderzoeksresultaten hiervan openbaar te publiceren, draagt het Consumentenpanel Gezondheidszorg bij aan de versterking van de positie van de gebruikers van de gezondheidszorg.

Het Consumentenpanel is een zogenoemd access panel. Een access panel bestaat uit een groot aantal personen dat zich bereid heeft verklaard regelmatig vragen te willen beantwoorden. In december 2021 bestond het panel uit ongeveer 11.500 mensen van 18 jaar en ouder. Uit het panel worden voor de afzonderlijke peilingen steekproeven getrokken, bijvoorbeeld een steekproef representatief voor de algemene bevolking van 18 jaar en ouder. Het panel wordt op regelmatige basis verversd. Aanvulling is nodig om het natuurlijk verloop (zoals het overlijden van panelleden of het niet doorgeven van een adreswijziging na verhuizing) te compenseren. Daarnaast worden panelleden die langer lid zijn van het panel uitgeschreven om leereffecten te voorkomen. Het werven van nieuwe panelleden gebeurt met name door middel van het aankopen van een aselechte steekproef van adressen bij een adresleverancier (zie Brabers & De Jong, 2022 voor meer informatie).

De steekproef voor de vragenlijst van december 2021 bestond uit 1.500 panelleden representatief voor de algemene bevolking van 18 jaar en ouder naar leeftijd en geslacht. Voor een samenstelling van de steekproef zie tabel A.2 in deze bijlage. Aan alle panelleden die in eerste instantie niet gereageerd hebben, is een herinnering toegestuurd (twee online herinneringen en één schriftelijke herinnering). De bruto respons was 53% (N=796). Tijdens de opschoning van het databestand zijn geheel lege cases en “persoonswisselingen” verwijderd. Persoonswisselingen ontstaan wanneer de vragenlijst niet is ingevuld door het panellid, maar door een huisgenoot van het panellid. Op deze manier komen de bij ons bekende achtergrondkenmerken niet overeen met de achtergrondkenmerken van de persoon die de vragenlijst heeft ingevuld. Het opgeschoonde databestand dat gebruikt is voor de analyses van dit rapport bevatte 792 respondenten. Dit is een netto respons van 53%. Deze respondenten hebben echter niet altijd alle vragen ingevuld. In het rapport worden percentages weergegeven berekend over het aantal antwoorden dat wel is ingevuld. Tevens worden bij elke figuur en tabel de aantallen respondenten (N) genoemd.

Uit tabel A.2 blijkt dat de samenstelling van de respondenten qua leeftijdsopbouw niet geheel gelijk is aan de samenstelling van de steekproef. Met name jongeren hebben minder vaak gereespondeerd dan mensen van 40 tot 64 jaar en van 65 jaar en ouder. Daarom is bij het analyseren van de gegevens een weegfactor toegepast (alleen vragen die aan iedereen zijn gesteld, zijn gewogen). De weegfactoren liepen uiteen van 0,75 tot 1,70. De data verzameld binnen het Consumentenpanel Gezondheidszorg zijn geanalyseerd met behulp van STATA, versie 16.1. Er zijn beschrijvende analyses uitgevoerd (frequentieverdelingen).

Tabel A.2 *Overzicht steekproef Consumentenpanel Gezondheidszorg, respondenten*
Consumentenpanel Gezondheidszorg en algemene bevolking naar leeftijd en geslacht

	Steekproef	Respondenten	Algemene bevolking
Totaal	1500 (100%)	792	
Man	750 (50%)	403 (51%)	49%
Vrouw	750 (50%)	389 (49%)	51%
18-39 jaar	514 (34%)	162 (21%)	34%
40-64 jaar	625 (42%)	394 (50%)	42%
65 jaar en ouder	361 (24%)	236 (30%)	24%

A3 Werksessie

Om meer inzicht te krijgen in hoeverre verzekerden informatie aanwezig op websites van zorgverzekeraars, labels en vergelijkingssites daadwerkelijk kunnen vinden en begrijpen, hebben we twee werksessies georganiseerd met leden van het Consumentenpanel Gezondheidszorg. Vanwege de Covid-19 maatregelen vond deze beide sessies online plaats via Zoom op vrijdag 28 januari 2022. We hebben de deelnemers geworven via de vragenlijst die verstuurd is binnen het Consumentenpanel Gezondheidszorg voor dit onderzoek. In de vragenlijst was een vraag opgenomen, waarbij de respondenten konden aangeven of ze mee wilden doen aan een bijeenkomst over zorgverzekeringen. In totaal gaven 53 respondenten mee te willen doen aan de bijeenkomst en te kunnen op 28 januari. Hieruit is een selectie gemaakt, waarbij zo goed als mogelijk gelet is op een spreiding qua leeftijd, geslacht, opleiding en zorgverzekeringsvaardigheden. Het streven was om voor zowel de ochtend als de middagsessie 10 deelnemers te hebben. Uiteindelijk hebben 19 mensen deelgenomen aan de werksessies op 28 januari 2022. Een overzicht van hun kenmerken staat in Tabel A.3. De deelnemers gaven aan het begin van de sessie toestemming voor het opnemen van de sessie. Na afloop van de sessie ontvingen ze een Bol.com cadeaukaart van 50 euro als blijk van waardering voor hun deelname.

Tabel A.3 Overzicht kenmerken deelnemers werksessies

	Totaal	Ochtend	Middag
Totaal	19	10	9
Man	12	6	6
Vrouw	7	4	3
18-39 jaar	7	5	2
40-64 jaar	6	2	4
65 jaar en ouder	6	3	3
Laag opleidingsniveau (t/m LBO)	0	0	0
Midden opleidingsniveau	7	3	4
Hoog opleidingsniveau (HBO/Universiteit)	12	7	5
Lage zorgverzekeringsvaardigheden	3	2	1
Midden zorgverzekeringsvaardigheden	4	2	2
Hoge zorgverzekeringsvaardigheden	6	2	4
Zorgverzekeringsvaardigheden onbekend*	6	4	2

* Het achtergrondkenmerk 'zorgverzekeringsvaardigheden' is geen standaard achtergrondkenmerk, vandaar dat dit niet van elke deelnemer bekend is. De zorgverzekeringsvaardigheden zijn gemeten met behulp van de HILM-NL (zie <https://www.nivel.nl/sites/default/files/bestanden/1003628.pdf> voor de vragenlijst).

Huiswerkopdrachten

Aan elk van de deelnemers hebben we gevraagd om vóór de werksessie op 28 januari 2022 individueel een viertal opdrachten thuis te maken, en hierover een aantal vragen te beantwoorden. Zo vroegen we de deelnemers om bij te houden of ze de informatie gevonden hebben en zo ja, hoe moeilijk of makkelijk ze het zoeken vonden en in hoeverre ze de uitleg op de website begrepen. De deelnemers vulden dit, per bekeken website, individueel in op een vooraf door de onderzoekers opgesteld invulformulier. In Bijlage E staat het formulier met opdrachten.

We hebben in totaal vier versies van de huiswerkopdrachten gemaakt, om zo een voldoende variëteit aan websites aan bod te laten komen. De selectie van de websites was gebaseerd op onze inschatting (op basis van de website analyse) van de vindbaarheid, begrijpelijkheid en overzichtelijkheid van de informatie. De selectie is van tevoren besproken met de opdrachtgever. De versies 1 en 2 van de huiswerkopdracht is gemaakt door de deelnemers aan de ochtendsessie, Versie 3 en 4 zijn gemaakt door de deelnemers aan de middagsessie.

Plenaire sessie

In de plenaire sessie zijn de huiswerkopdrachten met de deelnemers besproken om te achterhalen wat de redenen van de deelnemers waren om een bepaald antwoord op een vraag te geven. Waarom vonden ze bijvoorbeeld bepaalde informatie moeilijk te begrijpen? Wat vonden ze van het zoeken naar informatie op de websites? Daarna werd een aantal opdrachten gezamenlijk, of in kleinere groepjes (in break out rooms) gemaakt en besproken. In zowel de ochtend- als de middagsessie zijn we ingegaan op (zie Bijlage E voor een overzicht van het programma):

Kunnen verzekerden informatie vinden over type polis? (Het zoeken naar een polis en het vergelijken van twee of meer naturapolissen van één zorgverzekeraar).

In hoeverre is het voor een verzekerde duidelijk dat er een koppeling bestaat tussen basisverzekering en aanvullende verzekering van een zorgverzekeraar? (Het beoordelen van de informatie die zorgverzekeraars geven over de aanvullende verzekeringen die bij een bepaalde basisverzekering af te sluiten zijn).

Wat vinden verzekerden van de informatie over de opbouw van de premie, waarvoor kunnen zij deze informatie gebruiken? (Het beoordelen van de informatie die zorgverzekeraars geven over de premieopbouw).

In hoeverre laten verzekerden zich sturen door elementen als ‘meest gekozen’ en een standaard keuze die is aangevinkt? (in drie break out rooms: kiezen van een polis uit drie mogelijkheden, waarbij een ‘meest gekozen’ label bij één van de polissen stond. In een vierde break out room stond geen label ‘meest gekozen’ bij geen van de drie polissen).

In hoeverre laten verzekerden zich naar een bepaalde polis sturen door (welkomst)cadeaus? (We hebben een aantal verschillende soorten cadeaus laten zien en met de deelnemers besproken wat ze van cadeaus in het algemeen, en van de getoonde cadeaus in het bijzonder vonden).

Na afloop van de werksessie zijn de antwoorden van de huiswerkopdrachten ingevoerd in Excel (zie Bijlage E3 voor een overzicht van de resultaten). De plenaire werksessies (behalve het overleg in de break out rooms) zijn, na toestemming van de deelnemers, opgenomen. Per plenaire werksessie hebben twee onderzoekers bovendien genotuleerd. De notulen en de opname zijn gebruikt als basis voor de rapportage. Ook zijn uit de opnames de citaten gehaald die weergegeven worden in het rapport.

A4 Reclames

In de periode november-december 2021 hebben we in diverse media reclame-uitingen van zorgverzekeraars en labels bekeken en beluisterd. Het is mogelijk dat we hiermee niet het hele reclameaanbod hebben geïnccludeerd, maar we zijn wel een grote diversiteit aan reclame-uitingen tegengekomen.

We vulden we voor iedere reclame-uiting een formulier in. Hierin noteerden we allereerst verzekeraar, datum, tijdstip, zender, kanaal of krant. Daarna vulden we gegevens in over de mensen die in beeld kwamen of aan het woord waren: gender, leeftijd, huidskleur en zichtbare aandoeningen. We keken ook naar het noemen van een opleidingsniveau, het refereren aan specifieke polissen of het noemen van cadeaus.

In totaal hebben we op deze manier 36 keer informatie over een reclame-uiting op televisie genoteerd, 23 keer op de radio, 10 keer op sociale media en 11 keer in de krant. In totaal ging het om 80 reclame-uitingen. De analyses hebben we uitgevoerd in Excel en Stata.

Bijlage B Vragenlijst Consumentenpanel

A. Achtergrondgegevens

1 Wat is uw geboortedatum? (dag - maand - jaar)

___ - ___ - _____

2 Wat is uw geslacht?

- ☐ Man
☐ Vrouw

B. Uw zorgverzekering

3 Hoe bent u in 2021 verzekerd?

- ☐ Alleen een basisverzekering → **ga door naar vraag 5**
☐ Een basisverzekering en een aanvullende verzekering
☐ Niet verzekerd → **ga door naar onderdeel K (De Juiste Zorg Op de Juiste Plek)**

4 Heeft u uw basisverzekering en aanvullende verzekering bij dezelfde zorgverzekeraar afgesloten?

- ☐ Nee
☐ Ja

5 Wat voor **basisverzekering** heeft u op dit moment?

- ☐ Een restitutiepolis
☐ Een naturapolis
☐ Een combinatie van een restitutiepolis en een naturapolis
☐ Weet ik niet, want ik weet niet wat een restitutie- of naturapolis is
☐ Weet ik niet, maar ik weet wel wat een restitutie- of naturapolis is

6 Bent u van plan te gaan zoeken naar een nieuwe zorgverzekering voor 2022?

- ☐ Nee
☐ Misschien
☐ Ja
☐ Dat heb ik al gedaan

7 Bent u van plan om met ingang van **2022** te wisselen van zorgverzekering?

- ☐ Nee, ik wissel niet
☐ Ik weet het nog niet
☐ Ja, ik ga wisselen
☐ Ik ben al gewisseld

- 8 Wilt u voor elk van onderstaande uitspraken aangeven in hoeverre u het met de uitspraak eens bent?

	<i>Volledig mee oneens</i>	<i>Mee oneens</i>	<i>Niet mee oneens/niet mee eens</i>	<i>Mee eens</i>	<i>Volledig mee eens</i>	<i>Geen ervaring mee</i>
Als ik zorgverzekeringen vergelijk, wil ik precies weten wat er in een pakket zit (voorwaarden).	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik steek veel tijd in het zoeken naar de juiste informatie over zorgverzekeringen.	☐	☐	☐	☐	☐	
Ik kan goed bepalen of de informatie die ik heb gevonden over zorgverzekeringen betrouwbaar is.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het kost mij veel moeite om te bepalen welke informatie over zorgverzekeringen relevant is voor mij.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik kan de informatie die ik gevonden heb over zorgverzekeringen makkelijk in mijn eigen woorden navertellen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik zou meer hulp willen hebben hoe ik de juiste informatie moet zoeken over zorgverzekeringen.	☐	☐	☐	☐	☐	
De informatie die ik heb gevonden over zorgverzekeringen helpt mij om de juiste zorgverzekering te kiezen	☐	☐	☐	☐	☐	☐

C. Verschillende basisverzekeringen

In Nederland bestaan verschillende soorten basisverzekeringen, namelijk een naturapolis, een restitutiepolis en een combinatiepolis. Hierover gaan de volgende vragen.

- 9 Weet u wat de verschillen zijn tussen de verschillende soorten basisverzekeringen die in Nederland bestaan?
- ☐ Nee, ik weet niet wat de verschillen zijn tussen de verschillende soorten basisverzekeringen
 - ☐ Ja, ik weet ongeveer wat de verschillen zijn tussen de verschillende soorten basisverzekeringen
 - ☐ Ja, ik weet precies wat de verschillen zijn tussen de verschillende soorten basisverzekeringen

- 10 Hieronder staat een aantal stellingen. Kunt u aangeven of deze stelling volgens u waar of niet waar zijn, of dat u dit niet weet.

	<i>Waar</i>	<i>Niet waar</i>	<i>Weet ik niet</i>
De vergoeding bij niet-gecontracteerde zorgverleners verschilt tussen een naturapolis en restitutiepolis	☐	☐	☐
Bij een naturapolis wordt alleen zorg van gecontracteerde zorgaanbieders volledig vergoed	☐	☐	☐
Bij een restitutiepolis wordt de zorg van niet-gecontracteerde zorgaanbieders vergoed volgens een marktconform tarief	☐	☐	☐

Waar Niet waar Weet ik niet

Als je met een restitutiepolis naar een niet-gecontracteerde zorgaanbieder gaat, krijg je meestal 75-80% van de kosten vergoed

☐ ☐ ☐

Een restitutiepolis is vaak duurder dan een naturapolis

☐ ☐ ☐

11 Een zorgverzekeraar kan verschillende naturapolissen aanbieden. Wist u dat?

☐ Nee → **ga door naar onderdeel D**

☐ Ja

12 Kunt u aangeven wat de verschillen kunnen zijn tussen de naturapolissen die een zorgverzekeraar aanbiedt?

☐ Nee

☐ Ja, namelijk:

D. Aanvullende verzekering

Naast een basisverzekering is het ook mogelijk om een aanvullende verzekering af te sluiten. Hierover gaan de volgende vragen.

13 U kunt uw basisverzekering en aanvullende verzekering bij verschillende zorgverzekeraars afsluiten. Wist u dat?

☐ Nee

☐ Ja

14 Bij sommige zorgverzekeraars gelden extra voorwaarden als u alleen een aanvullende verzekering wilt afsluiten en geen basisverzekering. Ook kan het zo zijn dat u een hogere premie voor de aanvullende verzekering moet betalen als u geen basisverzekering afsluit. Wist u dat?

☐ Nee

☐ Ja

15 Bij sommige zorgverzekeraars kunt u niet uit alle aanvullende verzekeringen kiezen als u een bepaalde basisverzekering kiest. Wist u dat?

☐ Nee

☐ Ja

16 Hoe belangrijk zijn onderstaande overwegingen bij uw keuze voor uw zorgverzekering?

	<i>Erg onbelangrijk</i>	<i>Onbelangrijk</i>	<i>Niet onbelangrijk, niet belangrijk</i>	<i>Belangrijk</i>	<i>Erg belangrijk</i>
Premie van de basisverzekering	☐	☐	☐	☐	☐
Dekking van de basisverzekering	☐	☐	☐	☐	☐
Premie van de aanvullende verzekering	☐	☐	☐	☐	☐

	<i>Erg onbelangrijk</i>	<i>Onbelangrijk</i>	<i>Niet onbelangrijk, niet belangrijk</i>	<i>Belangrijk</i>	<i>Erg belangrijk</i>
Dekking van de aanvullende verzekering	☐	☐	☐	☐	☐
Premie van de basis- en aanvullende verzekering samen	☐	☐	☐	☐	☐
Dekking van de basis- en aanvullende verzekering samen	☐	☐	☐	☐	☐

17 Welke overweging heeft bij u de doorslag gegeven bij uw keuze voor uw zorgverzekering? (*één antwoord mogelijk*)

- ☐ Premie van de basisverzekering
- ☐ Dekking van de basisverzekering
- ☐ Premie en dekking van de basisverzekering
- ☐ Premie van de aanvullende verzekering
- ☐ Dekking van de aanvullende verzekering
- ☐ Premie en dekking van de aanvullende verzekering
- ☐ Premie van de basis- en aanvullende verzekering samen
- ☐ Dekking van de basis- en aanvullende verzekering samen
- ☐ Premie en dekking van de basis- en aanvullende verzekering samen

E. Informatie over zorgverzekeringen

18 Wat vindt u van de informatie van zorgverzekeraars met betrekking tot het kiezen van een zorgverzekering?

Voor het kiezen van een zorgverzekering vind ik de informatie van zorgverzekeraars...

	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	
Onduidelijk	☐	☐	☐	☐	☐	Duidelijk
Onbegrijpelijk	☐	☐	☐	☐	☐	Begrijpelijk
Beperkt	☐	☐	☐	☐	☐	Uitgebreid
Bruikbaar	☐	☐	☐	☐	☐	Niet bruikbaar
Behulpzaam bij het kiezen	☐	☐	☐	☐	☐	Niet behulpzaam bij het kiezen

19 Kunt u uw antwoorden op de vorige vraag over de informatie van zorgverzekeraars met betrekking tot het kiezen van een zorgverzekering toelichten?

.....

20 Hier onder staat een aantal onderwerpen. Kunt u per onderwerp aangeven hoe begrijpelijk u de informatie van zorgverzekeraars over dit onderwerp vindt?

	<i>Ze er onbegrijpelijk</i>	<i>Onbegrijpelijk</i>	<i>Niet onbegrijpelijk, niet begrijpelijk</i>	<i>Begrijpelijk</i>	<i>Ze er begrijpelijk</i>
Premie van de basisverzekering	☐	☐	☐	☐	☐
Dekking van de basisverzekering	☐	☐	☐	☐	☐
Premie van de aanvullende verzekering	☐	☐	☐	☐	☐
Dekking van de aanvullende verzekering	☐	☐	☐	☐	☐
Welke zorgaanbieders gecontracteerd zijn	☐	☐	☐	☐	☐
Vergoeding wanneer je naar een niet-gecontracteerde zorgaanbieder gaat	☐	☐	☐	☐	☐
Verschil naturapolis en restitutiepolis	☐	☐	☐	☐	☐
Verschillen tussen naturapolissen bij een zorgverzekeraar	☐	☐	☐	☐	☐

21 In hoeverre bent u ervan overtuigd dat u voldoende informatie heeft om een weloverwogen keuze te maken voor uw zorgverzekering?

- ☐ Helemaal niet overtuigd
- ☐ Een beetje overtuigd
- ☐ Redelijk overtuigd
- ☐ Heel overtuigd

F. Selectief contracteren

Zorgverzekeraars sluiten ieder jaar contracten met zorgaanbieders, zoals bijvoorbeeld ziekenhuizen. Zorgverzekeraars hoeven niet met alle zorgaanbieders een contract af te sluiten. Als zorgverzekeraars niet met alle zorgaanbieders contracten afsluiten, dan wordt dit selectief contracteren genoemd. Dit speelt bij naturapolissen en combinatiepolissen. Als mensen naar zorgaanbieders gaan die **geen** contract hebben met hun zorgverzekeraar, kan het zijn dat zij moeten bijbetalen voor de zorg die zij ontvangen.

22 Wist u dat het mogelijk is dat zorgverzekeraars niet met alle zorgaanbieders contracten afsluiten?

- ☐ Nee
- ☐ Ja

23 In hoeverre is het voor u duidelijk waarom zorgverzekeraars met bepaalde zorgaanbieders geen contract afsluiten?

- ☐ Zeer onduidelijk
- ☐ Onduidelijk
- ☐ Niet onduidelijk, niet duidelijk
- ☐ Duidelijk
- ☐ Zeer duidelijk

24 In hoeverre is het voor u duidelijk hoe de volgende aspecten worden meegenomen door zorgverzekeraars bij de contractering?

	<i>Ze er onduidelijk</i>	<i>Onduidelijk</i>	<i>Niet onduidelijk, niet duidelijk</i>	<i>Duidelijk</i>	<i>Ze er duidelijk</i>
Prijs	☐	☐	☐	☐	☐
Kwaliteit	☐	☐	☐	☐	☐
Aantal behandelingen dat zorgaanbieder uitvoert	☐	☐	☐	☐	☐
Reistijd voor de verzekerde	☐	☐	☐	☐	☐
Aantal geslaagde behandelingen	☐	☐	☐	☐	☐
Ervaringen met soortgelijke behandelingen	☐	☐	☐	☐	☐

G. Vergelijkingssites

Op een vergelijkingssite (zoals Independer en Zorgwijzer) kunt u zorgverzekeringen van verschillende zorgverzekeraars met elkaar vergelijken. Hierover gaan de volgende vragen.

- 25 Wist u dat er vergelijkingssites zijn waar u zorgverzekeringen met elkaar kunt vergelijken?
- ☐ Nee
☐ Ja
- 26 Een vergelijkingssite ontvangt provisie (een vergoeding) als u via deze website een zorgverzekering afsluit. Wist u dat?
- ☐ Nee
☐ Ja
- 27 Heeft u wel eens een vergelijkingssite gebruikt om zorgverzekeringen te vergelijken? *(meerdere antwoorden mogelijk)*
- ☐ Nee → **ga door naar Onderdeel H (Cadeaus)**
☐ Ja, afgelopen maand /in het huidige overstapseizoen
☐ Ja, langer geleden
- 28 Een vergelijkingssite ontvangt provisie (een vergoeding) als u via deze website een zorgverzekering afsluit. Werd u hierover door de vergelijkingssite geïnformeerd?
- ☐ Nee, en ik heb ook geen interesse in informatie hierover → **ga door naar vraag 30**
☐ Nee, maar ik heb wel interesse in informatie hierover → **ga door naar vraag 30**
☐ Nee, maar ik heb hierover wel zelf informatie gevonden op de vergelijkingssite → **ga door naar vraag 30**
☐ Ja
☐ Weet ik niet meer → **ga door naar vraag 30**
- 29 Een vergelijkingssite ontvangt provisie (een vergoeding) als u via deze website een zorgverzekering afsluit. Op welke manier werd u hierover door de vergelijkingssite geïnformeerd?
-

- 30 Een vergelijkingssite laat een ranking met zorgverzekeringen zien. Werd u door de vergelijkingssite geïnformeerd over hoe de ranking werd bepaald? *(meerdere antwoorden mogelijk)*
- ☐ Nee → **ga door naar vraag 32**
 - ☐ Nee, maar ik heb hierover wel zelf informatie gevonden op de vergelijkingssite → **ga door naar vraag 32**
 - ☐ Ja, er werd aangegeven hoe de provisie van invloed is op de ranking
 - ☐ Ja, er werd aangegeven hoe mijn kenmerken van invloed zijn op de ranking
 - ☐ Ja, er werd aangegeven hoe prijs en/of kwaliteit van invloed zijn op de ranking
 - ☐ Ja, anders namelijk: ...
 - ☐ Weet ik niet meer → **ga door naar vraag 32**
- 31 Een vergelijkingssite laat een ranking met zorgverzekeringen zien. Op welke manier werd u door de vergelijkingssite geïnformeerd over hoe de ranking werd bepaald?
.....
- 32 Werd u toen door de vergelijkingssite geïnformeerd over welke zorgverzekeringen werden meegenomen in de vergelijking?
- ☐ Nee → **ga door naar onderdeel H**
 - ☐ Nee, maar ik heb hierover wel zelf informatie gevonden op de vergelijkingssite → **ga door naar onderdeel H**
 - ☐ Ja
 - ☐ Weet ik niet meer → **ga door naar onderdeel H**
- 33 Op welke manier werd u door de vergelijkingssite geïnformeerd over welke zorgverzekeringen werden meegenomen in de vergelijking?
.....

H. Cadeaus

- 34 Heeft u in het afgelopen jaar een cadeau ontvangen van uw zorgverzekeraar of vergelijkingssite? *(meerdere antwoorden mogelijk)*
- ☐ Nee → **Ga door naar onderdeel I (Besteding van de premie)**
 - ☐ Ja, van mijn huidige zorgverzekeraar
 - ☐ Ja, van mijn nieuwe zorgverzekeraar
 - ☐ Ja, van een vergelijkingssite
- 35 Waarom ontving u een cadeau? *(meerdere antwoorden mogelijk)*
- ☐ Omdat ik een zorgverzekering afsloot
 - ☐ Omdat ik deelnam aan een bepaald gezondheidsprogramma
 - ☐ Omdat ik me opgaf voor een nieuwsbrief
 - ☐ Omdat ik er verzekerd ben
 - ☐ Om een andere reden, namelijk: ...
- 36 Wat voor cadeau heeft u ontvangen?
- ☐ Een elektrische tandenborstel
 - ☐ Een kookboek
 - ☐ Een cadeaukaart
 - ☐ Aantal maanden gratis abonnement /lidmaatschap
 - ☐ Een percentage korting bij een winkel

☐ Een ander cadeau, namelijk: ...

37 Was het cadeau dat u gekregen heeft van invloed op de keuze voor uw zorgverzekering?

- ☐ Nee
☐ Een beetje
☐ Ja

I. Besteding van de premie

Een zorgverzekeraar gebruikt uw premie niet alleen om de zorg te vergoeden, maar ook om bijvoorbeeld bedrijfskosten (zoals personeelskosten en kosten voor het bedrijfspand) te betalen.

38 Heeft u in de afgelopen twee jaar informatie ontvangen over waaraan de premie van uw zorgverzekering is besteed?

- ☐ Nee
☐ Ja
☐ Weet ik niet

39 Zou u informatie willen ontvangen over waaraan de premie van uw zorgverzekering wordt besteed?

- ☐ Nee → **ga door naar onderdeel J (Bijeenkomst)**
☐ Ja
☐ Weet ik niet → **ga door naar onderdeel J (Bijeenkomst)**

40 Waarvoor zou u informatie over waaraan de premie van uw zorgverzekering wordt besteed willen (gebruiken)?

.....

41 Zou u informatie over waaraan de premie van uw zorgverzekering wordt besteed gebruiken om een keuze te maken voor een zorgverzekering?

- ☐ Nee
☐ Misschien
☐ Ja
☐ Weet ik niet

42 Hieronder staat een aantal aspecten waaruit de premie van uw zorgverzekering is opgebouwd. Zou u per aspect kunnen aangeven hoe belangrijk u het vindt om hierover informatie te ontvangen?

	<i>Ze er onbelangrijk</i>	<i>Onbelangrijk</i>	<i>Niet onbelangrijk, niet belangrijk</i>	<i>Belangrijk</i>	<i>Ze er belangrijk</i>	<i>Ik begrijp niet wat dit aspect inhoudt</i>
De premie die het ministerie van VWS geschat heeft om alle zorgkosten mee te dekken	☐	☐	☐	☐	☐	☐

	<i>Ze er on be lang rijk</i>	<i>On be lang rijk</i>	<i>Niet on be lang rijk, niet be lang rijk</i>	<i>Be lang rijk</i>	<i>Ze er be lang rijk</i>	<i>Ik begrijp niet wat dit aspect inhoudt</i>
De schatting van de zorgverzekeraar of de premie die het ministerie van VWS geschat heeft te hoog of te laag is	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het deel dat de zorgverzekeraar kwijt is aan bedrijfskosten (bijvoorbeeld personeelskosten, kosten voor het bedrijfspand)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Of zorgverzekeraars hun eigen spaarpot (reserves) inzetten om de premie te verlagen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het geld dat zorgverzekeraars in hun eigen spaarpot (reserves) stoppen om tegenvallers in de toekomst op te kunnen vangen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Of zorgverzekeraars de premie verhogen zodat ze winst kunnen uitkeren	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het deel dat de zorgverzekeraar kwijt is omdat niet iedereen zijn premie betaalt	☐	☐	☐	☐	☐	☐

J. Bijeenkomst

Onderzoekers van het Nivel willen graag een aantal personen uitnodigen voor verder onderzoek. Met dit onderzoek willen we meer inzicht krijgen in of mensen informatie over zorgverzekeringen kunnen vinden en begrijpen. Dit onderzoek zal bestaan uit een bijeenkomst op het Nivel waarbij we met elkaar in gesprek gaan. Ook zullen we u tijdens de bijeenkomst vragen om een aantal zoekopdrachten op websites van zorgverzekeraars uit te voeren. De bijeenkomst vindt plaats op 28 januari 2022 op het Nivel in Utrecht voor een groep van ongeveer 10 personen. Wanneer u deelneemt aan deze bijeenkomst op het Nivel krijgt u een vergoeding van 50 euro in de vorm van een Bol.com cadeaupas. Ook vergoeden wij uw reiskosten. Mocht in januari 2022 blijken dat het vanwege corona niet mogelijk is om de bijeenkomst op het Nivel te houden, zal de bijeenkomst online plaatsvinden.

43 Wilt u deelnemen aan de bijeenkomst op het Nivel en mogen wij u daarvoor benaderen op de bij ons bekende contactgegevens? Rond 10 januari 2022 hoort u of u in aanmerking komt voor deelname aan de bijeenkomst.

0 Nee

0 Ja, en ik kan op vrijdag 28 januari 2022

0 Ja, maar ik kan niet op deze datum

Bijlage C Analyses BureauTaal

C1 Rapport opgesteld door BureauTaal

BureauTaal heeft in totaal vier overzichten van (nagenoeg) gelijke polissen geanalyseerd op begrijpelijkheid. Dit waren drie overzichten van concerns en één overzicht van een volmacht. Op basis van nagekomen informatie bleek dat één concern niet langer gezien werd als aanbieder van nagenoeg gelijke polissen. In de hoofdtekst van deze monitor is rekening gehouden met de nieuwe informatie. Dit concern is dus niet meegenomen in de resultaten over (nagenoeg) gelijke polissen. Omdat de volmacht geen verplichting heeft om een overzicht van (nagenoeg) gelijke polissen te tonen is deze ook buiten beschouwing gelaten in de resultaten over (nagenoeg) gelijke polissen.

Taalanalyse webteksten zorgverzekeraars

1. Inleiding

Iedere volwassen Nederlander mag één keer in het jaar besluiten om over te stappen naar een andere zorgverzekeraar. Dit vergt veel vaardigheden want er is heel veel keuze: je moet verzekeraars met elkaar vergelijken. En per verzekeraar moet je verschillende keuzemogelijkheden tegen elkaar afwegen. Waar moet je op letten? Om je keuze te kunnen maken, is begrijpelijke en overzichtelijke informatie uitermate belangrijk.

Voor de overstapmonitor van NIVEL hebben we van 30 zorgverzekeraars informatie over de verzekeringen geanalyseerd. Het gaat om de volgende informatie die de verzekeraars op hun website hebben staan:

- Informatie over niet-gecontracteerde zorgaanbieders.
- Informatie over de basisverzekering, vaak in vergelijking met andere verzekeringspakketten.
- Informatie over alle basisverzekeringen van één verzekeraar in één overzicht.

Hoe hebben we de informatie beoordeeld?

Waar dat kon, hebben we met ons meetinstrument Texamen het taalniveau van teksten vastgesteld. Dat kon in ieder geval bij de informatie over niet-gecontracteerde zorgaanbieders. Maar op websites van zorgverzekeraars staat veel informatie niet meer als *lopende tekst*. In plaats daarvan staat informatie in een soort overzichten met kenmerken. Soms van verschillende verzekeringen naast elkaar. Het is dan lastig om te spreken van het *taalniveau van de tekst*. Een groot deel van de informatie hebben we daarom beoordeeld op basis van onze ervaring als tekstexperts.

Taalniveau meten met Texamen

Voor het meten van het taalniveau gebruiken we de taalniveaus A1, A2, B1, B2 en C1, C2 van het Common European Framework van de Raad van Europa. Iemand met een bepaald taalniveau kan zonder moeite teksten begrijpen die op dat niveau of op een lager taalniveau zijn geschreven. Met veel moeite kan hij een tekst begrijpen die één niveau hoger ligt dan zijn eigen niveau. Maar een tekst die meer dan een niveau hoger ligt, begrijpt hij niet.

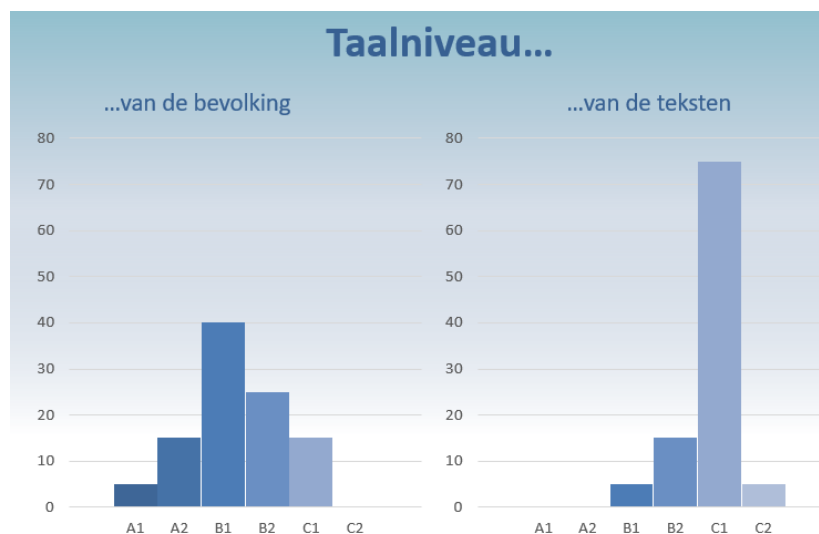
Texamen (www.texamen.nl) is een instrument waarmee je op een objectieve manier teksten kunt analyseren. Je kunt met Texamen drie dingen doen.

1. Je meet het taalniveau van een tekst.
2. Je bepaalt welke elementen in de tekst verantwoordelijk zijn voor het taalniveau.
3. Je bepaalt wat je kunt doen om de tekst op het gewenste taalniveau te schrijven.

Taalniveau B1 is begrijpelijk voor de meeste lezers

Bedrijven en overheden communiceren meestal op taalniveau C1. Figuur 1 maakt duidelijk dat van veel Nederlanders het taalniveau niet hoog genoeg is om teksten van bedrijven en overheden te begrijpen. Teksten op taalniveau B1 zijn voor de meerderheid van de Nederlanders wel begrijpelijk.

Figuur 1



Expertoordeel

Bij onze beoordeling als tekst-experts hebben we bekeken hoe goed of hoe slecht een website de bezoeker in staat stelt om een verzekering te kiezen. Welke kenmerken maken de informatie makkelijk? En welke kenmerken maken de informatie juist moeilijk? Daarbij hebben we op de volgende kenmerken gelet:

- De inhoud: Geeft de website informatie die nuttig is voor de bezoeker?
- De structuur: Hoe overzichtelijk staat de informatie op de website?
- De formulering: Hoe toegankelijk is het taalgebruik?

2. Taalanalyse van webteksten van zorgverzekeraars

We hebben het taalniveau van 21 teksten vastgesteld met Texamen.

We hebben de volgende taalniveaus gemeten:

Taalniveau	Aantal
B1	2
B2	12
C1	6
C2	1

Van bijna alle teksten is het taalniveau hoger dan B1. De meeste daarvan hebben taalniveau B2. Dat is nog te moeilijk voor de meeste lezers. Van een derde van de teksten is het taalniveau **C1** of hoger. Dat betekent dat een belangrijk deel van lezers deze teksten daardoor niet of onvoldoende kunnen begrijpen.

In dit rapport gaan we niet op alle teksten afzonderlijk in.

- In bijlage 1 vindt u alle teksten die we met Texamen hebben beoordeeld. Daarbij ziet u bij iedere tekst de uitslag van de meting met Texamen.
- In bijlage 2 staat een kort overzicht van de analyses met Texamen.
- In bijlage 3 vindt u alle informatie die we niet met Texamen hebben beoordeeld. Bij iedere tekst vindt u ons expert-oordeel.

Er zit veel overlap in de teksten, zowel inhoudelijk als wat formuleringen betreft. Daarom geven we hieronder een overzicht van een aantal kenmerken die ons in het algemeen zijn opgevallen in de teksten. We geven daarbij voorbeelden.

1. Uitleg die niet aansluit bij wat de lezer wil weten

In de teksten over niet-gecontracteerde zorgaanbieders staat informatie over hoe de zorgverzekeraars hun werk doen. In het voorbeeld hieronder zien we dat de schrijvers hebben geprobeerd om de zinnen niet te lang te maken. Op zich is dat fijn voor de lezer. Toch is de tekst ingewikkeld. De tekst gaat namelijk te weinig in op wat de werkwijze van de verzekeraar betekent voor de lezer.

Staat uw zorgaanbieder er meer dan 1 keer tussen? En staat er soms wel gecontracteerd en niet-gecontracteerd of in onderhandeling? Sommige zorgaanbieders leveren verschillende soorten zorg en staan daarom vaker in de zoekresultaten. De zorgzoeker wordt 2 keer per week verversd en is op 18-11-2021 bijgewerkt.

Het zou ook zo kunnen:

Staat uw zorgaanbieder meer dan 1 keer in de lijst? Dan komt dat doordat deze zorgaanbieder verschillende soorten zorg geeft.

- U hoeft alleen te kijken wat er staat bij de zorg waarvoor u zelf naar deze zorgaanbieder gaat. Daar vindt u of wij met deze zorgaanbieder een contract hebben.
- Staat er *in onderhandeling*? Kijk dan over een paar dagen nog een keer. We werken de lijst 2 keer per week bij.

2. niet alledaagse woorden en vaktaal

In de teksten staan veel onalledaagse woorden. Dit zijn woorden die niet veel gebruiken in ons alledaagse taalgebruik. Sommige van deze woorden zijn verzekeraars-vaktaal

Voorbeelden

- afronden
- zorgverlener
- gecontracteerd en niet-gecontracteerd
- zorgatlas
- zorgvinder
- polis in plaats van verzekering
- naturapolis
- selectieve contractering
- dekking
- gemiddeld gecontracteerd tarief en marktconform tarief

Een deel van de laagfrequente woorden hangt samen met de voorschriften voor informatieverstrekking aan consumenten. Dit is een regeling van de Nederlandse Zorgautoriteit (NZA)¹⁵:

- Zorgverzekeraars moeten hun polissen op dezelfde manier typeren als natura-, restitutie- of combinatiepolis.
- De regeling schrijft voor waarvoor zorgverzekeraars de term 'marktconform tarief' mogen gebruiken. Dat zorgt ervoor dat de term bij iedere verzekeraar hetzelfde betekent. Het is wel een moeilijke term om te gebruiken. De voorschriften geven ook de definitie van wat deze term altijd moet betekenen: de kosten die in de Nederlandse marktomstandigheden in redelijkheid passend zijn te achten, als bedoeld in artikel 2.2, tweede lid, onder b, van het Besluit zorgverzekering. Ook een moeilijke omschrijving. Maar hieruit kunnen zorgverzekeraars wel een begrijpelijker alternatief afleiden. Bijvoorbeeld: kosten die redelijk zijn in de Nederlandse markt voor verzekeringen.

De typering van de verzekeringen zien we nu vooral in boventitels of ondertitels van de verzekeringen. Voorheen hadden de verzekeringen zelf vaak namen met deze woorden. Dat is nu minder vaak het geval. We komen de typering ook minder vaak tegen in de opsommingen van de kenmerken van een verzekering.

3. Abstract taalgebruik

Abstracte taal verhoogt het taalniveau van een tekst. Vooral doordat de lezer niet weet wie wat doet of wat moet doen. We zien dit in zinnen met naamwoordstijl en passieve zinnen. Dit maakt de teksten ook onpersoonlijk.

Andere vormen van abstracte taal zijn formuleringen waarvan het voor de lezer niet duidelijk is wat iets voor hem of haar betekent. Het is moeilijk om je er iets bij voor te stellen.

Voorbeelden

- Onpersoonlijk:
 - contracten zijn afgesloten
 - *vergoeding* in plaats van *wij betalen* of *u krijgt*
- Wat betekent dit voor de lezer?
 - zorgaanbieder zonder contract
 - complete basisdekking
 - uitgebreide pakketkeuze
 - ruime landelijke zorgkeuze
 - vrij in uw keuze van zorg
 - ruime dekking
 - wij maken geen onderscheid in acceptatie van verzekerden

4. Formele woorden

In de teksten staan formele woorden. Formele woorden verhogen het taalniveau van de tekst.

¹⁵ Regeling informatieverstrekking ziektekostenverzekeraars aan consumenten https://puc.overheid.nl/nza/doc/PUC_692634_22/1/

Voorbeelden

- gedurende
- leveren
- huidig
- uitzonderlijk geval
- rekening indienen/ nota indienen
- voorgaande
- streven naar
- oplopende wachtlijst
- tonen
- actuele wachttijden

5. Lange, ingewikkelde zinnen

In de informatie over de basisverzekeringen komen we weinig lange zinnen tegen. In de informatie over niet-gecontracteerde zorgverleners komen er mee voor. Lange en ingewikkelde zinnen verhogen het taalniveau van een tekst. Een voorbeeld van een ingewikkelde zinsconstructie is een tangconstructie. In een tangconstructie staat informatie die bij elkaar hoort niet bij elkaar. In sommige voorbeelden hieronder staan tangconstructies.

Voorbeelden

- Bovendien wordt de Zorgvinder dagelijks ververst, zodat een zorgaanbieder die nu op 'in onderhandeling' staat, een volgende keer wordt getoond als 'gecontracteerd'.
- Voor de basisverzekeringen Natura, Bewust Verzekerd en Restitutie streven wij, net als voorgaande jaren, ernaar om met alle ziekenhuizen in Nederland een contract af te sluiten.

3. Conclusie

Slimme ontwikkelingen

Verzekeraars doen hun best om klanten te helpen bij hun keuze. Ze richten hun informatie op het presenteren van verschillen en overeenkomsten. In tekst en visueel. Drie aardige ontwikkelingen vallen ons op:

- We zien veel opsommingen. Vaak in combinatie met twee of drie verzekeringen naast elkaar gepresenteerd. Het taalgebruik in de opsommingen is vaak wel te abstract of onpersoonlijk en bevat vaak te veel vaktermen.
- Verzekeraars gebruiken handige icoontjes om te laten zien hoeveel % van een rekening ze betalen.
- Sommige verzekeraars laten zien welke verzekering de meeste klanten hebben gekozen. Dit maakt het in ieder geval mogelijk om te kiezen zonder je te verdiepen in alle opties die er zijn. Zeker voor mensen die minder vaardig zijn in het verwerken van informatie zal dit houvast geven.

Toch blijft het kiezen van een verzekering een ingewikkelde taak voor veel Nederlanders. Hieronder gaan we daar verder op in.

Moeilijke regels leiden tot moeilijke informatie

De principes achter zorgverzekeringen zijn ingewikkeld. Je *moet* als inwoner van Nederland een verzekering nemen. De regering bepaalt wat er in die basisverzekering zit. Maar de verzekeraars maken allemaal eigen afspraken met zorgverleners. Dat heeft gevolgen voor een aantal dingen die je als verzekerde in de praktijk ervaart:

- Hoeveel moet je als verzekerde betalen voor je verzekering?
- Naar welke zorgverleners mag je gaan voor de zorg die je nodig hebt?
- Betaalt de verzekeraar rechtstreeks aan de zorgverlener of moet je de rekeningen eerst zelf betalen?
- Hoeveel moet je eventueel bijbetalen?
- En waarvoor ben je nu precies verzekerd?

Bij de verzekeraar zelf komen daar nog eens extra mogelijkheden bij:

- Je kunt ervoor kiezen om meer eigen risico te nemen, waardoor je per maand minder betaalt.
- Soms kun je ervoor kiezen om de maandbedragen voor een heel jaar ineens te betalen, waardoor je in totaal minder betaalt.
- Soms krijg je korting omdat je bij een bepaalde werkgever of vereniging hoort.
- Bij sommige verzekeringen gaat al je contact met de verzekeraar via internet.
- Je kunt aanvullende verzekeringen kiezen.

Dit leidt tot een duizelingwekkende hoeveelheid keuzemogelijkheden. En tegelijkertijd: doordat iedereen zich móet verzekeren, zijn er ook heel veel overeenkomsten tussen alle verzekeraars en verzekeringen. Dat maakt het lastig om de verschillen te zien.

Onder de motorkap

Deze praktijk leidt er ook toe dat de verzekeraars bij het laten zien van overeenkomsten en verschillen bijna niet om de *techniek* van de verzekering heen kunnen. Alsof je om met een auto van A naar B te rijden altijd ook moet weten wat er onder de motorkap van die auto gebeurt.

Een voorbeeld:

Hoeveel de verzekeraar bijvoorbeeld betaalt voor zorg, hangt af van of ze met de zorgverlener een contract hebben. En als ze er geen contract mee hebben, dan hangt het af van de afspraken die ze met andere zorgverleners wél hebben gemaakt. En 'met of zonder contract' is niet eens het enige dat ertoe doet. Binnen de groep zorgverleners met contract kan er nog een speciale lijst zijn. Als je naar een zorgverlener van die lijst gaat, hoef je het minst zelf te betalen. We zien de verzekeraars worstelen om een manier te vinden om dit duidelijk te maken aan lezers. Helaas vallen dan al gauw de termen *gecontracteerd*, *niet-gecontracteerd* en *selectiviteit*.

4. Wat te doen?

Het is de uitdaging voor verzekeraars om nóg meer te bedenken hoe hun beleid in de praktijk uitwerkt voor verzekerden. Wat gebeurt er? Wat merk je daar als verzekerde van? Wat wil een verzekerde weten? De vragen die verzekerden zich stellen bij het maken van hun keuze, moeten de verzekeraars zelf ook gebruiken om keuzemogelijkheden te laten zien. Daarbij hoort ook concrete en persoonlijke taal. En zo min mogelijk vaktaal.

- Wil je zelf kunnen kiezen naar welke arts of therapeut je gaat? Of vind je het ook goed als wij dat voor je bepalen?
- Wil je het liefst dat wij de kosten van de zorg meteen aan de zorgverlener betalen? Of vind je het ook goed om rekeningen eerst zelf te betalen? En daarna het geld van ons terug te krijgen?

In de overstapmonitor van vier jaar geleden concludeerden wij dat het fijn zou zijn als ook de voorschriften van de Nederlandse Zorgautoriteit meer bijdragen aan teksten op taalniveau B1. Dat advies herhalen we hier nog eens.

BureauTaal

Januari 2022

C2 Overzicht expertoordeel polisoverzichten*

Dit maakt het moeilijk	Dit maakt het makkelijk
• Onpersoonlijk taalgebruik • Moeilijke woorden (bijv. polis, onder behandeling, consult, medisch noodzakelijke zorg, ongeacht, regulier, wijzigen, verschil tussen geselecteerde ziekenhuizen en gecontracteerde ziekenhuizen, gemiddeld gecontracteerd tarief, collectiviteitskorting, p/m in plaats van per maand, marktconform) • Passief taalgebruik (Bijv. Iedereen wordt geaccepteerd in plaats van We accepteren iedereen.) • Vaktaal (bijv. spoedeisende hulp, collectiviteitskorting, vrijwillig eigen risico, premiekorting, combinatiepolis met vrije zorgkeuze, niet-gecontracteerde) • Formeel taalgebruik • Abstract taalgebruik (bijv. <i>vergoeden</i> in plaats van <i>wij betalen of u krijgt</i>.) • Figuurlijk taalgebruik (bijv. scherpe premie) • De hoeveelheid informatie groot. • Informatie wordt gepresenteerd in telegramstijl wat leidt tot onbegrijpelijke zinnen • Weinig contrast tussen de kleur van de letters of vinkjes en de achtergrond • De tussenkopjes zijn helemaal in hoofdletters en onderstreept. Dit maakt de kopjes lastiger leesbaar. • De informatie staat gecentreerd in elke kolom. Dat ziet er misschien wel mooi uit, maar voor de leesbaarheid per tekstblokje is het niet handig. Tekst met een kantlijn links is gemakkelijker te lezen. • Informatie tussen haakjes. Is die nu wel of niet belangrijk voor de lezer? • Titels van polissen lijken op elkaar • Lange zinnen ‘ • Onduidelijke samenhang tussen zinnen (Bijv. ‘De basisverzekering van [verzekeraar] is een naturaverzekering. Wij vergoeden 100% als zorgverleners een contract met ons hebben.’)	• Geen moeilijke woorden of vaktaal • Actief taalgebruik • Overzichtelijke hoeveelheid informatie. • Informatie wordt in opsommingen weergegeven. • De opsommingen hebben een openingszin: Voor zorg uit de basisverzekering krijgt u: • Gebruik van icoontjes (met de percentages) zorgt dat je gemakkelijk kunt vergelijken. • Kolommen naast elkaar zijn zó vormgegeven dat vergelijken gemakkelijk is. • Korte alinea's en korte zinnen. • Gebruik tussenkopjes • Pagina ingedeeld in een aantal paragrafen • Lopende tekst. De samenhang tussen de zinnen is duidelijk. • Actief taalgebruik • Gebruik van doorverwijsknoppen waar je meer informatie kunt vinden of uitleg over bepaalde termen in de tekst zelf • Elementen zoals 'Meest gekozen' en '90% kiest voor <titel van de verzekering>'. Deze ‘nudging’ informatie maakt het voor de lezer mogelijk om een keuze te maken op basis van andere argumenten dan de kenmerken van de verzekering.

*overzicht is gemaakt op basis van het rapport van BureauTaal

Dit maakt het moeilijk

- Grammaticaal incorrecte zinnen (Bijv. En als die ook nog zo betaal is? Hoef je niet lang na te denken.)
- Vreemde formuleringen (Bijv. 'bepaalde hulpmiddelen bestelt u verplicht online bij een medische speciaalzaak.' Dit klinkt alsof je iets verplicht moet bestellen.)
- Informatie die niet aansluit bij wat de lezer wil weten (bijv. 'Wij bieden vrije keuze van zorgverlener, maar alsnog sluit [verzekeraar] met bijna alle zorgverleners in Nederland contracten.)
- Informatie die niet echt iets toevoegt.
- Dubbele informatie, maar in twee verschillende formuleringen.
- De informatie in voetnoten (* en **) staat erg ver weg van de plaats waar die bij hoort.
- Bij de kosten staat niet dat het om een bedrag per maand gaat.
- Het maandbedrag valt niet op in de lopende tekst.
- Twee geldbedragen in elke overzichtskolom, waarvan eentje doorgestreept is. Kun je deze verzekering alleen nemen als collectief?
- Bij de titels of doorverwijsknoppen van de verzekering staat nergens het woord 'verzekering' maar alleen de naam van de verzekering. Daardoor zijn deze niet concreet genoeg.
- De formulering bij bepaalde doorverwijsknoppen voorspellen niet goed wat je daar kunt verwachten.
- Er is bijna geen verschil tussen de twee verzekeringen. Daardoor staat in de twee kolommen bijna overal hetzelfde. Dan lijkt het logischer om alleen het verschil te benoemen.
- De kenmerken waarop je de verzekeringen met elkaar kunt vergelijken, staan niet op dezelfde hoogte.

Dit maakt het makkelijk

Bijlage D Resultaten per website

D1 Zorgverzekeraars en labels

Zorgverzekeraar: De Friesland (Achmea)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Ja, anders
Meest gekozen polis	Nee
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Nee
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: FBTO (Achmea)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	Ja
Waar wordt deze informatie vermeld?	Polisoverzicht
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Ein</u> d: Wordt duidelijk aangeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Interpolis (Achmea)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	Ja
Waar wordt deze informatie vermeld?	Niet bij polisoverzicht, maar elders op de site
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: ProLife (Achmea)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Ja
Meest gekozen polis	Ja
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Nee
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Ja
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: ZieZo (Achmea)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	Ja
Waar wordt deze informatie vermeld?	Polisoverzicht
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Zilveren Kruis (Achmea)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Ja
Meest gekozen polis	Ja
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Nee
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	Ja
Waar wordt deze informatie vermeld?	Polisoverzicht
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: ASR (ASR)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Ja
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Ja
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Anders
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	Nee
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	Nee
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Ditzo (ASR)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	Nee
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Ja
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Ja
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Anders
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Anders
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	Nee
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	Ja
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: CZ (CZ)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Ja
Meest gekozen polis	Ja
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Nee
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: CZDirect (CZ)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Just (CZ)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Ja
Meest gekozen polis	Nee
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Ja
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Nationale Nederlanden (CZ)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: OHRA (CZ)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Ja, anders
Meest gekozen polis	Nee
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Nee
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Ein</u> d: Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: DSW (DSW)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Ja
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: StadHolland (DSW)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Ja
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Hollandzorg (Eno)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Ein</u> d: Wordt duidelijk aangeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Salland (Eno)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Ja
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: ZorgDirect (Eno)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Ja
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Aevitae (Eucare)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Anderzorg (Menzis)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Ja
Meest gekozen polis	Nee
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Ja
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Ein</u> d: Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Menzis (Menzis)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: VinkVink (Menzis)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Ein</u> d: Wordt duidelijk aangeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Hema (Menzis)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Ja
Meest gekozen polis	Ja
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Nee
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Ja
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Cadeaubon of korting bij derde
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	Nee
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	Nee
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Jaaah (ONVZ)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Ja
Meest gekozen polis	Ja
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Nee
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Nee
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: ONVZ (ONVZ)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Nee
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Bewuzt (VGZ)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	Ja
Waar wordt deze informatie vermeld?	Niet bij polisoverzicht, maar elders op de site
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Nee
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Ja
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Ja
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Anders
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	Nee
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	Nee
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: IZA (VGZ)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Nee
Meest gekozen polis	NVT
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	NVT
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	Ja
Waar wordt deze informatie vermeld?	Niet bij polisoverzicht, maar elders op de site
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Nee
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Ja
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: UMC Zorgverzekeringen (VGZ)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Ja, anders
Meest gekozen polis	Nee
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Nee
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	Ja
Waar wordt deze informatie vermeld?	Niet bij polisoverzicht, maar elders op de site
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Ja
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Univé (VGZ)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Ja
Meest gekozen polis	Ja
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Nee
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	Ja
Waar wordt deze informatie vermeld?	Niet bij polisoverzicht, maar elders op de site
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Nee
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Ja
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: VGZ (VGZ)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Ja
Meest gekozen polis	Ja
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Ja
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	Ja
Waar wordt deze informatie vermeld?	Niet bij polisoverzicht, maar elders op de site
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Ja
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Zekur (VGZ)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Ja
Meest gekozen polis	Ja
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Nee
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Ja
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Ja
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Actiekorting
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	Nee
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	Ja
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Ja
Is er een voorleesfunctie?	Nee

Zorgverzekeraar: Zorg en Zekerheid (Zorg en Zekerheid)

Vraag	Antwoord
Sturende elementen	
Zijn er sturende elementen aanwezig?	Ja
Meest gekozen polis	Ja
Polis al aangevinkt/aangemerkt als basisoptie	Nee
Nagenoeg gelijke polissen	
Informatie over nagenoeg gelijke polissen aanwezig?	NVT
Waar wordt deze informatie vermeld?	NVT
Contractering	
<u>Begin</u> : Wordt er melding gemaakt over niet afgeronde contractering?	Ja
<u>Begin</u> : Mogelijkheid tot ontvangen van updates over wijzigingen?	Nee
<u>Eind</u> : Wordt duidelijk aangegeven of de informatie over niet afgeronde contractering veranderd is?	Ja
Cadeaus	
Zijn er cadeaus verbonden aan het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
<u>Indien ja</u> : welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
<u>Indien ja</u> : wordt er een doelgroep aangegeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT
Begrijpelijkheid	
Zijn er filmpjes of animaties die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Zijn er infographics die betrekking hebben op de aangeboden polissen?	Nee
Is er een voorleesfunctie?	Nee

D2 Vergelijkingssites

Vergelijkingssite: De Consumentenbond

Vraag	Antwoord
Vergelijking	
Wordt er melding gemaakt van niet opgenomen verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Worden er criteria/redenen vermeld voor het niet opnemen van verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Indien ja: Waar wordt de reden dat bepaalde verzekeraars niet worden meegenomen vermeld?	Over ons
Wordt er een overzicht gegeven van elementen die de ranking bepalen?	Ja
Is er een beschrijving van de ontvangen provisie aanwezig?	Ja
Wordt er melding gemaakt van een verschil tussen verzekeraars qua ontvangen provisie?	Ja
Indien ja: Waar wordt het verschil tussen verzekeraars vermeld?	Over ons
Wordt er melding gemaakt van de manier waarop ontvangen provisie van invloed is op de ranking?	Ja
Cadeaus	
Worden er cadeaus aangeboden voor het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
Indien ja: Zijn deze cadeaus specifiek voor de vergelijkingssite, of van de zorgverzekeraar?	NVT
Indien ja: welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien ja: Wordt er een doelgroep aangeven?	NVT

Vergelijkingssite: Geld.nl

Vraag	Antwoord
Vergelijking	
Wordt er melding gemaakt van niet opgenomen verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Worden er criteria/redenen vermeld voor het niet opnemen van verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Indien ja: Waar wordt de reden dat bepaalde verzekeraars niet worden meegenomen vermeld?	Veelgestelde vragen
Wordt er een overzicht gegeven van elementen die de ranking bepalen?	Ja
Is er een beschrijving van de ontvangen provisie aanwezig?	Ja
Wordt er melding gemaakt van een verschil tussen verzekeraars qua ontvangen provisie?	Ja
Indien ja: Waar wordt het verschil tussen verzekeraars vermeld?	Over ons
Wordt er melding gemaakt van de manier waarop ontvangen provisie van invloed is op de ranking?	Ja
Cadeaus	
Worden er cadeaus aangeboden voor het afsluiten van een zorgverzekering?	Ja
Indien ja: Zijn deze cadeaus specifiek voor de vergelijkingssite, of van de zorgverzekeraar?	Vergelijkingssite
Indien ja: welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Cadeaubon of korting bij derde
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Actiekorting
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien ja: Wordt er een doelgroep aangeven?	Nee
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	Nee

Vergelijkingssite: Independer

Vraag	Antwoord
Vergelijking	
Wordt er melding gemaakt van niet opgenomen verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Worden er criteria/redenen vermeld voor het niet opnemen van verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Indien ja: Waar wordt de reden dat bepaalde verzekeraars niet worden meegenomen vermeld?	Meer informatie
Wordt er een overzicht gegeven van elementen die de ranking bepalen?	Ja
Is er een beschrijving van de ontvangen provisie aanwezig?	Ja
Wordt er melding gemaakt van een verschil tussen verzekeraars qua ontvangen provisie?	Nee
Indien ja: Waar wordt het verschil tussen verzekeraars vermeld?	NVT
Wordt er melding gemaakt van de manier waarop ontvangen provisie van invloed is op de ranking?	Nee
Cadeaus	
Worden er cadeaus aangeboden voor het afsluiten van een zorgverzekering?	Ja
Indien ja: Zijn deze cadeaus specifiek voor de vergelijkingssite, of van de zorgverzekeraar?	Vergelijkingssite
Indien ja: welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Cadeaubon of korting bij derde
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Actiekorting
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien ja: Wordt er een doelgroep aangeven?	Nee
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	Nee

Vergelijkingssite: Overstappen

Vraag	Antwoord
Vergelijking	
Wordt er melding gemaakt van niet opgenomen verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Worden er criteria/redenen vermeld voor het niet opnemen van verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Indien ja: Waar wordt de reden dat bepaalde verzekeraars niet worden meegenomen vermeld?	Veelgestelde vragen
Wordt er een overzicht gegeven van elementen die de ranking bepalen?	Ja
Is er een beschrijving van de ontvangen provisie aanwezig?	Ja
Wordt er melding gemaakt van een verschil tussen verzekeraars qua ontvangen provisie?	Ja
Indien ja: Waar wordt het verschil tussen verzekeraars vermeld?	Veelgestelde vragen
Wordt er melding gemaakt van de manier waarop ontvangen provisie van invloed is op de ranking?	Ja
Cadeaus	
Worden er cadeaus aangeboden voor het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
Indien ja: Zijn deze cadeaus specifiek voor de vergelijkingssite, of van de zorgverzekeraar?	NVT
Indien ja: welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien ja: Wordt er een doelgroep aangeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT

Vergelijkingssite: Polswijzer

Vraag	Antwoord
Vergelijking	
Wordt er melding gemaakt van niet opgenomen verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Worden er criteria/redenen vermeld voor het niet opnemen van verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Indien ja: Waar wordt de reden dat bepaalde verzekeraars niet worden meegenomen vermeld?	Over ons
Wordt er een overzicht gegeven van elementen die de ranking bepalen?	Ja
Is er een beschrijving van de ontvangen provisie aanwezig?	Ja
Wordt er melding gemaakt van een verschil tussen verzekeraars qua ontvangen provisie?	Nee
Indien ja: Waar wordt het verschil tussen verzekeraars vermeld?	NVT
Wordt er melding gemaakt van de manier waarop ontvangen provisie van invloed is op de ranking?	Ja
Cadeaus	
Worden er cadeaus aangeboden voor het afsluiten van een zorgverzekering?	Ja
Indien ja: Zijn deze cadeaus specifiek voor de vergelijkingssite, of van de zorgverzekeraar?	Vergelijkingssite
Indien ja: welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Actiekorting
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien ja: Wordt er een doelgroep aangeven?	Nee
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	Nee

Vergelijkingssite: Pricewise

Vraag	Antwoord
Vergelijking	
Wordt er melding gemaakt van niet opgenomen verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Worden er criteria/redenen vermeld voor het niet opnemen van verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Indien ja: Waar wordt de reden dat bepaalde verzekeraars niet worden meegenomen vermeld?	Meer informatie
Wordt er een overzicht gegeven van elementen die de ranking bepalen?	Ja
Is er een beschrijving van de ontvangen provisie aanwezig?	Ja
Wordt er melding gemaakt van een verschil tussen verzekeraars qua ontvangen provisie?	Nee
Indien ja: Waar wordt het verschil tussen verzekeraars vermeld?	NVT
Wordt er melding gemaakt van de manier waarop ontvangen provisie van invloed is op de ranking?	Ja
Cadeaus	
Worden er cadeaus aangeboden voor het afsluiten van een zorgverzekering?	Ja
Indien ja: Zijn deze cadeaus specifiek voor de vergelijkingssite, of van de zorgverzekeraar?	Vergelijkingssite
Indien ja: welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Anders
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien ja: Wordt er een doelgroep aangeven?	Nee
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	Nee

Vergelijkingssite: Zorgkiezer

Vraag	Antwoord
Vergelijking	
Wordt er melding gemaakt van niet opgenomen verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Worden er criteria/redenen vermeld voor het niet opnemen van verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Indien ja: Waar wordt de reden dat bepaalde verzekeraars niet worden meegenomen vermeld?	Meer informatie
Wordt er een overzicht gegeven van elementen die de ranking bepalen?	Ja
Is er een beschrijving van de ontvangen provisie aanwezig?	Ja
Wordt er melding gemaakt van een verschil tussen verzekeraars qua ontvangen provisie?	Nee
Indien ja: Waar wordt het verschil tussen verzekeraars vermeld?	NVT
Wordt er melding gemaakt van de manier waarop ontvangen provisie van invloed is op de ranking?	Nee
Cadeaus	
Worden er cadeaus aangeboden voor het afsluiten van een zorgverzekering?	Ja
Indien ja: Zijn deze cadeaus specifiek voor de vergelijkingssite, of van de zorgverzekeraar?	Vergelijkingssite
Indien ja: welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Verzorgings- of gezondheidsproducten
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Cadeaubon of korting bij derde
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	Niet van toepassing
Indien ja: Wordt er een doelgroep aangeven?	Nee
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	Nee

Vergelijkingssite: Zorgwijzer

Vraag	Antwoord
Vergelijking	
Wordt er melding gemaakt van niet opgenomen verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Worden er criteria/redenen vermeld voor het niet opnemen van verzekeraars in de vergelijking?	Ja
Indien ja: Waar wordt de reden dat bepaalde verzekeraars niet worden meegenomen vermeld?	Over ons
Wordt er een overzicht gegeven van elementen die de ranking bepalen?	Ja
Is er een beschrijving van de ontvangen provisie aanwezig?	Ja
Wordt er melding gemaakt van een verschil tussen verzekeraars qua ontvangen provisie?	Ja
Indien ja: Waar wordt het verschil tussen verzekeraars vermeld?	Anders: 'Hoe werken wij?'
Wordt er melding gemaakt van de manier waarop ontvangen provisie van invloed is op de ranking?	Ja
Cadeaus	
Worden er cadeaus aangeboden voor het afsluiten van een zorgverzekering?	Nee
Indien ja: Zijn deze cadeaus specifiek voor de vergelijkingssite, of van de zorgverzekeraar?	NVT
Indien ja: welke cadeaus? (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien meerdere cadeaus (Actiekorting/Verzorgings- of gezondheidsproducten/IT producten/Cadeaubon of korting bij derde/Anders)	NVT
Indien ja: Wordt er een doelgroep aangeven?	NVT
Is er een actie die ondernomen moet worden om het cadeau te krijgen?	NVT

Bijlage E Werksessie

E1 Programma werksessie

Twee digitale werksessies zijn georganiseerd via ZOOM op vrijdag 28 januari 2022. De eerste werksessie was in de ochtend van 9:00-12:30 en de tweede werksessie was in de middag van 13:00 tot 16:30 uur. De inhoud van de werksessies is hieronder in zijn geheel weergegeven.

Opzet van programma werksessie ochtend 28-01-2022			
Begintijd	Eindtijd	Onderwerp	Doel
9:00	9:30	Binnenloop	
9:30	9:45	Opening	Voorstellen, uitleg programma en doel onderzoek
9:45	10:10	Huiswerk bespreken	De huiswerkopdrachten worden nabesproken. Deze thuiswerkopdrachten gaan over selectieve contractering door zorgverzekeraars, zoeken naar gecontracteerde zorgaanbieders, nagenoeg gelijke polissen, provisie en ranking op vergelijkingssites. Vragen worden gesteld om te achterhalen waarom iets moeilijk of juist makkelijk ging en wel of niet begrijpelijk of overzichtelijk was.
10:10	10:30	Onderdeel 1, Verschillen tussen polissen	De deelnemers krijgen informatie te zien over twee naturapolissen zoals gepresenteerd op de website van een zorgverzekeraar. Vragen worden gesteld om te achterhalen of verzekerden informatie kunnen vinden over type polis? (Hier gaat het over het verschil tussen twee naturapolissen binnen één zorgverzekeraar.)
10:30	10:40	Pauze	
10:40	11:00	Onderdeel 2, Koppeling basis en aanvullende verzekering	Deelnemers worden gevraagd in hoeverre zij bekend zijn met de koppeling tussen basis- en aanvullende verzekering. Informatie zoals gepresenteerd op de websites van zorgverzekeraars over de koppeling wordt samen besproken. Vragen worden gesteld om te achterhalen in hoeverre het voor een verzekerde duidelijk is dat er een koppeling bestaat tussen de basisverzekering en

			aanvullende verzekering van een zorgverzekeraar?
11:00	11:30	Onderdeel 3, Informatie premieoverzicht	De deelnemers krijgen een filmpje en een infographic te zien over de premieopbouw van een zorgverzekeraar. Vragen worden gesteld om te achterhalen of de informatie over de premie op de website van de zorgverzekeraar duidelijk is voor een verzekerde, welke informatie een verzekerde mist /zou willen zien over hoe de premie van de zorgverzekeraar is opgesteld, en voor welk doel een verzekerde deze informatie zou willen gebruiken?
11:30	11:40	Pauze	
11:40	12:00	Onderdeel 4, Sturende elementen	De deelnemers worden verdeeld in twee groepen via 'break-out rooms' in ZOOM. In elke groep krijgen de deelnemers 3 polissen te zien. In elke groep staat het element 'meest gekozen' bij een andere polis. De deelnemers worden gevraagd welke verzekering zij zouden kiezen o.b.v. de gegeven informatie en waarom. Vragen worden gesteld aan de deelnemers om te achter in hoeverre verzekerden zich laten sturen door elementen zoals 'meest gekozen'?
12:00	12:20	Onderdeel 5, Cadeaus	De deelnemers worden gevraagd of zij ooit cadeaus hebben ontvangen bij het afsluiten van een polis. Daarnaast krijgen de deelnemers drie cadeaus te zien die zij kunnen ontvangen bij het afsluiten van een polis bij een zorgverzekeraar of bij een vergelijkingssite. Vragen worden gesteld om te achterhalen in hoeverre verzekerden zich laten sturen naar een bepaalde polis door (welkomst)cadeaus?
12:20	12:30	Afsluiting	

Opzet van programma werksessie middag 28-01-2022

Begintijd	Eindtijd	Onderwerp	Doel
13:00	13:30	Binnenloop	
13:30	13:45	Opening	Voorstellen, uitleg programma en doel onderzoek
13:45	14:10	Huiswerk bespreken	De huiswerkopdrachten worden nabesproken. Deze thuiswerkopdrachten gaan over selectieve contractering door zorgverzekeraars, zoeken naar gecontracteerde zorgaanbieders, nagenoeg gelijke polissen, provisie en ranking op vergelijkingssites. Vragen worden gesteld om te achterhalen waarom iets moeilijk of juist makkelijk ging en wel of niet begrijpelijk of overzichtelijk was.
14:10	14:30	Onderdeel 1, Verschillen tussen polissen	De deelnemers krijgen informatie te zien over twee naturapolissen zoals gepresenteerd op de website van een zorgverzekeraar. Vragen worden gesteld om te achterhalen of verzekerden informatie kunnen vinden over type polis? (Hier gaat het over het verschil tussen twee naturapolissen binnen één zorgverzekeraar.)
14:30	14:40	Pauze	
14:40	15:00	Onderdeel 2, Koppeling basis en aanvullende verzekering	Deelnemers worden gevraagd in hoeverre zij bekend zijn met de koppeling tussen basis- en aanvullende verzekering. Informatie zoals gepresenteerd op de websites van zorgverzekeraars over de koppeling wordt samen besproken. Vragen worden gesteld om te achterhalen in hoeverre het voor een verzekerde duidelijk is dat er een koppeling bestaat tussen de basisverzekering en aanvullende verzekering van een zorgverzekeraar?
15:00	15:30	Onderdeel 3, Informatie premieoverzicht	De deelnemers krijgen een filmpje en een infographic te zien over de premieopbouw van een zorgverzekeraar. Vragen worden gesteld om te achterhalen of de informatie over de premie op de website van de zorgverzekeraar duidelijk is voor een verzekerde, welke informatie een verzekerde mist /zou willen zien over hoe de premie van de zorgverzekeraar is

			opgesteld, en voor welk doel een verzekerde deze informatie zou willen gebruiken?
15:30	15:40	Pauze	
15:40	16:00	Onderdeel 4, Sturende elementen	De deelnemers worden verdeeld in twee groepen via 'break-out rooms' in ZOOM. In elke groep krijgen de deelnemers 3 polissen te zien. In elke groep staat het element 'meest gekozen' bij een andere polis. De deelnemers worden gevraagd welke verzekering zij zouden kiezen o.b.v. de gegeven informatie en waarom. Vragen worden gesteld aan de deelnemers om te achter in hoeverre verzekerden zich laten sturen door elementen als 'meest gekozen'?
16:00	16:20	Onderdeel 5, Cadeaus	De deelnemers worden gevraagd of zij ooit cadeaus hebben ontvangen bij het afsluiten van een polis. Daarnaast krijgen de deelnemers drie cadeaus te zien die zij kunnen ontvangen bij het afsluiten van een polis bij een zorgverzekeraar of bij een vergelijkingssite. Vragen worden gesteld om te achterhalen in hoeverre verzekerden zich laten sturen naar een bepaalde polis door (welkomst)cadeaus?
16:20	16:30	Afsluiting	

E2 Huiswerkopdrachten

Thuisopdracht voor het Nivel onderzoek 'Monitor overstapseizoen 2021-2022'

Wat ontzettend leuk dat u ons wilt helpen met het onderzoek!

Zoals u in de e-mail heeft gelezen, willen wij u vragen voorafgaand aan de online bijeenkomst een thuisopdracht uit te voeren. Deze thuisopdracht bestaat uit vier korte opdrachten. Deze opdrachten zullen wij tijdens de bijeenkomst samen bespreken.

Hartelijk dank voor uw tijd en inzet!

Algemene instructies:

U kunt vakjes aankruisen door ze aan te klikken met de linker muisknop.

U moet waarschijnlijk best wel wat zoeken op de websites om de vragen bij de opdrachten te beantwoorden. Let er op, dat u niet té lang bezig bent met de opdrachten. Houd bijvoorbeeld de tijd aan, die u normaal zelf zou uittrekken voor het zoeken naar informatie over een zorgverzekering. Mocht het binnen die tijd niet lukken om de vragen te beantwoorden, kunt u dit aangeven op het formulier en doorgaan naar de volgende opdracht.

Als u informatie moet geven over geboortedatum e.d. kunt u de volgende fictieve gegevens invullen:

Geslacht: Vrouw

Geboortedatum: 15-08-1983

Postcode: 3524 AR

Wanneer u de opdrachten heeft uitgevoerd, kunt u het ingevulde document opsturen naar consumentenpanel@nivel.nl. Vermeld hierbij uw registratienummer, dit staat in de e-mail.

Opdracht 1: Selectieve contractering zorgverzekeraars

Deze opdracht gaat over de vraag: Kunt u informatie vinden over in hoeverre er selectief is gecontracteerd door een zorgverzekeraar bij een bepaalde polis?

Zorgverzekeraars mogen selectief contracteren. Dit betekent dat zij niet met alle zorgaanbieders een contract afsluiten. Dit betekent ook dat zij de zorg van zorgaanbieders waar ze geen contract mee hebben niet volledig hoeven te vergoeden. Met welke zorgaanbieders er een contract is afgesloten en welke vergoeding wordt gegeven, verschilt per polis. Bij sommige polissen is met alle zorgaanbieders een contract afgesloten en bij andere polissen maar met een deel van de zorgaanbieders. Ook verschilt per polis de hoogte van de vergoeding als u naar een niet gecontracteerde aanbieder gaat.

We zijn benieuwd of u voor de [naam polis] van [naam zorgverzekeraar] kunt opzoeken hoe dit zit. Om dit op te zoeken vragen we u naar de volgende website te gaan: [link website] en de vragen hieronder te beantwoorden.

Starttijd zoeken:..... **Eindtijd** zoeken:..... (aflezen van uw scherm of horloge)

1.1 Heeft [naam zorgverzekeraar] voor de '[naam polis]' een contract met alle zorgaanbieders afgesloten?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Kan ik niet vinden (ga naar vraag 1.3)

1.2 Wat zijn de voorwaarden van deze polis?

- ☐ Ik kan geen informatie vinden over de voorwaarden van de polis.
- ☐ Ik krijg 100% vergoed bij een beperkt aantal gecontracteerde zorgaanbieders en 75% vergoed bij niet-gecontracteerde zorgaanbieders
- ☐ Ik krijg 100% vergoed bij alle gecontracteerde zorgaanbieders en 70% van het tarief van zorgaanbieders met contract vergoed bij niet-gecontracteerde zorgaanbieders
- ☐ Ik krijg 100% vergoed bij alle gecontracteerde zorgaanbieders en 80% van het tarief van zorgaanbieders met contract vergoed bij niet-gecontracteerde zorgaanbieders
- ☐ Ik krijg 70% vergoed bij alle gecontracteerde zorgaanbieders en 100% vergoed bij niet-gecontracteerde zorgaanbieders

1.3 Hoe vindt u dat het zoeken bij de vorige twee vragen ging? Kruis in iedere kolom één antwoord aan

- | | |
|--|---|
| ☐ Heel moeilijk | ☐ Heel langzaam |
| ☐ Moeilijk | ☐ Langzaam |
| ☐ Niet moeilijk en niet makkelijk | ☐ Niet snel en niet langzaam |
| ☐ Makkelijk | ☐ Snel |
| ☐ Heel makkelijk | ☐ Heel snel |

1.4 Wat vindt u van de informatie die u gevonden heeft? Kruis één antwoord aan

- ☐ Ik heb de informatie van de polis niet gevonden
- ☐ Heel moeilijk te begrijpen
- ☐ Moeilijk te begrijpen
- ☐ Niet moeilijk en niet makkelijk te begrijpen
- ☐ Makkelijk te begrijpen
- ☐ Heel makkelijk te begrijpen

1.5 Wat vindt u van de informatie die u gevonden heeft? Kruis één antwoord aan

- ☐ Ik heb de informatie van de polis niet gevonden
- ☐ Helemaal niet overzichtelijk
- ☐ Niet overzichtelijk
- ☐ Niet overzichtelijk en niet onoverzichtelijk
- ☐ Overzichtelijk
- ☐ Heel overzichtelijk

1.6 Kunt u informatie vinden waarom bepaalde zorgaanbieders wel of niet gecontracteerd zijn?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

1.7 Heeft u opmerkingen naar aanleiding van deze opdracht?

.....

.....

.....

Opdracht 2: Contractering specifieke zorgaanbieder

Deze opdracht gaat over de vraag: Kunt u makkelijk vinden of een zorgverzekeraar met een specifieke zorgaanbieder een contract heeft afgesloten?

Zorgverzekeraars hebben niet met elke zorgaanbieder een contract. In deze opdracht vragen wij u om uit te zoeken of een zorgverzekeraar een contract heeft met een bepaalde zorgaanbieder.

Het is de bedoeling dat u deze informatie opzoekt op de website van zorgverzekeraar [naam]: [link] en de vragen hieronder beantwoordt.

Starttijd zoeken:..... **Eindtijd** zoeken:..... (aflezen van uw scherm of horloge)

N.B.: als gevraagd wordt om een zorgverzekering te selecteren, kunt u kiezen voor 'naturapolis' en de andere opties ongewijzigd laten.

2.1 Heeft zorgverzekeraar [naam] een contract met '[naam zorgaanbieder]' in [plaats]?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Niet gevonden

2.2 Heeft zorgverzekeraar [naam] een contract met '[naam zorgaanbieder]' in [plaats]?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Niet gevonden

2.3 Hoe vindt u dat het zoeken van de vorige twee vragen ging? Kruis in ieder rijtje één antwoord aan

- | | |
|--|---|
| ☐ Heel moeilijk | ☐ Heel langzaam |
| ☐ Moeilijk | ☐ Langzaam |
| ☐ Niet moeilijk en niet makkelijk | ☐ Niet snel en niet langzaam |
| ☐ Makkelijk | ☐ Snel |
| ☐ Heel makkelijk | ☐ Heel snel |

2.4 Hoe hebt u de informatie gezocht? Meerdere antwoorden mogelijk

- ☐ Via de zoekfunctie op de website
- ☐ Via de Zorgzoeker/Zorgvinder op de website
- ☐ Door te klikken op de website van de zorgverzekeraar
- ☐ Via Google
- ☐ Anders, namelijk.....

2.5 Wat vindt u van de informatie die u gevonden heeft? Kruis één antwoord aan

- ☐ Ik heb de informatie niet gevonden
- ☐ Heel moeilijk te begrijpen
- ☐ Moeilijk te begrijpen
- ☐ Niet moeilijk en niet makkelijk te begrijpen
- ☐ Makkelijk te begrijpen
- ☐ Heel makkelijk te begrijpen

2.6 Heeft u opmerkingen naar aanleiding van deze opdracht?

.....

.....

.....

Opdracht 3: Nagenoeg gelijke polissen

Deze opdracht gaat over de vraag: Kunt u vinden of er nagenoeg gelijke polissen zijn?

Sommige zorgverzekeraars bieden bijna dezelfde polissen onder verschillende namen aan. Dit soort polissen worden ook wel nagenoeg gelijke polissen genoemd. Zorgverzekeraars moeten op hun website een overzicht geven van de nagenoeg gelijke polissen die zij aanbieden.

We vragen u een overzicht van de nagenoeg gelijke polissen op te zoeken op de website van zorgverzekeraar [naam]: [link] en de vragen hieronder te beantwoorden.

Starttijd zoeken:..... **Eindtijd** zoeken:..... (aflezen van uw scherm of horloge)

3.1 Zoek de nagenoeg gelijke polissen op voor de polis '[naam]' van [naam zorgverzekeraar]. Heeft u een overzicht van (nagenoeg) gelijke polissen kunnen vinden?

- ☐ Ja
- ☐ Nee (ga naar vraag 3.3.)

3.2 Welke (nagenoeg) gelijke polissen voor de '[naam polis]' polis vindt u?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.3 Hoe hebt u de informatie gezocht? Meerdere antwoorden mogelijk

- ☐ Via de zoekfunctie op de website
- ☐ Via de Zorgzoeker/Zorgvinder op de website
- ☐ Door te klikken op de website van de zorgverzekeraar
- ☐ Via Google
- ☐ Anders, namelijk.....

3.4 Hoe vindt u dat het zoeken ging? Kruis in ieder rijtje één antwoord aan

- | | |
|--|---|
| ☐ Heel moeilijk | ☐ Heel langzaam |
| ☐ Moeilijk | ☐ Langzaam |
| ☐ Niet moeilijk en niet makkelijk | ☐ Niet snel en niet langzaam |
| ☐ Makkelijk | ☐ Snel |
| ☐ Heel makkelijk | ☐ Heel snel |

3.5 Wat vindt u van de informatie die u gevonden heeft? Kruis één antwoord aan

- ☐ Ik heb de informatie niet gevonden
- ☐ Heel moeilijk te begrijpen
- ☐ Moeilijk te begrijpen
- ☐ Niet moeilijk en niet makkelijk te begrijpen
- ☐ Makkelijk te begrijpen
- ☐ Heel makkelijk te begrijpen

3.6 Wat vindt u van de informatie die u gevonden heeft? Kruis één antwoord aan

- ☐ Ik heb de informatie niet gevonden
- ☐ Helemaal niet overzichtelijk
- ☐ Niet overzichtelijk
- ☐ Niet overzichtelijk en niet onoverzichtelijk
- ☐ Overzichtelijk
- ☐ Heel overzichtelijk

3.7 Zou deze informatie over de (nagenoeg) gelijke polissen u helpen bij het maken van een keuze voor een zorgverzekering?

- ☐ Ik heb de informatie niet gevonden
- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Weet ik niet

3.8 Heeft u opmerkingen naar aanleiding van deze opdracht?

.....

.....

.....

Opdracht 4: Provisie en ranking vergelijkingssites

Deze opdracht gaat over de vraag: Kunt u informatie vinden over de provisie en de ranking van de vergelijkingssite?

Via een vergelijkingssite kunt u verschillende polissen met elkaar vergelijken. De volgorde waarin de polissen aan u worden getoond, wordt bepaald door dingen zoals de prijs van een polis. Dit wordt ranking genoemd.

Wanneer een verzekerde een verzekering afsluit via een vergelijkingssite, dan ontvangt de vergelijkingssite meestal per nieuwe verzekerde een geldbedrag van de zorgverzekeraar. Dit geldbedrag wordt provisie genoemd.

We willen u vragen om informatie op te zoeken over de provisie en ranking op de vergelijkingssite van [naam vergelijkingssite]: [link] en de vragen hieronder te beantwoorden.

Starttijd zoeken:..... **Eindtijd** zoeken:..... (aflezen van uw scherm of horloge)

4.1 Heeft u informatie kunnen vinden over de provisie die de Consumentenbond ontvangt per nieuwe premiebetalende verzekerde?

- ☐ Ja
- ☐ Nee (ga naar vraag 4.3)

4.2 Hoeveel ontvangt de [naam vergelijkingssite] per nieuwe premiebetalende verzekerde?

.....

4.3 Hoe vindt u dat het zoeken ging? Kruis in ieder rijtje één antwoord aan

- | | |
|--|---|
| ☐ Heel moeilijk | ☐ Heel langzaam |
| ☐ Moeilijk | ☐ Langzaam |
| ☐ Niet moeilijk en niet makkelijk | ☐ Niet snel en niet langzaam |
| ☐ Makkelijk | ☐ Snel |
| ☐ Heel makkelijk | ☐ Heel snel |

4.4 Wat vindt u van de informatie die u gevonden heeft? Kruis één antwoord aan

- ☐ Ik heb de informatie niet gevonden
- ☐ Heel moeilijk te begrijpen
- ☐ Moeilijk te begrijpen
- ☐ Niet moeilijk en niet makkelijk te begrijpen
- ☐ Makkelijk te begrijpen
- ☐ Heel makkelijk te begrijpen

4.5 Heeft u informatie kunnen vinden over hoe de ranking op de website wordt bepaald?

- ☐ Ja
☐ Nee (ga naar vraag 4.7)

4.6 Wordt de ranking beïnvloed door de provisie die de vergelijkingssite ontvangt (volgens de informatie op de vergelijkingssite)?

- ☐ Ja
☐ Nee
☐ Niet gevonden

4.7 Hoe vindt u dat het zoeken ging? Kruis in ieder rijtje één antwoord aan

- | | |
|--|---|
| ☐ Heel moeilijk | ☐ Heel langzaam |
| ☐ Moeilijk | ☐ Langzaam |
| ☐ Niet moeilijk en niet makkelijk | ☐ Niet snel en niet langzaam |
| ☐ Makkelijk | ☐ Snel |
| ☐ Heel makkelijk | ☐ Heel snel |

4.8 Wat vindt u van de informatie die u gevonden heeft? Kruis één antwoord aan

- ☐ Ik heb de informatie niet gevonden
☐ Heel moeilijk te begrijpen
☐ Moeilijk te begrijpen
☐ Niet moeilijk en niet makkelijk te begrijpen
☐ Makkelijk te begrijpen
☐ Heel makkelijk te begrijpen

4.9 Heeft u opmerkingen naar aanleiding van deze opdracht?

.....

.....

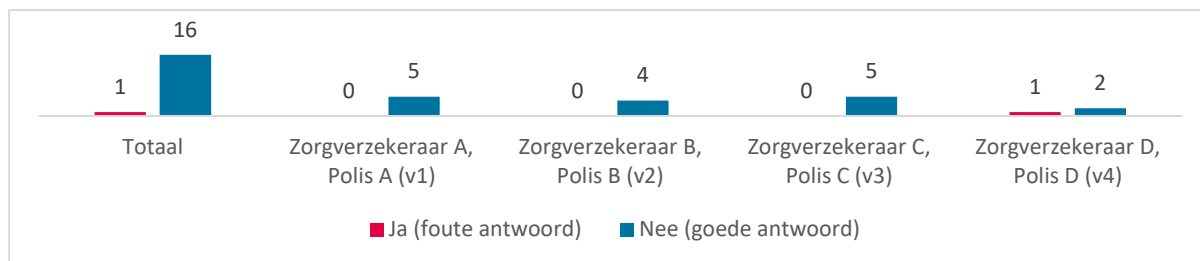
.....

Hartelijk bedankt voor het invullen van de opdrachten. U kunt uw ingevulde opdracht opsturen naar consumentenpanel@nivel.nl.

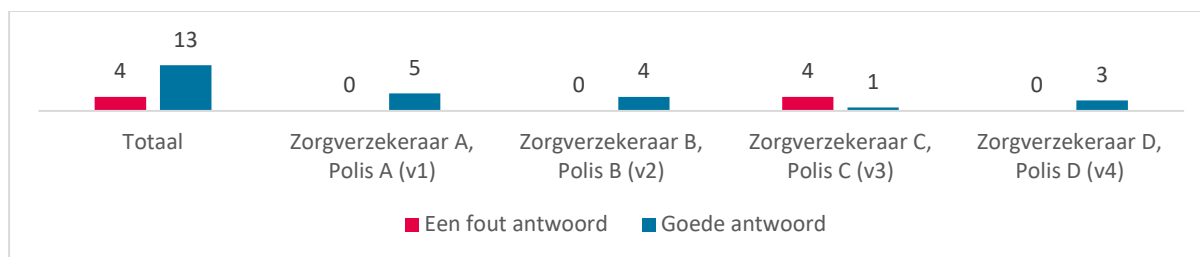
E3 Resultaten huiswerkopdrachten

Opdracht 1: Selectieve contractering zorgverzekeraars

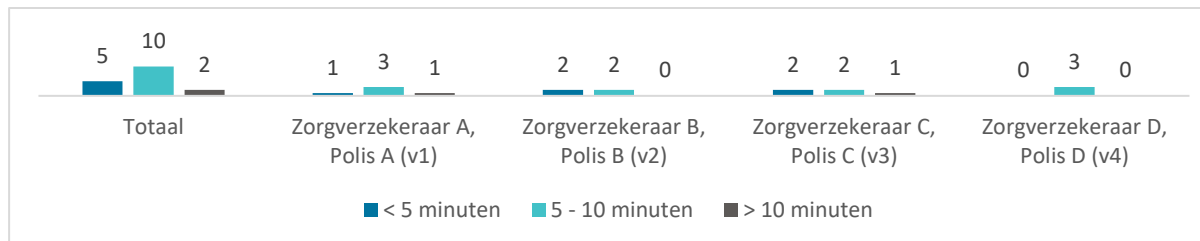
Figuur E.1 Heeft [zorgverzekeraar] voor de [polis] een contract met alle zorgaanbieders afgesloten?



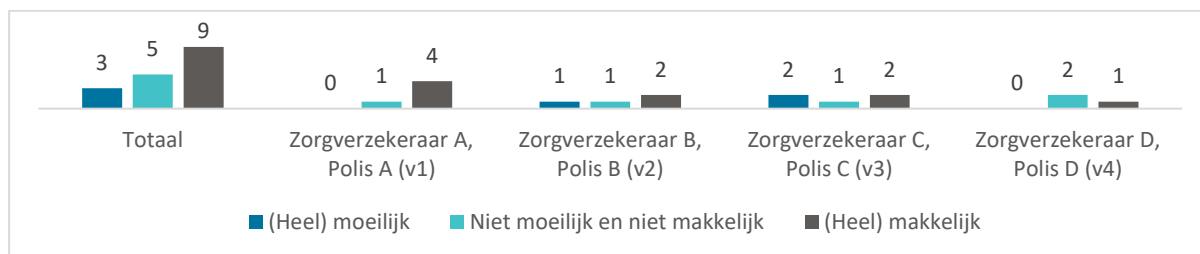
Figuur E.2 Wat zijn de voorwaarden van deze polis?



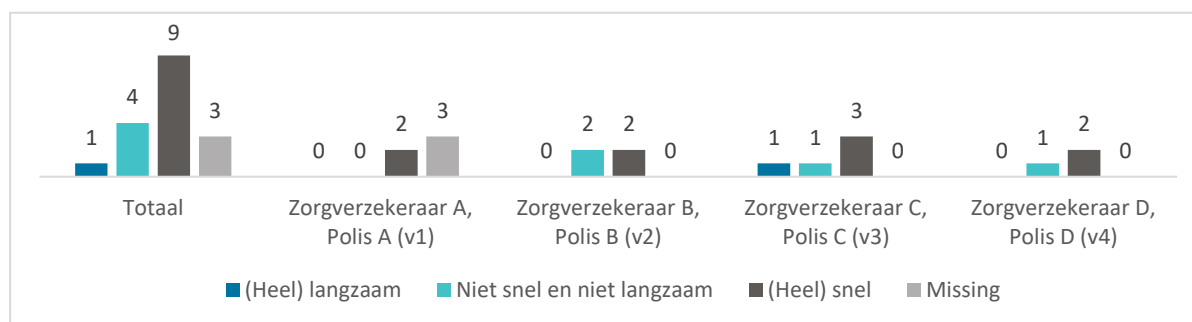
Figuur E.3 Zoekduur opdracht 1



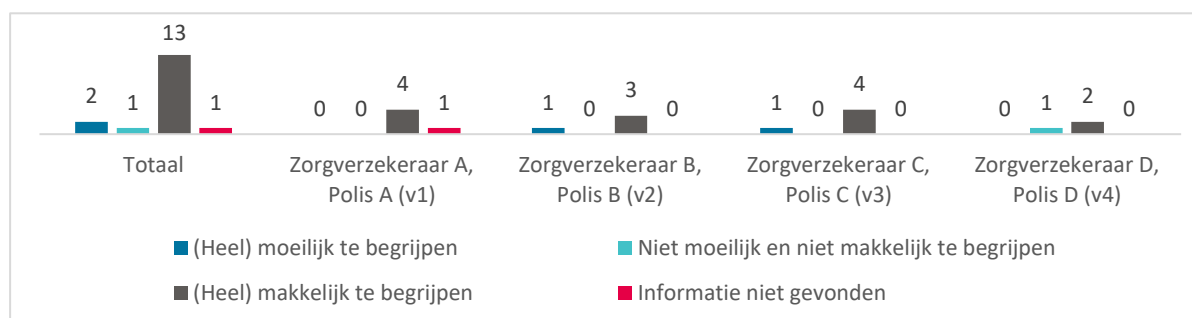
Figuur E.4 Hoe vindt u dat het zoeken bij de vorige twee vragen ging? Kruis in iedere kolom één antwoord aan.



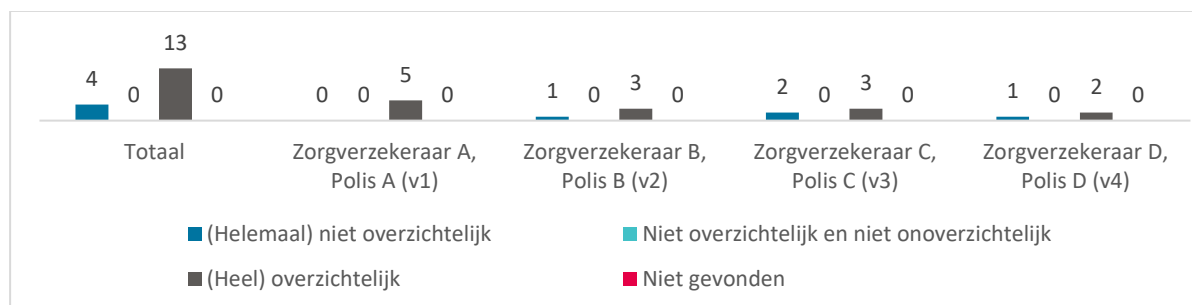
Figuur E.5 Hoe vindt u dat het zoeken bij de vorige twee vragen ging? Kruis in iedere kolom één antwoord aan.



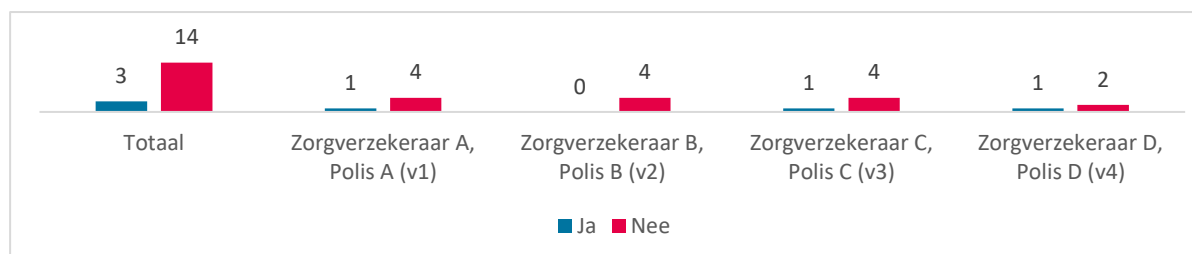
Figuur E.6 Wat vindt u van de informatie die u gevonden heeft? Kruis één antwoord aan.



Figuur E.7 Wat vindt u van de informatie die u gevonden heeft? Kruis één antwoord aan.



Figuur E.8 Kunt u informatie vinden waarom bepaalde zorgaanbieders wel of niet gecontracteerd zijn?

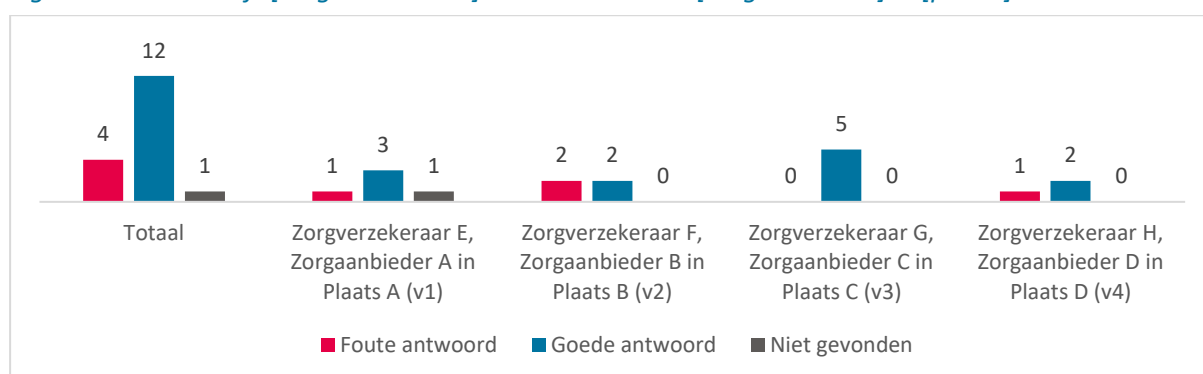


Tabel E.1 Heeft u opmerkingen naar aanleiding van deze opdracht?

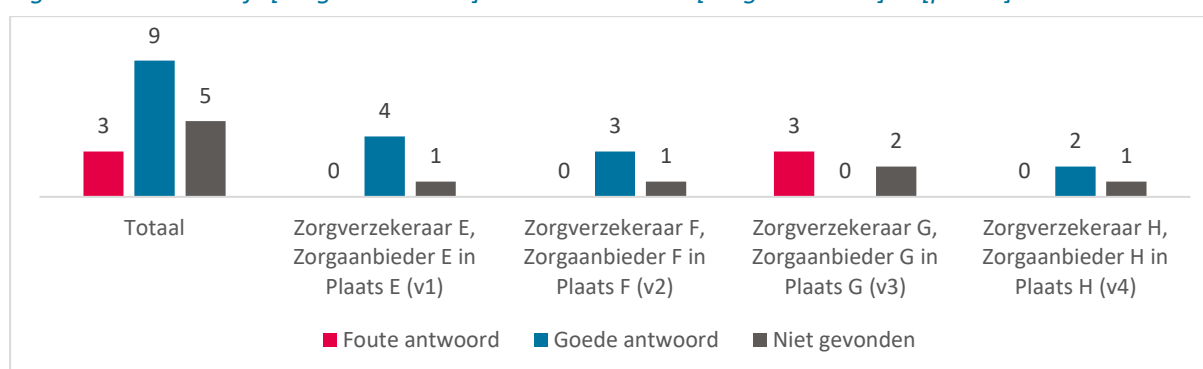
Antwoorden:
"[Polis A] stond niet in de direct beschikbare set van polissen, ik moest via de zoekfunctie de polis vinden. (Zorgverzekeraar A)"
"Ik word niet goed van deze vorm van verzekering technisch indekken. Verzekeringsmaatschappijen krijgen te gemakkelijk hun geld het gaat niet om de patiënt of de aandoening maar om geld."
"Ik moest bij vraag 1.2 even heel goed lezen wat het verschil was tussen de antwoorden."
"De site structuur was niet helder genoeg, ik vond de informatie niet door te navigeren maar door gebruik te maken van de zoekfunctie. (Zorgverzekeraar C)"
"Wat een drama site. Je moet specifiek gaan zoeken die het zoek venster op mij de voorwaarden te komen. (Zorgverzekeraar C)"

Opdracht 2: Contracting specifieke zorgaanbieder

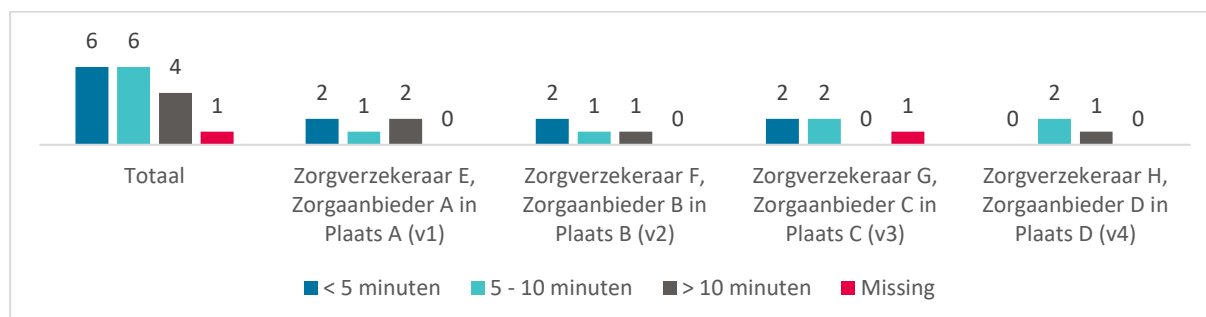
Figuur E.9 Heeft [zorgverzekeraar] een contract met [zorgaanbieder] in [plaats]?



Figuur E.10 Heeft [zorgverzekeraar] een contract met [zorgaanbieder] in [plaats]?



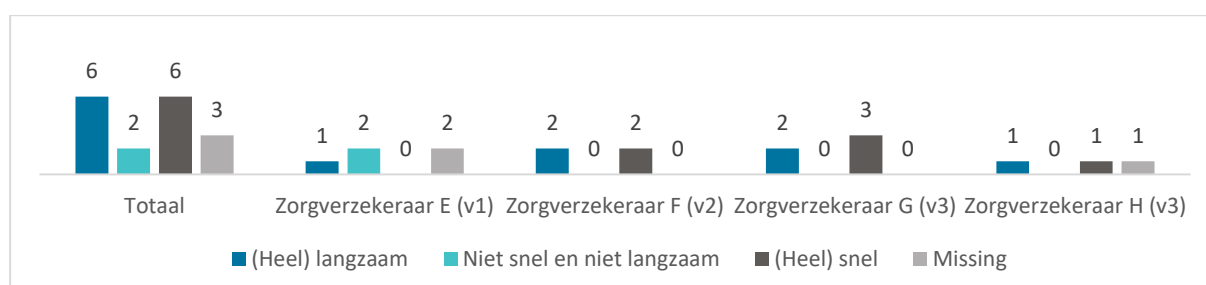
Figuur E.11 Zoekduur opdracht 2



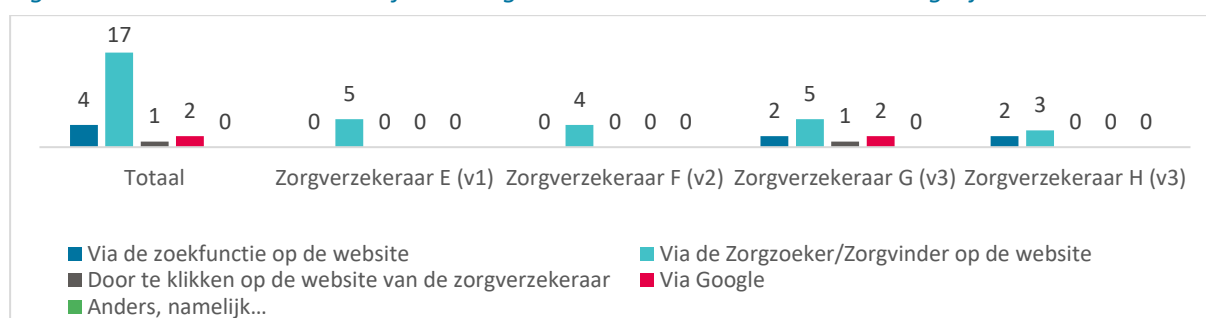
Figuur E.12 Hoe vindt u dat het zoeken van de vorige twee vragen ging? Kruis in ieder rijtje één antwoord aan



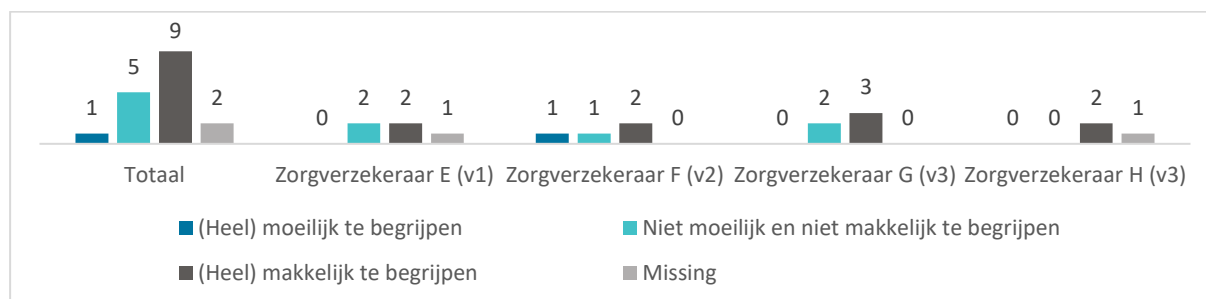
Figuur E.13 Hoe vindt u dat het zoeken van de vorige twee vragen ging? Kruis in ieder rijtje één antwoord aan.



Figuur E.14 Hoe hebt u de informatie gezocht? Meerdere antwoorden mogelijk



Figuur E.15 Wat vindt u van de informatie die u gevonden heeft? Kruis één antwoord aan.

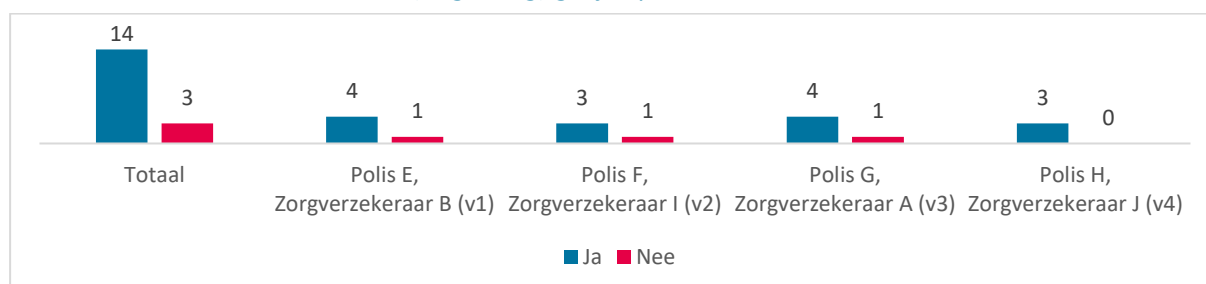


Tabel E.2 Heeft u opmerkingen naar aanleiding van deze opdracht?

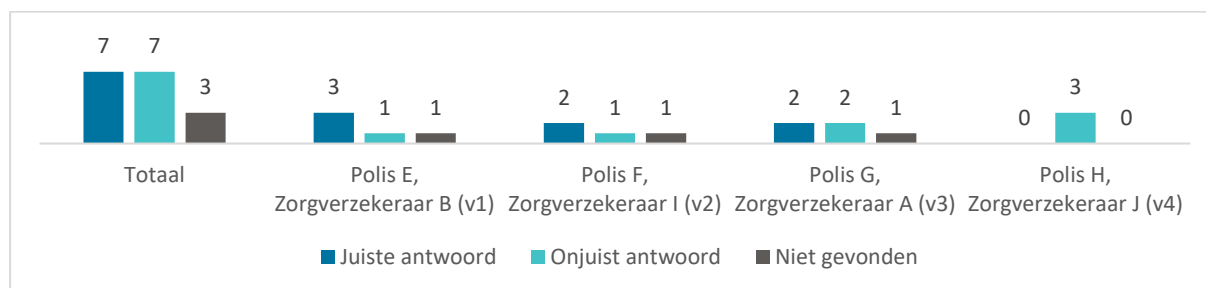
Antwoorden:
"De link naar de zorgvinder geeft "page not found". (Zorgverzekeraar E)"
"De combinatie zorgaanbieder en plaatsnaam had ik niet helemaal door. Hij gaf de hele tijd suggesties. (Zorgverzekeraar E)"
"Hier meld ik mij nóóit bij aan onzekerheid ten top. (Zorgverzekeraar F)"
"Dit kom ik vaker tegen bij [Zorgverzekeraar F], dat je eindeloos moet zoeken (4 minuten!) voor je het antwoord vindt."
"Deze website is erg traag. (Zorgverzekeraar G)"
"Zoekfunctie is niet erg gemakkelijk!! (Zorgverzekeraar G)"
"Uiteindelijk via het adres er achter gekomen dat bijv. de podotherapeut wel een contract heeft, maar [Zorgaanbieder G] komt niet voor bij de zorgverzekeraar. (Zorgverzekeraar G)"
"Site blinkt niet uit in klantvriendelijkheid. Zoeken is lastig en traag, blijft hangen op zoek sleutels. (Zorgverzekeraar H)"
"Bij [Zorgaanbieder H] kan ik het soort zorg niet herleiden en hierdoor de Zorgzoeker/Zorgvinder niet gebruiken."

Opdracht 3: Nagenoeg gelijke polissen

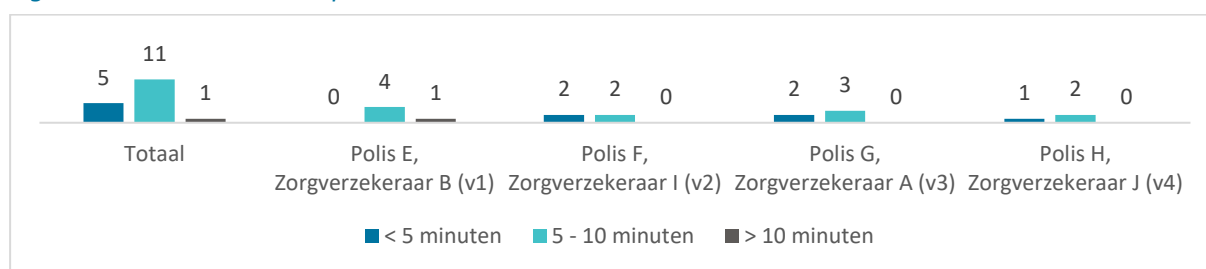
Figuur E.16 Zoek de nagenoeg gelijke polissen op voor de [polis] van [zorgverzekeraar]. Heeft u een overzicht van (nagenoeg) gelijke polissen kunnen vinden?



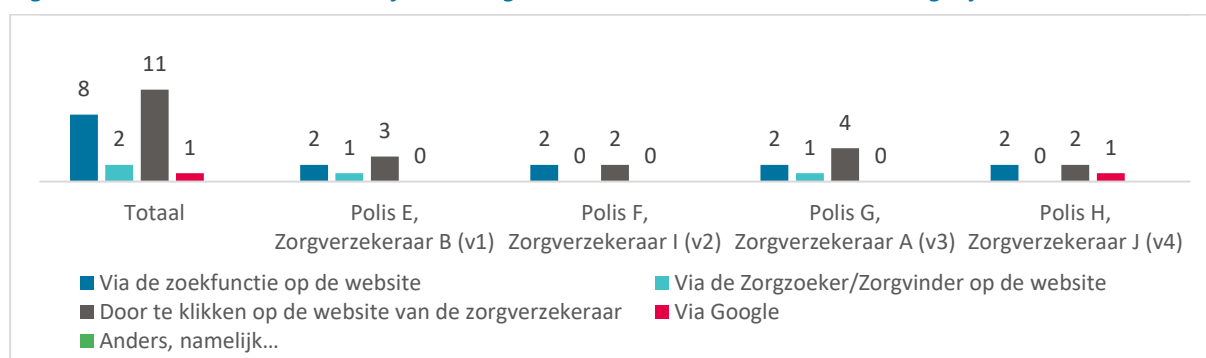
Figuur E.17 Welke (nagenoeg) gelijke polissen voor de [Polis] vindt u?



Figuur E.18 Zoekduur opdracht 3



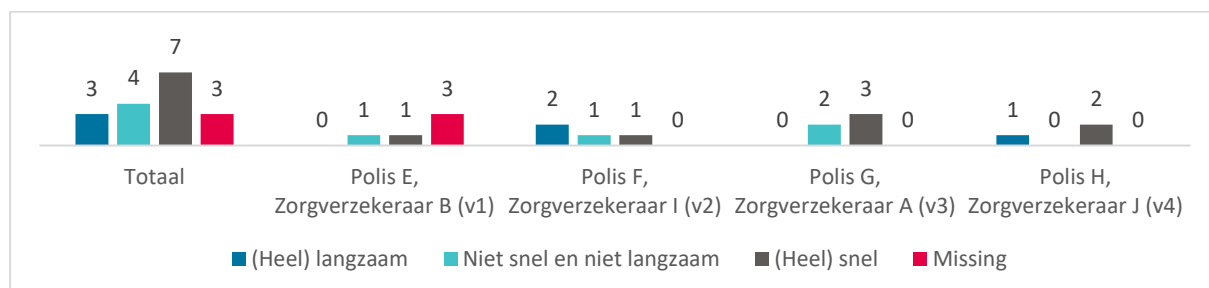
Figuur E.19 Hoe hebt u de informatie gezocht? Meerdere antwoorden mogelijk.



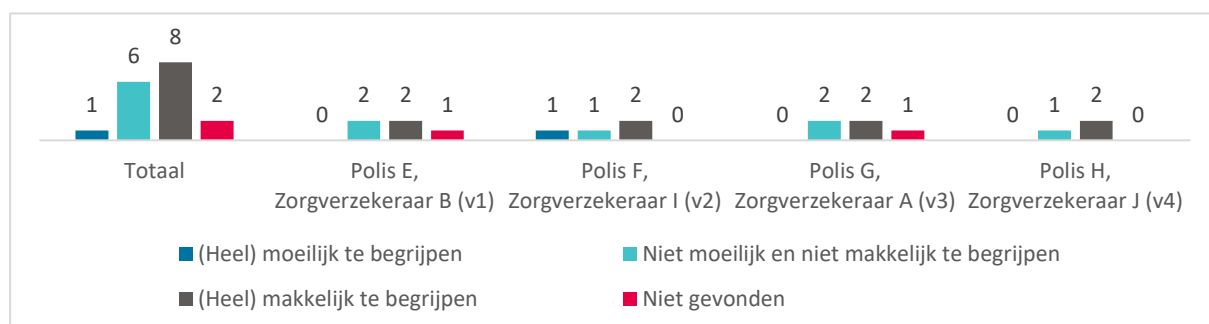
Figuur E.20 Hoe vindt u dat het zoeken ging? Kruis in ieder rijtje één antwoord aan.



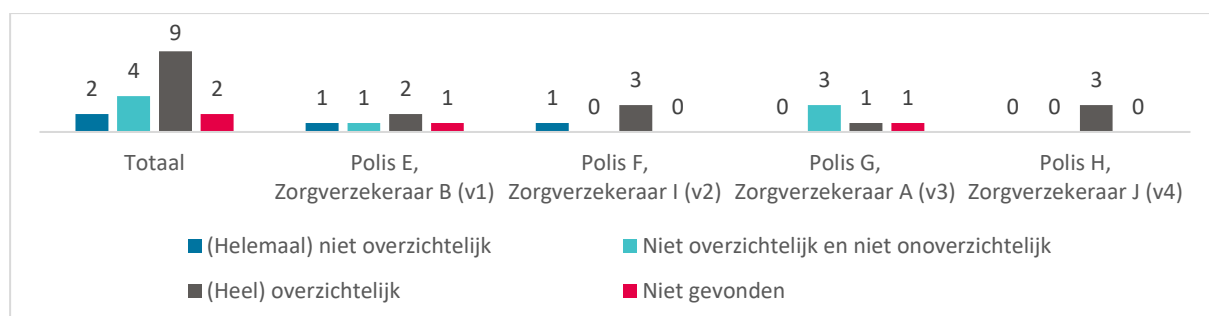
Figuur E.21 Hoe vindt u dat het zoeken ging? Kruis in ieder rijtje één antwoord aan.



Figuur E.22 Wat vindt u van de informatie die u gevonden heeft? Kruis één antwoord aan.



Figuur E.23 Wat vindt u van de informatie die u gevonden heeft? Kruis één antwoord aan



Figuur E.24 Zou deze informatie over de (nagenoeg) gelijke polissen u helpen bij het maken van een keuze voor een zorgverzekering?

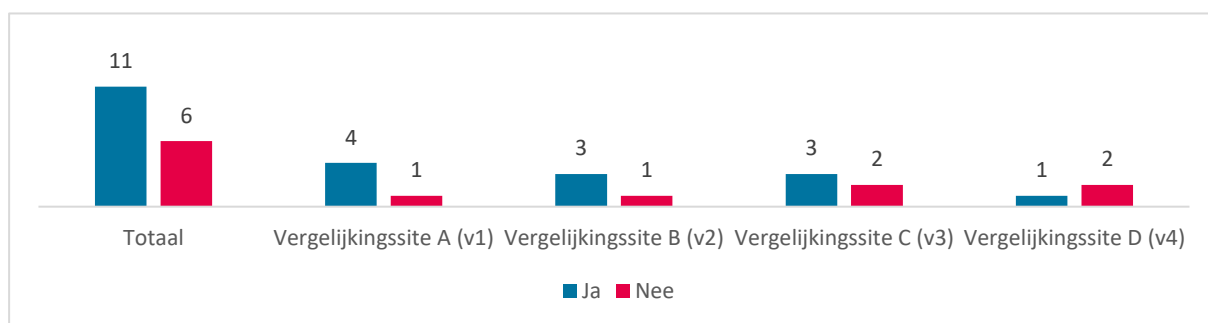


Tabel E.3 Heeft u opmerkingen naar aanleiding van deze opdracht?

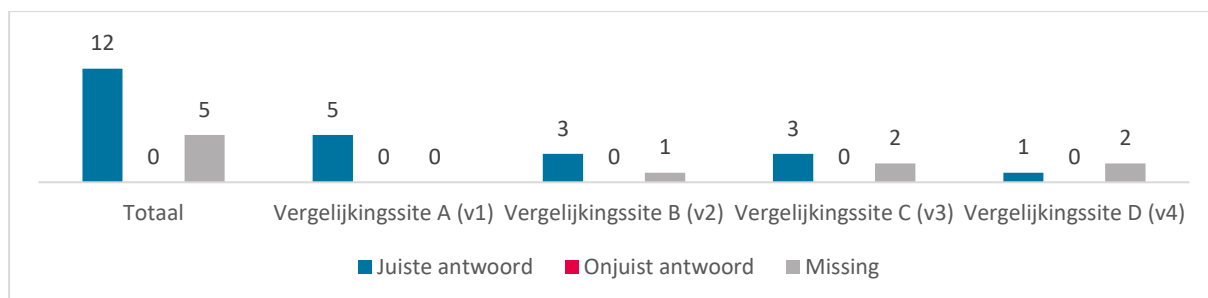
Antwoorden:
"Wat een zoek... (Zorgverzekeraar B)"
"Voor zover ik heb kunnen zien zijn er geen nagenoeg gelijke polissen, maar dit heb ik niet kunnen bevestigen. De verzekering zegt niets over nagenoeg gelijke polissen dat ik heb kunnen vinden. (Zorgverzekeraar B)"
"Het zou fijner zijn als je in een soort van vergelijkingstool de verschillen tussen de aanbieders zou kunnen zien. (Zorgverzekeraar B)"
"Rare lui die verzekeraars"
"Ik wist voorheen niet af van het bestaan van dit overzicht van nagenoeg gelijke polissen."
"Ik snap de (nagenoeg) gelijke polissen niet. Ik heb alleen [Polis] gevonden. (Zorgverzekeraar I)"
"[Zorgverzekeraar A] heeft een onduidelijke website."
"Niet helemaal eerlijk ben verzekerd bij [Zorgverzekeraar A] dus wist de weg op de site."
"Ik vond geen nagenoeg gelijke polissen van andere zorgverzekeraars. (Zorgverzekeraar J)"

Opdracht 4: Provisie en ranking vergelijkingssites

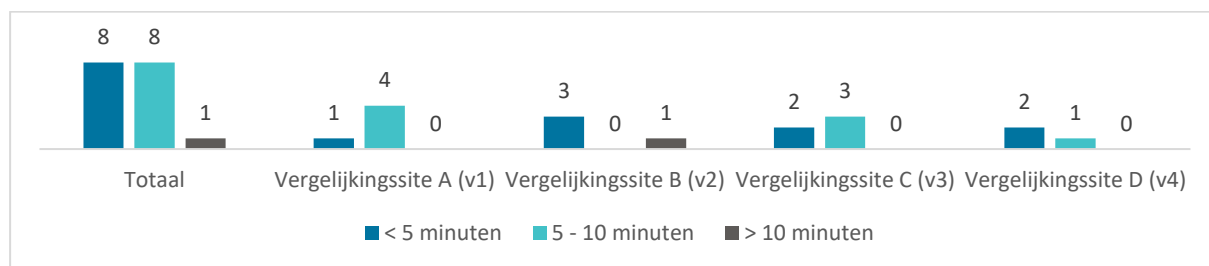
Figuur E.25 Heeft u informatie kunnen vinden over de provisie die [vergelijkingssite] ontvangt per nieuwe premiebetalende verzekerde?



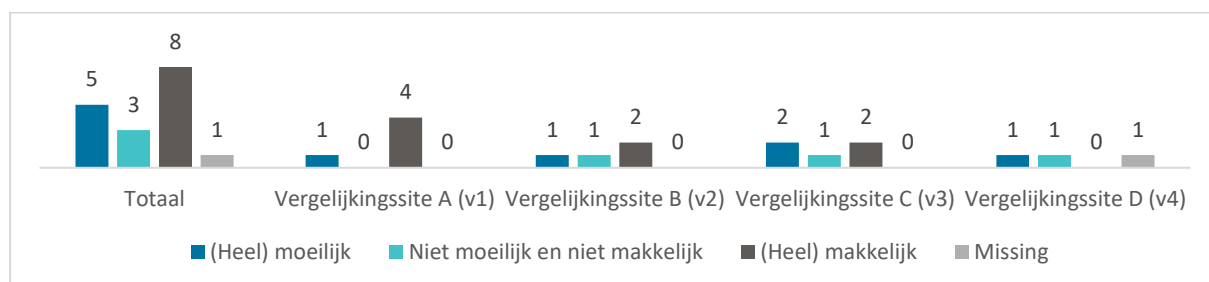
Figuur E.26 Hoeveel ontvangt de [vergelijkingssite] per nieuwe premiebetalende verzekerde?



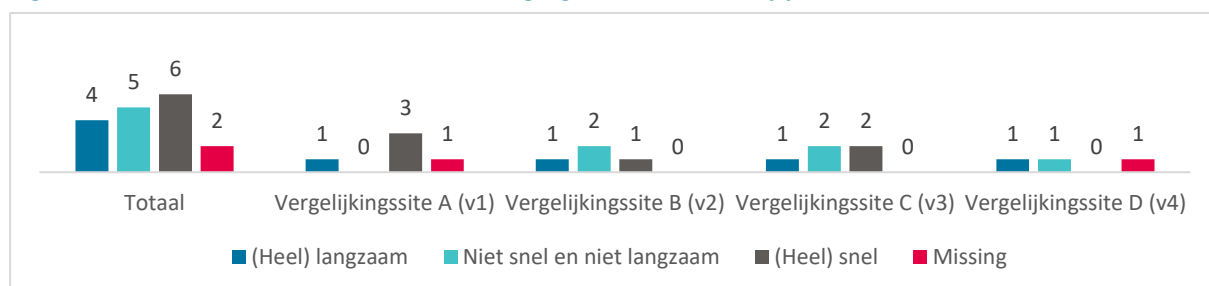
Figuur E.27 Zoekduur opdracht 4



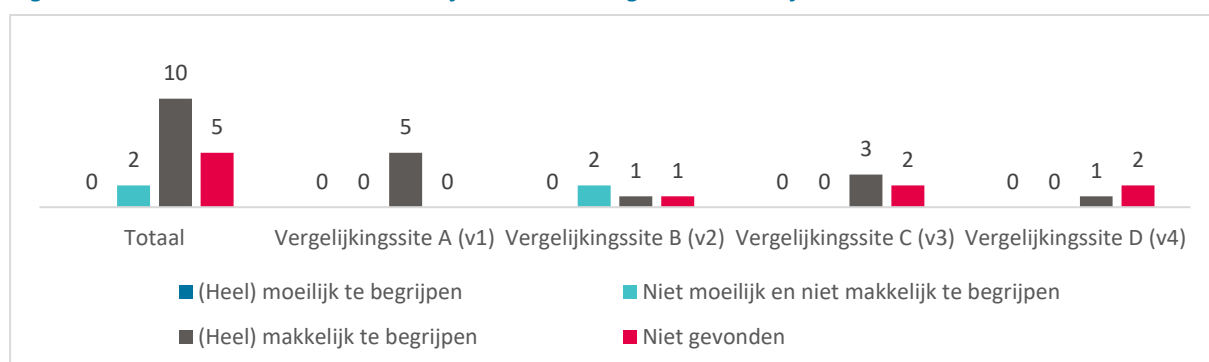
Figuur E.28 Hoe vindt u dat het zoeken ging? Kruis in ieder rijtje één antwoord aan.



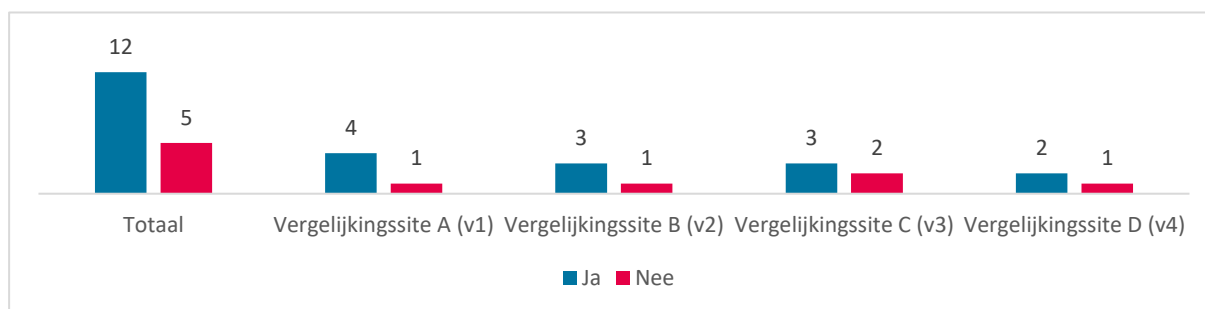
Figuur E.29 Hoe vindt u dat het zoeken ging? Kruis in ieder rijtje één antwoord aan.



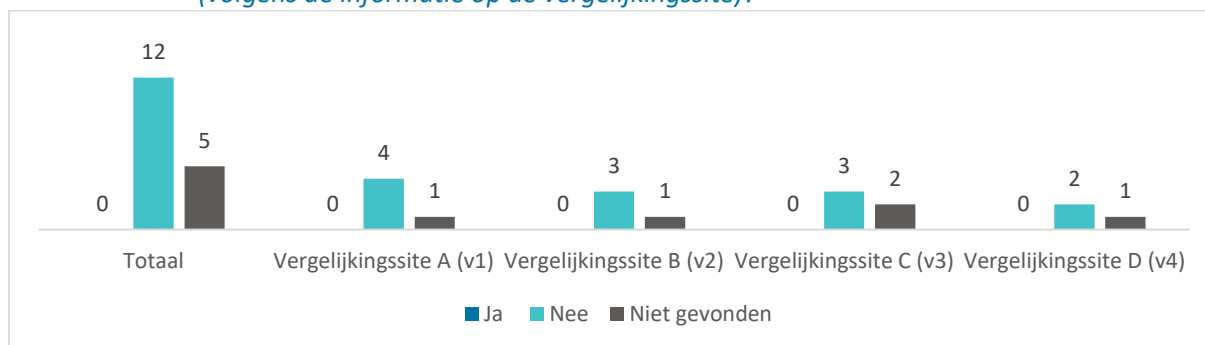
Figuur E.30 Wat vindt u van de informatie die u gevonden heeft? Kruis één antwoord aan.



Figuur E.31 Heeft u informatie kunnen vinden over hoe de ranking op de website wordt bepaald?



Figuur E.32 Wordt de ranking beïnvloed door de provisie die de vergelijkingssite ontvangt (volgens de informatie op de vergelijkingssite)?



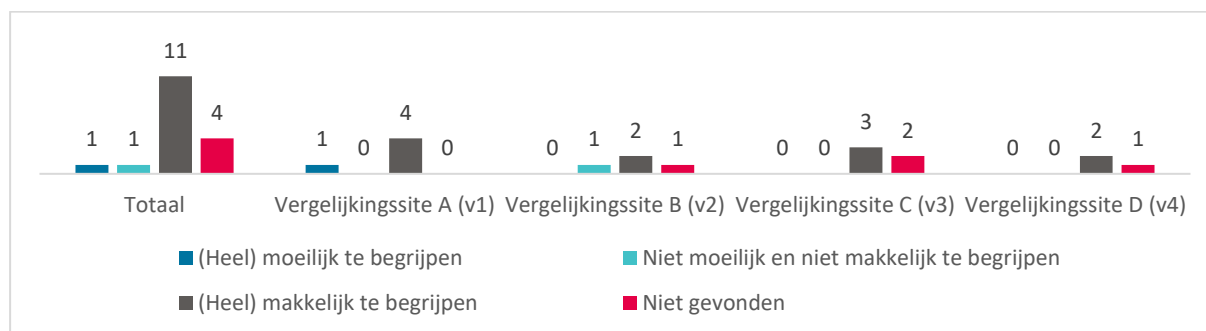
Figuur E.33 Hoe vindt u dat het zoeken ging? Kruis in ieder rijtje één antwoord aan.



Figuur E.34 Hoe vindt u dat het zoeken ging? Kruis in ieder rijtje één antwoord aan.



Figuur E.35 Wat vindt u van de informatie die u gevonden heeft? Kruis één antwoord aan.



Tabel E.4 Heeft u opmerkingen naar aanleiding van deze opdracht?

Antwoorden:
"Ik kan wel iets vinden over hoe [Vergelijkingswebsite A] vergelijkt en hoeveel de aspecten meetellen, maar niet hoe de ranking dan tot stand komt. Het lijkt me dat er ook 2 verzekeringen dezelfde score kunnen hebben, ik weet niet welke dan eerst komt."
"Overzichtelijk en schijnbaar onafhankelijk. (Vergelijkingswebsite A)"
"[Vergelijkingswebsite A] is open over de vergoeding en hoe ranking tot stand komt. Het viel me wel op dat ze niet expliciet aangeven dat vergoeding geen deel uitmaakt van ranking (ze geven dit wel impliciet aan)."
"Het interesseert me niet genoeg om lang te blijven zoeken. Bovendien gebruik ik deze sites niet meer omdat ze nooit de informatie geven die ik zoek. Alleen maar prijzen, niet inhoudelijk genoeg."
"Ik heb zowel in de zoekbalk als in de algemene voorwaarden 'provisie' ingetikt, maar niet kunnen vinden, ook niet op de pagina met gecontracteerde verzekeraars. (Vergelijkingswebsite C)"
"Site is onoverzichtelijk. (Vergelijkingswebsite C)"
"De vergoeding zal nooit een rol spelen in de uitkomst van de vergelijker. (Vergelijkingswebsite C)"
"De zoveelste vergelijkingssite die hier geld aan verdient, maar niet volledig en duidelijk is! (Vergelijkingswebsite D)"