

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

975

Vragen van het lid **Leijten** (SP) aan de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport over *zorgverzekeraars die met cadeautjes en kortingen verzekerden proberen te lokken* (ingezonden 1 december 2011).

Antwoord van minister **Schippers** (Volksgezondheid, Welzijn en Sport) (ontvangen 21 december 2011).

Vraag 1 en 2

Wat is uw reactie op de stunts die zorgverzekeraars uithalen om verzekerden te lokken of aan zich te binden? Kunt u uw antwoord toelichten?¹

Bent u van mening dat dit wenselijk is in het kader van de ordening van de zorgverzekeringmarkt? Zo ja, kunt u uitleggen waarom? Zo nee, wat gaat u doen om deze omkoperij te stoppen?

Antwoord 1 en 2

Met het oog op 1 januari, het moment waarop verzekerden jaarlijks van zorgverzekeraar kunnen wisselen, zijn zorgverzekeraars onlangs begonnen met hun reclamecampagnes om verzekerden voor zich te winnen. Zorgverzekeraars maken reclame via televisie en radio, maar zij proberen ook verzekerden te verleiden via het aanbieden van cadeaus. De strategie van zorgverzekeraars om meer verzekerden te krijgen, is een zaak die iedere zorgverzekeraar voor zich moet vaststellen en ligt buiten mijn verantwoordelijkheid.

Vraag 3 en 4

Hoeveel geld spenderen de zorgverzekeraars in totaal aan wervingsactiviteiten voor 2012, zoals het uitdelen van cadeaubonnen en het stunten met kortingen? Bent u bereid dit uit te zoeken? Zo nee, hoe kunt u dan ooit nog met gezag spreken over uit de hand lopende zorgkosten? Zo ja, wanneer kan de Kamer de uitkomsten verwachten?

Hoeveel procent van de premie wordt besteed aan de reclame, marketing en promoactiviteiten van de zorgverzekeraars? Indien u dit niet weet, bent u bereid dit uit te zoeken?

Antwoord 3 en 4

Het is mij niet bekend hoeveel geld de zorgverzekeraars spenderen aan wervingsactiviteiten en ik zie ook geen noodzaak om dit uit te zoeken.

¹ De Telegraaf, 25 november 2011.

Zorgverzekeraars bepalen zelf op welke manier zij reclame willen maken dan wel welk budget zij hieraan willen besteden. Zorgverzekeraars maken hierin strategische keuzes waarbij uiteraard ook rekening wordt gehouden met in hoeverre dergelijke uitgaven invloed hebben op de premie en daarmee hun concurrentiepositie.

Vraag 5

Herkent u het gegeven dat vele mensen zich irriteren aan de hoeveelheid en de agressiviteit van reclamemaken van de zorgverzekeraars in de tijd dat mensen een nieuwe zorgpolis kunnen afsluiten? Wat is uw mening over het reclamebombardement?

Antwoord 5

Ik heb hier geen signalen over vernomen. De burger maakt zelf een afweging of hij al dan niet gebruik wil maken van het aanbod van een zorgverzekeraar. Zoals aangegeven bij mijn reactie op vraag 1 en 2 is de wijze waarop een zorgverzekeraar reclame maakt zijn eigen verantwoordelijkheid. Overigens vind ik het wel van belang dat verzekerden de zorgverzekeringen goed met elkaar vergelijken en zich niet te snel laten verleiden door eenmalige acties. Voor het vergelijken van polissen kunnen verzekerden gebruik maken van diverse vergelijkingssites op internet, waaronder Kiesbeter.nl.

Vraag 6 en 7

Bent u bereid in te grijpen in de hoeveelheid promotie, reclame en cadeautjes, indien deze een premieopdrijvend effect blijken te hebben? Zo nee, waarom niet? Zo ja, wilt u de Kamer informeren over de criteria, wanneer ingegrepen zal worden en de werkwijze van ingrijpen?

Bent u van mening dat de uitspattingen met cadeaus, premiekortingen en andere voordeeltjes gepast zijn nu de burger een steeds hogere premie moet betalen voor per saldo een steeds kleiner pakket? Wilt u uw antwoord toelichten?

Antwoord 6 en 7

Ik zie geen reden om op dit moment in te grijpen, zie ook mijn antwoord op vragen 3 en 4. Verder houdt de NZa op grond van de Wmg toezicht op de informatieverstrekking en overige gedragingen door zorgverzekeraars, waaronder reclame-uitingen (artikel 40 van de Wmg). Zorgverzekeraars moeten informatie over de eigenschappen van aangeboden producten en diensten op een zodanige wijze openbaar maken dat deze gegevens voor consumenten gemakkelijk vergelijkbaar zijn. De informatie betreft in elk geval de premies en de kwaliteit van de aangeboden producten en diensten. Ook moeten zorgverzekeraars ervoor zorgen dat de door of namens hen verstrekte of beschikbaar gestelde informatie over een product of dienst, waaronder reclame-uitingen, geen afbreuk doet aan het bepaalde bij of krachtens de Wmg, de Zvw of de AWBZ. Deze informatie mag ook niet misleidend zijn. De NZa geeft invulling aan artikel 40 Wmg door de uitgifte van een richtsnoer (richtsnoer «Informatieverstrekking Ziektekostenverzekeraars en volmachten»), waarin wordt aangegeven welke informatie zorgverzekeraars minimaal dienen te verstrekken (met name gaat het hier om informatie die op de website van de zorgverzekeraars zelf moet staan). Het doel van het richtsnoer is om tot betere informatieverstrekking door zorgverzekeraars te komen. Het is in het belang van de verzekerden om te kunnen beschikken over juiste, volledige en begrijpelijke (keuze)informatie. Als de NZa constateert dat er sprake is van onjuiste informatieverstrekking kan zij handhavend optreden.

Vraag 8

Deelt u de mening dat de stunts van zorgverzekeraars aantonen dat zij erg goed bij kas zitten, en dat de 2 miljard euro reserves die bij de zorgverzekeraars op de plank liggen wellicht voor iets zinvollers kunnen worden aangewend? Wilt u uw antwoord toelichten?

Antwoord 8

Zoals aangegeven bij mijn antwoord op vragen 3 en 4 is de strategie van zorgverzekeraars om verzekerden naar zich toe te trekken een zaak die iedere zorgverzekeraar voor zich moet vaststellen, zij het natuurlijk binnen de gestelde wettelijke kaders zoals geschetst bij mijn antwoord op vraag 6 en 7.

Het is aan verzekeraars om te bepalen of en zo ja hoeveel geld ze aan reclame besteden. Dit valt buiten mijn verantwoordelijkheid.

Vraag 9

Wat is uw opvatting over het feit dat de zorgverzekeraars zich richting potentiële verzekerden niet, zoals u heeft verwacht, profileren op basis van zorgkwaliteit, maar zich bedienen van spiegeltjes en kraaltjes om verzekerden te lokken? Deelt u de mening dat de hele marktwerking in de zorgverzekeringsmarkt een farce is en rap beëindigd moet worden? Wilt u uw antwoord toelichten?

Antwoord 9

Zie mijn antwoord op vraag 2 en vraag 8. Ik deel uw mening over de zorgverzekeringsmarkt niet. Een belangrijk oogmerk van de Zorgverzekeringswet is dat zorgverzekeraars in hun rol als inkopers van zorg ten behoeve van hun verzekerden de doelmatigheid en kwaliteit van de zorg bevorderen. Ik constateer dat zorgverzekeraars deze rol steeds meer oppakken, door bijvoorbeeld het selectief inkopen van zorg.