

# de Volkskrant

dinsdag 1 februari 2005 uur.

## Effect van campagnes is beperkt

Van onze verslaggever Jeroen Trommelen

**AMSTERDAM** - De Nederlandse ziektekostenverzekeraars hebben de afgelopen vijftien weken ruim 35 miljoen euro uitgegeven aan reclamecampagnes. Dat blijkt uit een overzicht van de Media en Reclame Bank BBC. Tot veel veranderingen in de klantenbestanden heeft dit niet geleid.

De bedrijven willen met de campagne hun klanten houden, of nieuwe klanten werven. De meeste particulier verzekerden konden tot vandaag van verzekeraar veranderen. Klanten van ziekenfondsen kunnen dat tot eind februari.

In minder dan vier maanden besteedden de verzekeraars acht miljoen méér aan reclame dan in heel 2003 en bijna drie keer zoveel als in 2002. De kosten zullen in de loop van het jaar blijven stijgen. Het rendement van de campagne lijkt echter gering. Het aantal klanten dat overstapt, blijft volgens de ramingen beperkt.

Volgens de Consumentenbond en de Patiënten en Consumenten Federatie NPCF komen verzekerden nauwelijks in beweging. 'Het zou ons niet verbazen wanneer 99 procent blijft waar men is', zegt Ewald van Kouwen van de Consumentenbond. De tarieven en voorwaarden van verzekeraars zijn volgens de bond vrijwel onvergelykbaar, waardoor consumenten aarzelen. Volgens de NPCF wordt het met name de vier miljoen langdurig zieken of gehandicapten moeilijk gemaakt te veranderen.

Vergelijkingsorganisatie Independer, beheerder van een website over ziektekosten die twee miljoen bezoekers trok, schat het aantal overstappers op 2,5 à 3 procent. Dat is inclusief de collectieve contracten en reguliere overstappers, aldus zegsman Edmond Hilhorst. 'Het is opzienbarend dat er, ondanks de forse reclamecampagne, de oproepen van minister Hoogervorst en de enorme prijsverschillen, zo weinig mensen in beweging komen.'

Vrijwel iedereen wordt dit jaar geconfronteerd met een hogere ziektekostenpremie van tussen 8 en 15 procent. Om de kosten te verminderen, spoort minister Hoogervorst van Volksgezondheid consumenten aan zonodig van verzekeraar te veranderen.

In 2006 wordt een nieuw verzekeringsstelsel doorgevoerd. Daarbij worden het ziekenfonds en de particuliere verzekering vervangen door één basisverzekering. Hierin gaat iedereen ongeacht zijn inkomen een vaste premie betalen, die aanzienlijk hoger is dan nu.

'Verzekeraars willen daarom graag dat klanten nú switchen zodat men dat volgend jaar niet opnieuw doet', zegt Van Kouwen van de Consumentenbond. 'Maar de keuze is te ingewikkeld en het lijkt te gaan zoals bij de energiebedrijven. Na de campagne rond de liberalisering bleek minder dan 4 procent van de klanten te zijn overgestapt.'

De meeste verzekeraars willen nog niet zeggen hoeveel klanten ze dit jaar hebben gewonnen of verloren. Een uitzondering is VGZ, die sinds 1 januari 43 duizend klanten binnenhaalde. Dat was 1,3 procent van het klantenbestand.

© de Volkskrant bv