



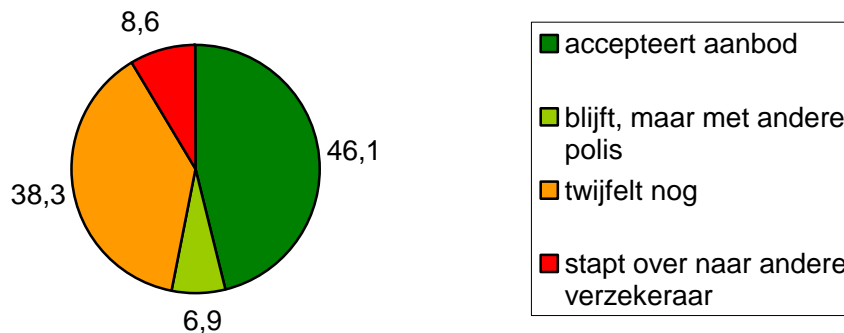
Dit factsheet is een uitgave van het NIVEL.

De gegevens mogen met bronvermelding (Diana Delnoij, Evelien van de Schee, *Collectief aanbod nodigt uit tot wisselen van zorgverzekeraar*, NIVEL, 2006) worden gebruikt.

U vindt dit factsheet en alle andere NIVEL-publicaties in PDF-format op www.nivel.nl

Consumenten over hun meest waarschijnlijke actie naar aanleiding van het aanbod van hun zorgverzekeraar in het kader van de nieuwe Zorgverzekeringswet (peilperiode 16 december 2005 – 9 januari 2006).

Bron: Consumentenpanel Gezondheidszorg (NIVEL, 2006)



Collectief aanbod nodigt uit tot wisselen van zorgverzekeraar

Meer dan de helft van de Nederlanders zegt niet van zorgverzekeraar te gaan veranderen: 46,1% accepteert het aanbod van zijn of haar zorgverzekeraar voor de nieuwe polis; 6,9% blijft wel, maar wil een andere dan de aangeboden polis omdat de dekking daarvan te uitgebreid is en/of de premie te hoog. 8,6% zegt al te hebben besloten om over te stappen naar een andere verzekeraar. Ruim de helft van de overstappers doet dit omdat zij een aantrekkelijk aanbod voor een collectieve verzekering hebben gekregen.

Middelbaar en hoog opgeleide consumenten zeggen significant minder vaak dat zij al besloten hebben, dan laag opgeleiden; 38,3% van de consumenten twijfelt nog.

Dit blijkt uit onderzoek van het Consumentenpanel Gezondheidszorg van het NIVEL (Nederlands Instituut voor Onderzoek van de Gezondheidszorg), gesubsidieerd door het Ministerie van VWS. Het percentage consumenten dat aangeeft over te zullen stappen ligt duidelijk hoger dan het percentage ziekenfondsverzekerden dat onder het oude stelsel jaarlijks van verzekeraar wisselde. Dat schommelde al jaren rond de 3%.

De consumenten die op dit moment zeggen te over te stappen naar een andere verzekeraar geven daarvoor als belangrijkste redenen op dat zij een aantrekkelijk aanbod voor een collectieve verzekering hebben gekregen (57,6% van de overstappers). Daarnaast is een veel genoemde reden dat zij de premie te hoog vinden (42,4%). Vervolgens werd door 17,8% een te beperkte dekking genoemd, 11,8% noemde ontevredenheid over de service van de eigen verzekeraar als een reden om over te willen

stappen. Het verband tussen veranderen van zorgverzekeraar en collectief verzekerd zijn wat nu sterk aanwezig lijkt, bestond in het verleden niet.

Ook onder de mensen die nog twijfelen, speelt bij meer dan een derde een aanbod voor een collectieve verzekering een rol. Van de twijfelaars zegt ongeveer de helft (49,6%) dat zij het aanbod van hun eigen verzekeraar weliswaar goed vinden, maar dat een andere zorgverzekeraar mogelijk een nog beter aanbod heeft. Andere redenen om te twijfelen zijn dat men ook een aantrekkelijk aanbod heeft ontvangen voor een collectieve verzekering (36,6% van de twijfelaars), dat men de premie te hoog vindt (27,3%), dat men de dekking te uitgebreid (13,5%) of juist te beperkt (6,4%) vindt.

NIVEL programmaleider Diana Delnoij concludeert over de redenen van mensen die echt van plan zijn om over te stappen of met deze gedachte spelen het volgende: “De motivatie om over te stappen lijkt vooral ingegeven door financiële overwegingen en niet door kwaliteitsverschillen. Consumenten twijfelen vooral wanneer zij een goedkoper collectief aanbod gekregen hebben.”

Wat gaan de twijfelaars doen?

Het is niet eenvoudig in te schatten wat de twijfelaars (38,3% van de respondenten) in de komende anderhalve maand feitelijk zullen besluiten. Als we afgaan op de ervaringen met het wisselen van verzekeraar onder de oude Ziekenfondswet, zouden we kunnen verwachten dat de overgrote meerderheid van de twijfelaars uiteindelijk toch bij zijn of haar oude verzekeraar zal blijven. Eerder onderzoek toonde namelijk aan dat van de ziekenfondsverzekerden die in een voorafgaande periode van 6 maanden wel eens hadden overwogen om van verzekeraar te wisselen, slechts 15% dit ook werkelijk deed. Stel dat dit ook zou gelden voor de huidige twijfelaars dan zou het percentage consumenten dat naar een andere verzekeraar overstapt, uiteindelijk uitkomen op iets meer dan 14%. De vraag is echter of een dergelijke extrapolatie op z'n plaats is. De afgelopen maanden hebben zorgverzekeraars veel tijd en geld gestoken in het maken van reclame. Mensen zullen op dit moment meer dan ooit doordrongen zijn van het feit dat zij kunnen veranderen. Dat in ogenschouw genomen betekent dat het percentage wisselaars van zorgverzekeraar dan ook wellicht hoger zal uitvallen.

Onderzoeksmethode

Het Consumentenpanel Gezondheidszorg bestaat uit 1565 personen die qua leeftijd en geslacht een representatieve afspiegeling van de Nederlandse bevolking vormen. Panelleden konden voor deze peiling kiezen tussen het beantwoorden van de vragen via het internet, dan wel in een korte telefonische enquête. 774 panelleden stelden hun e-mail adres ter beschikking voor de internetpeiling. Het aantal panelleden dat de internet vragenlijst retourneerde, bedroeg 514 (respons 67%). 791 panelleden werden telefonisch geënquêteerd. De respons op de telefonische enquête bedroeg 70%. Van 46 panelleden is noch een telefoonnummer noch een e-mail adres bekend. De peiling heeft plaatsgevonden tussen 16 december en 9 januari.

Voor meer informatie

Diana Delnoij, d.delnoij@nivel.nl

Tel.: 030-2729847