marketresponse

Consumenten hebben behoefte aan onafhankelijke vergelijker waarbij hun eigen situatie als uitgangspunt dient

Rapport - onderzoek naar switchdrempels in de zorgmarkt | 15 september 2014

Inhoudsopgave

1. Situatie en centrale vraagstelling

2. Conclusies

3. Resultaten
    1. Al dan niet overstappen
    2. Transparantie
    3. Vergelijkingswebsites
    4. Sociale beïnvloeding
    5. Interventies
    6. Overige resultaten

4. Bijlagen
    1. Onderzoeksverantwoording

Colofon

in opdracht van

Autoriteit Consument & Markt

Majka van Doorn
Research Consultant
033 330 33 21
m.van.doorn@marketresponse.nl

Thijs Hendrix
Senior Research Consultant
033 330 32 16
t.hendrix@marketresponse.nl

MarketResponse Nederland BV
Leusderend 36
3832 RC Leusden
033 - 330 33 33
www.marketresponse.nl

Projectnummer 19317

© MarketResponse 2014

Situatie en centrale vraagstelling

Kwantificering van verkennend kwalitatief onderzoek

- De Autoriteit Consument & Markt (ACM) is een onafhankelijke toezichthouder en bevordert een goede marktwerking tussen bedrijven en consumenten. Voor consumenten bevordert ACM keuzes, zodat zij echt wat te kiezen hebben en durven te kiezen.

- Begin van dit jaar heeft MarketResponse een kwalitatief onderzoek uitgevoerd naar de keuzes die consumenten maken en de drempels die zij tegenkomen in de zorgverzekeringsmarkt. De volgende onderzoeksvragen stonden hierbij centraal:
  1. Hoe oriënteren consumenten zich op een mogelijke overstap en hoe verwerken zij de informatie om tot een keuze te komen?
  2. Welke drempels/ knelpunten ervaart de consument bij een (mogelijke) overstap naar een andere zorgverzekeraar?
  3. In welke mate zijn de knelpunten relevant voor verschillende groepen consumenten?

- De resultaten van dit kwalitatieve verkennende onderzoek zijn de basis geweest voor het huidige kwantitatieve vervolgonderzoek. In onderliggend rapport wordt een antwoord gegeven op bovenstaande vragen alsmede een aantal oplossingsrichtingen getoetst.

Conclusies

Conclusies

Circa 60% consumenten is afgelopen drie jaar niet geswitcht, consumenten stappen niet over voor klein prijsverschil

Drie op de vijf consumenten switcht niet van zorgverzekeraar

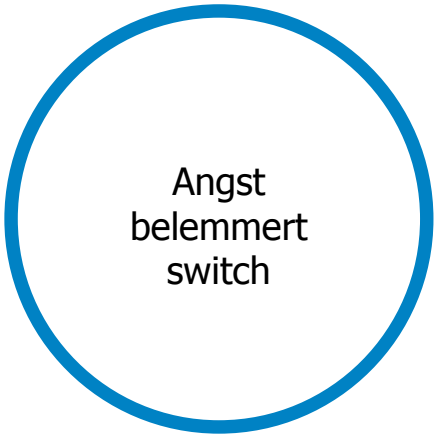
- Drie op de vijf consumenten is de afgelopen drie jaar niet overgestapt op een andere zorgverzekeraar en heeft zich hierop ook niet georiënteerd. Ongeveer een kwart van de consumenten heeft zich wel georiënteerd, maar is uiteindelijk niet overgestapt. Slechts 16% van de consumenten is de afgelopen drie jaar wel geswitcht van zorgverzekeraar.
- Met name jongeren (tot en met 34 jaar) en hoog opgeleiden maken vaker de stap om voor een andere zorgverzekeraar te kiezen. Binnen deze groep is circa een kwart in de afgelopen drie jaar geswitcht van zorgverzekeraar.

Consumenten switchen niet voor klein prijsverschil

- Consumenten die de afgelopen drie jaar zijn geswitcht van zorgverzekeraar hebben dat met name gedaan vanwege het prijsvoordeel. De groep consumenten die niet is overgestapt lijkt echter veel minder gevoelig te zijn voor de prijs. Circa driekwart geeft aan voor een paar euro verschil per maand niet over te stappen op een nieuwe zorgverzekering. 71% geeft daarnaast aan dat ze de zekerheid bij de huidige zorgverzekering belangrijker vinden dan een paar euro per maand besparen.
- Naast prijs is ook het gebrek aan transparantie een belangrijke drempel om over te stappen. Drie op de vijf consumenten geven aan dat ze met zoveel verschillende verzekeringen en –pakketten door de bomen het bos niet meer zien.

Conclusies

Vast overstapmoment helpt met name switchers, consumenten houden liever vast aan het bekende



- Circa een derde van de consumenten vindt het prettig dat er een vast overstapmoment is aan het einde van het jaar. Het vaste overstapmoment helpt echter met name de switchers om weer in actie te komen. Ook de najaar campagnes bereiken met name switchers en oriënteerders, de groep die nooit is overgestapt wordt hierdoor nauwelijks getriggerd.

- Consumenten lijken ook een bepaalde angst voor het onbekende te hebben wat ervoor zorgt dat ze niet overstappen. Circa drie op de vijf consumenten geven aan dat ze wel weten wat ze nu hebben, maar niet wat ze krijgen als ze gaan overstappen. Onder de groep die de afgelopen drie jaar niet is geswitcht en zich ook niet heeft georiënteerd ligt dat fors hoger (71%). Ook geeft 40% aan bang te zijn achteraf spijt te krijgen van hun keuze.
- Bij het vertrouwde blijven geeft daarentegen juist een bepaalde zekerheid. Ruim de helft van de consumenten (56%) geeft aan dat ze precies weten wat voor dekking ze nu hebben en wat ze betalen voor hun zorgverzekering. Opvallend is dat juist de groep die de afgelopen drie jaar wel is geswitcht aangeeft minder goed op de hoogte te zijn van de dekking en de prijs.
- Bovenstaande resultaten zijn een indicatie van in hoeverre consumenten het *gevoel* hebben op de hoogte te zijn van hun dekking. Uit het kwalitatieve vooronderzoek bleek dit bij doorvragen echter vaak niet het geval te zijn.

Conclusies

Met name ouderen en laag opgeleiden staan angstiger ten opzichte van een overstap

Met name ouderen en laag opgeleiden angstiger t.o.v. overstap

- Met name ouderen en laag opgeleiden staan angstiger tegenover een overstap. Zo zijn ze vaker bang dat ze niet worden geaccepteerd als ze overstappen of dat ze nog maar bij een paar zorgaanbieders terecht kunnen als ze voor een goedkope verzekeraar kiezen. Opvallend is dat deze groep aangeeft beter op de hoogte te zijn van de voorwaarden en dekking van hun huidige polis en bij welke zorgverleners ze nu terecht kunnen.
- Jongeren en hoog opgeleiden zijn daarentegen wat minder bang niet geaccepteerd te worden, of achteraf spijt te krijgen van de overstap. Hiernaast zijn met name hoog opgeleiden ook meer bereid om al voor een paar euro in de maand over te stappen.

Conclusies

Zorgverzekeringen vergelijken kost te veel tijd, met name oriënteerders ervaren gebrek aan transparantie

Zorg-verzekeringen vergelijken kost te veel tijd

Oriënteerders ervaren gebrek aan transparantie

- Consumenten zijn op zoek naar zekerheid in de keuze voor een zorgverzekering. 85% wil precies weten wat er in een pakket zit aan vergoedingen. Circa de helft van de consumenten vindt 'een goed gevoel' bij de verzekering belangrijker dan de prijs.
- Er achter komen wat er precies wordt vergoed is echter lastig: 70% geeft aan dat zorgverzekeringen met elkaar vergelijken te veel tijd kost. Daarnaast vinden consumenten het lastig om de voor hen juiste zorgverzekering te vinden. Zo geeft drie op de vijf consumenten aan dat ze het lastig vinden om uit te vinden welke zorgverzekering het beste bij hun situatie past en om de eigen polis te vergelijken met die van andere verzekeringen.
- Met name de groep die zich wel heeft georiënteerd maar uiteindelijk niet is geswitcht van zorgverzekeraar geeft aan het lastig te vinden om de eigen polis te vergelijken met die van andere verzekeringen. Ook heeft deze groep meer moeite om verzekeringen te vergelijken omdat ze niet de indruk hebben dat zorgverzekeraars alle informatie over dekkingen en vergoedingen geven.
- Bij de overstappers is duidelijk een andere houding te zien: ze geven minder vaak aan dat de oriëntatie appels met peren vergelijken is. Ook hechten ze minder waarde aan het hebben van 'een goed gevoel'. Beide bevindingen sluiten aan bij de eerdere bevindingen dat deze groep minder waarde hecht aan de 'zekerheid' die ze hebben bij de huidige zorgverzekeraar.

Conclusies

Ruim een derde consumenten praat (n)ooit met vrienden over overstappen naar andere zorgverzekering

- Ruim een derde van de consumenten praat nooit met vrienden of familie over overstappen naar een andere zorgverzekeraar. Een even grote groep doet dat echter wel. Circa drie op de tien geeft aan dat als vrienden of familie hen zouden aanraden om over te stappen, zij dat zeker zouden overwegen. Ook hier geeft ongeveer een even grote groep aan dat niet te doen. Circa de helft van de consumenten zegt ook dat het geen zin heeft om het met anderen over zorgverzekeringen te hebben omdat elke situatie toch anders is.

- De oriënteerders lijken wat meer onzeker te zijn over wat ze te wachten staat bij een overstap. Ze spreken dan ook meer met vrienden, familie en op het werk over ervaringen van anderen en ze staan ook meer open voor een overstap indien dit door anderen aanbevolen wordt.
- Bij de groep die niet is overgestapt en zich ook niet heeft georiënteerd leeft juist meer het gevoel dat hun eigen zorgsituatie uniek is. Ze zien dan ook minder nut van het bespreken van de zorgsituatie met anderen en ze hechten minder waarde aan de aanbevelingen/ervaringen van anderen.

Conclusies

Consumenten zouden graag een keurmerk zien voor vergelijkingssites om onafhankelijkheid aan te tonen

Consumenten zien graag keurmerk voor vergelijkings-sites

- Slechts een op de vijf consumenten heeft alle vertrouwen in de informatie over dekking en vergoedingen op de vergelijkingswebsites voor zorgverzekeringen. Een even grote groep vindt vergelijkingswebsites betrouwbaar. Vier op de vijf consumenten zou graag een keurmerk zien als vergelijkingssites echt onafhankelijk zijn.
- De groep switchers staat echter wat positiever tegenover vergelijkingswebsites: ze zien deze vaker als betrouwbaar en vinden het gemakkelijker om de prijzen van zorgverzekeringen te vergelijken.

Consumenten zouden graag huidige polis als uitganspunt gebruiken

- Het vergelijken van zorgverzekeringen gaat ook via een vergelijkingswebsite nog niet heel gemakkelijk: slechts 15% van de consumenten vindt het gemakkelijk om de polisvoorwaarden van zorgverzekeringen met elkaar te vergelijken. Ook het vergelijken van prijzen gaat niet heel gemakkelijk, slechts een kwart van de consumenten vindt dat dat gemakkelijk gaat via een vergelijkingswebsite. Consumenten zouden graag hun huidige polis willen aanvinken als uitgangspunt voor een vergelijking met andere zorgverzekeringen (77%). Met name oriënteerders zou dit erg helpen in hun keuze om een andere zorgverzekeraar te kiezen (88%).

Een onafhankelijke vergelijker (o.b.v. de eigen specifieke situatie) maakt het makkelijker voor de consument

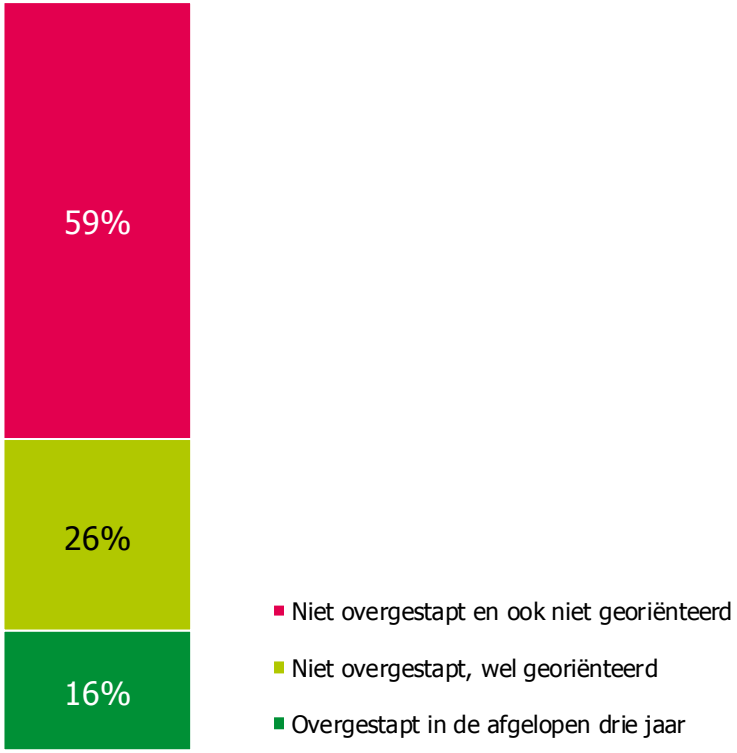
Consumenten gebruiken het liefst eigen specifieke situatie

Niet oriënteerders minder geïnteresseerd in mogelijke oplossingen

- Ruim de helft van de consumenten (55%) geeft aan dat een onafhankelijke vergelijker voor zorgverzekeringen, waarbij zij hun eigen specifieke situatie kunnen invullen en vervolgens per verzekeraar het best passende pakket zien, hen zou helpen om makkelijker over te stappen. Iets minder dan de helft (48%) zou ook geholpen zijn als ze op basis van hun huidige polis de prijs van vergelijkbare polissen zien. Circa twee op de vijf noemen daarnaast een vergelijkingssite die aantoonbaar onafhankelijk is of een keurmerk wat aangeeft dat de site betrouwbare informatie geeft.
- Ouderen noemen daarnaast relatief vaker dat ze graag onafhankelijke informatie krijgen over hoe ze een overstap het beste kunnen aanpakken.
- Verder noemen consumenten o.a. nog spontaan een soort kieswijzer, waarbij ze kunnen aangeven welke onderdelen van een verzekering zij belangrijker vinden of een vast format voor elke polis zodat deze ook makkelijker onderling te vergelijken zijn.
- Consumenten die niet zijn overgestapt en zich ook niet hebben georiënteerd lijken wat minder geïnteresseerd in manieren om overstappen makkelijker te maken. Deze groep noemt minder verschillende oplossingen en geeft ook wat vaker aan het niet te weten. Opvallend is verder dat juist consumenten die de afgelopen drie jaar al wel zijn overgestapt vaker aangeven minder pakketten per zorgverzekeraar te willen om de overstap makkelijker te maken.

Resultaten
- Al dan niet overstappen

Ruime meerderheid consumenten is afgelopen drie jaar niet overgestapt en heeft zich ook niet georiënteerd



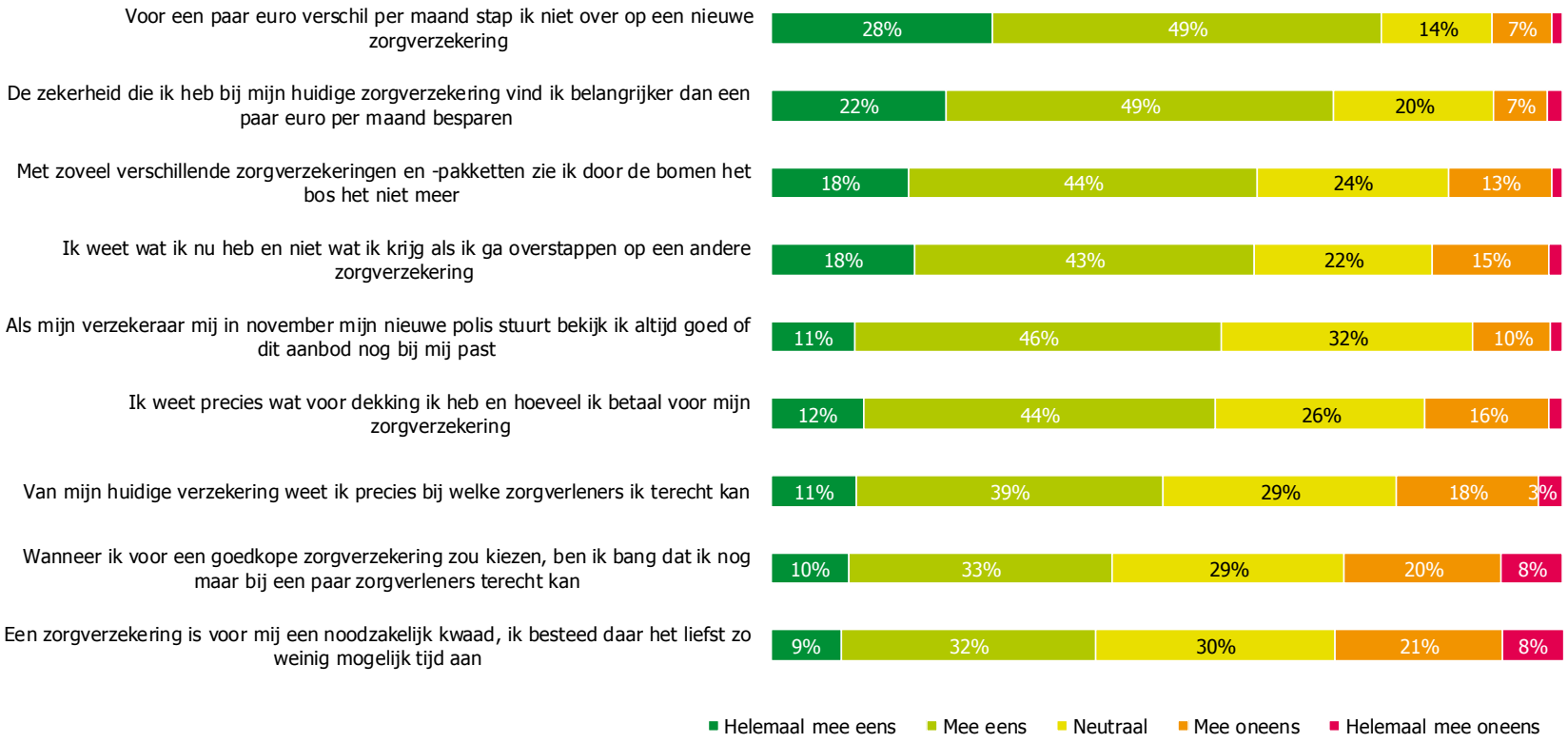
Overstappers zijn jong en hoog opgeleid
Onder jongeren (tot en met 34 jaar) is bijna een kwart de afgelopen drie jaar overgestapt op een andere zorgverzekering. Onder ouderen (55+) is dat slechts 7%. Deze groep geeft juist vaker niet te zijn overgestapt en zich ook niet te hebben georiënteerd (73%).

Ook hoogopgeleiden zijn de afgelopen drie jaar vaker opgestapt (24%) dan middenopgeleiden (13%) en laag opgeleiden (7%). Laag opgeleiden geven het vaakst aan niet te zijn overgestapt en zich ook niet te hebben georiënteerd (75%).

Er zijn geen verschillen tussen mannen en vrouwen in de mate waarin zij overstappen of zich oriënteren op een andere zorgverzekeraar.

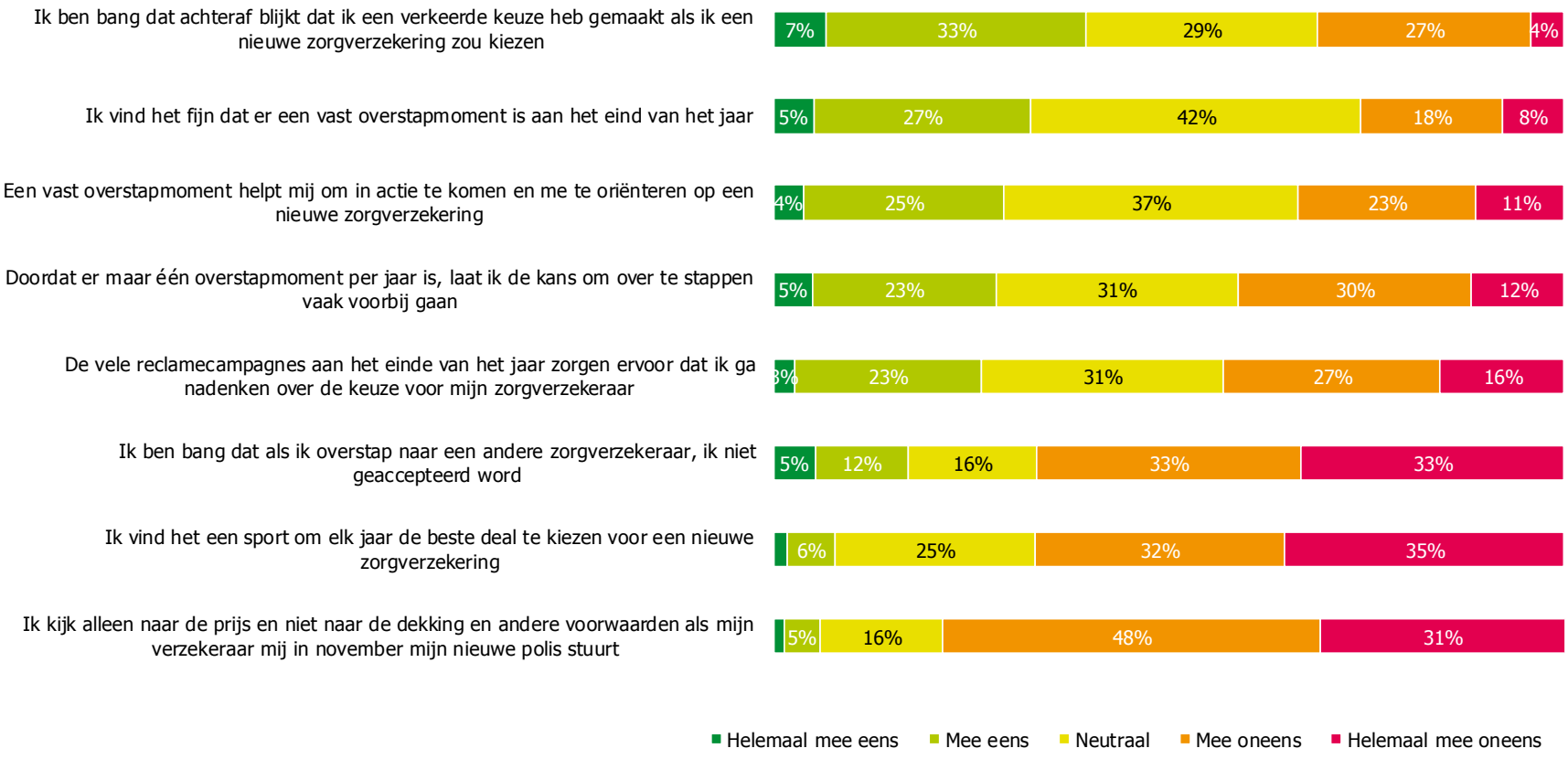
Vraag: Welke situatie is het meest op u van toepassing?
Basis: Alle respondenten (n=440).

Consumenten stappen voor klein prijsverschil niet over, zekerheid bij huidige verzekeraar wordt belangrijker geacht



Vraag: In een eerder onderzoek hebben mensen verteld of zij wel of niet zijn overgestapt op een nieuwe zorgverzekering. Hieronder ziet u uitspraken van mensen die hebben deelgenomen aan dit eerdere onderzoek. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met onderstaande uitspraken?
Basis: Alle respondenten (n=440).

Circa vier op de vijf consumenten kijkt niet alleen naar de prijs maar juist ook naar de dekking en voorwaarden



Vraag: In een eerder onderzoek hebben mensen verteld of zij wel of niet zijn overgestapt op een nieuwe zorgverzekering. Hieronder ziet u uitspraken van mensen die hebben deelgenomen aan dit eerdere onderzoek. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met onderstaande uitspraken?
Basis: Alle respondenten (n=440).

Niet-overstappers hechten meer waarde aan 'zekerheid' en worden minder getriggerd door najaarscampagne

		TOTAAL	Afgelopen drie jaar overgestapt	Niet overgestapt, wel georiënteerd	Niet overgestapt, niet georiënteerd
Voor een paar euro verschil per maand stap ik niet over op een nieuwe zorgverzekering	% (helemaal) eens	77%	53%	82%	82%
	% (helemaal) oneens	9%	25%	5%	6%
De zekerheid die ik heb bij mijn huidige zorgverzekering vind ik belangrijker dan een paar euro per maand besparen	% (helemaal) eens	71%	36%	67%	83%
	% (helemaal) oneens	9%	32%	8%	3%
Met zoveel verschillende zorgverzekeringen en -pakketten zie ik door de bomen het bos het niet meer	% (helemaal) eens	61%	56%	63%	62%
	% (helemaal) oneens	15%	19%	14%	13%
Ik weet wat ik nu heb en niet wat ik krijg als ik ga overstappen op een andere zorgverzekering	% (helemaal) eens	61%	27%	61%	71%
	% (helemaal) oneens	17%	42%	19%	8%
Als mijn verzekeraar mij in november mijn nieuwe polis stuurt bekijk ik altijd goed of dit aanbod nog bij mij past	% (helemaal) eens	57%	56%	61%	55%
	% (helemaal) oneens	11%	13%	10%	11%
Ik weet precies wat voor dekking ik heb en hoeveel ik betaal voor mijn zorgverzekering	% (helemaal) eens	56%	43%	54%	61%
	% (helemaal) oneens	17%	29%	15%	15%
Van mijn huidige verzekering weet ik precies bij welke zorgverleners ik terecht kan	% (helemaal) eens	50%	35%	45%	56%
	% (helemaal) oneens	21%	42%	31%	10%
Wanneer ik voor een goedkope zorgverzekering zou kiezen, ben ik bang dat ik nog maar bij een paar zorgverleners terecht kan	% (helemaal) eens	43%	38%	50%	42%
	% (helemaal) oneens	28%	43%	27%	23%
Een zorgverzekering is voor mij een noodzakelijk kwaad, ik besteed daar het liefst zo weinig mogelijk tijd aan	% (helemaal) eens	41%	43%	39%	41%
	% (helemaal) oneens	29%	30%	33%	27%
Ik ben bang dat achteraf blijkt dat ik een verkeerde keuze heb gemaakt als ik een nieuwe zorgverzekering zou kiezen	% (helemaal) eens	40%	23%	40%	44%
	% (helemaal) oneens	31%	47%	32%	26%
Ik vind het fijn dat er een vast overstapmoment is aan het eind van het jaar	% (helemaal) eens	33%	35%	42%	27%
	% (helemaal) oneens	26%	37%	29%	21%
Een vast overstapmoment helpt mij om in actie te komen en me te oriënteren op een nieuwe zorgverzekering	% (helemaal) eens	29%	54%	38%	18%
	% (helemaal) oneens	34%	23%	29%	39%
Doordat er maar één overstapmoment per jaar is, laat ik de kans om over te stappen vaak voorbij gaan	% (helemaal) eens	28%	30%	26%	28%
	% (helemaal) oneens	41%	53%	48%	34%
De vele reclamecampagnes aan het einde van het jaar zorgen ervoor dat ik ga nadenken over de keuze voor mijn zorgverzekeraar	% (helemaal) eens	26%	40%	41%	15%
	% (helemaal) oneens	43%	35%	29%	52%
Ik ben bang dat als ik overstap naar een andere zorgverzekeraar, ik niet geaccepteerd word	% (helemaal) eens	17%	10%	14%	21%
	% (helemaal) oneens	67%	85%	73%	58%
Ik vind het een sport om elk jaar de beste deal te kiezen voor een nieuwe zorgverzekering	% (helemaal) eens	8%	22%	11%	3%
	% (helemaal) oneens	67%	52%	60%	75%
Ik kijk alleen naar de prijs en niet naar de dekking en andere voorwaarden als mijn verzekeraar mij in november mijn nieuwe polis stuurt	% (helemaal) eens	6%	9%	8%	4%
	% (helemaal) oneens	79%	82%	82%	76%

Resultaten
- Transparantie

Zeven op de tien consumenten vindt dat zorgverzekeringen met elkaar vergelijken te veel tijd kost

Vraag: Hieronder ziet u een aantal uitspraken over het vergelijken van zorgverzekeringen. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met onderstaande stellingen?
Basis: Alle respondenten (n=440).

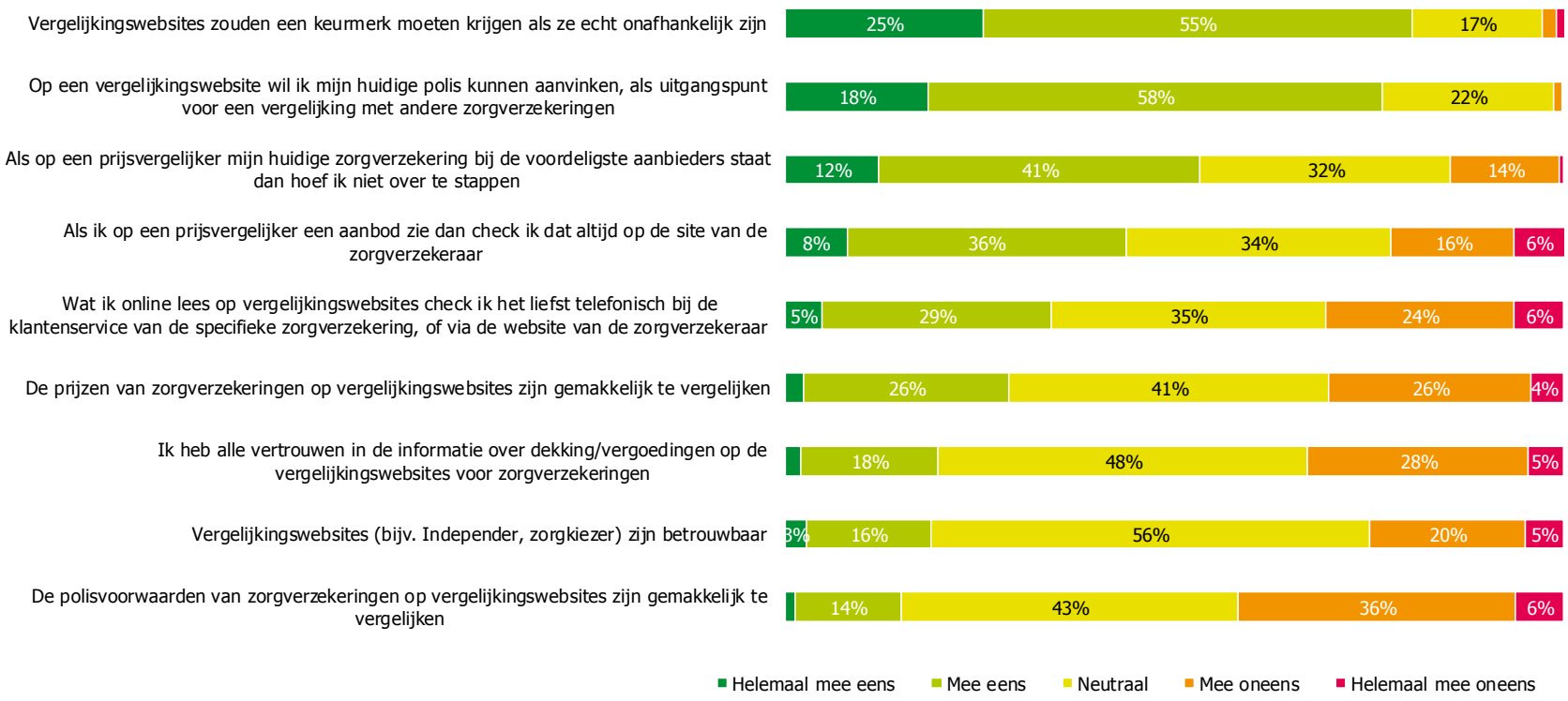
Gebrek aan transparantie bij vergelijken zorgverzekeraars zorgt ervoor dat oriënteerders niet overstappen

		TOTAAL	Afgelopen drie jaar overgestapt	Niet overgestapt, wel georiënteerd	Niet overgestapt, niet georiënteerd
Als ik zorgverzekeringen vergelijk, wil ik precies weten wat er in een pakket zit (voorwaarden)	% (helemaal) eens	84%	82%	83%	84%
	% (helemaal) oneens	5%	5%	8%	2%
Zorgverzekeringen met elkaar vergelijken kost te veel tijd	% (helemaal) eens	69%	70%	71%	68%
	% (helemaal) oneens	11%	16%	14%	9%
Het is lastig om uit te vinden welke zorgverzekering het beste bij je situatie en wensen past	% (helemaal) eens	62%	60%	68%	60%
	% (helemaal) oneens	18%	27%	18%	15%
Het is lastig om je eigen polis te vergelijken met die van andere verzekeringen	% (helemaal) eens	60%	51%	**71%**	56%
	% (helemaal) oneens	17%	**29%**	11%	17%
Bij het kiezen van een zorgverzekering vind ik het belangrijker dat ik er een goed gevoel bij heb dan de prijs	% (helemaal) eens	53%	**30%**	56%	58%
	% (helemaal) oneens	16%	**29%**	14%	13%
Zorgverzekeringen met elkaar vergelijken is als appels met peren vergelijken	% (helemaal) eens	44%	**30%**	51%	44%
	% (helemaal) oneens	23%	**38%**	27%	17%
Ik weet precies wat ik nu vergoed krijg, dat maakt vergelijken makkelijk	% (helemaal) eens	36%	32%	31%	39%
	% (helemaal) oneens	27%	28%	36%	22%
Ik heb alle vertrouwen in de informatie over dekking/vergoedingen op de sites van zorgverzekeringen	% (helemaal) eens	29%	37%	26%	27%
	% (helemaal) oneens	26%	24%	32%	24%
Het is makkelijk om te achterhalen wat er precies vergoed wordt in verschillende pakketten	% (helemaal) eens	25%	28%	21%	26%
	% (helemaal) oneens	47%	51%	54%	42%
Zorgverzekeraars geven alle informatie over dekking/vergoedingen, hierdoor kun je ze makkelijk met elkaar vergelijken	% (helemaal) eens	18%	25%	13%	18%
	% (helemaal) oneens	40%	30%	**51%**	37%

Vraag: Hieronder ziet u een aantal uitspraken over het vergelijken van zorgverzekeringen. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met onderstaande stellingen?
Basis: Alle respondenten (n=440).

Resultaten
- Vergelijkingswebsites

Consumenten zouden graag een keurmerk zien voor vergelijkingssites om onafhankelijkheid aan te tonen



Vraag: Hieronder ziet u een aantal uitspraken over vergelijkingswebsites voor zorgverzekeringen. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met onderstaande stellingen?
Basis: Alle respondenten (n=440).

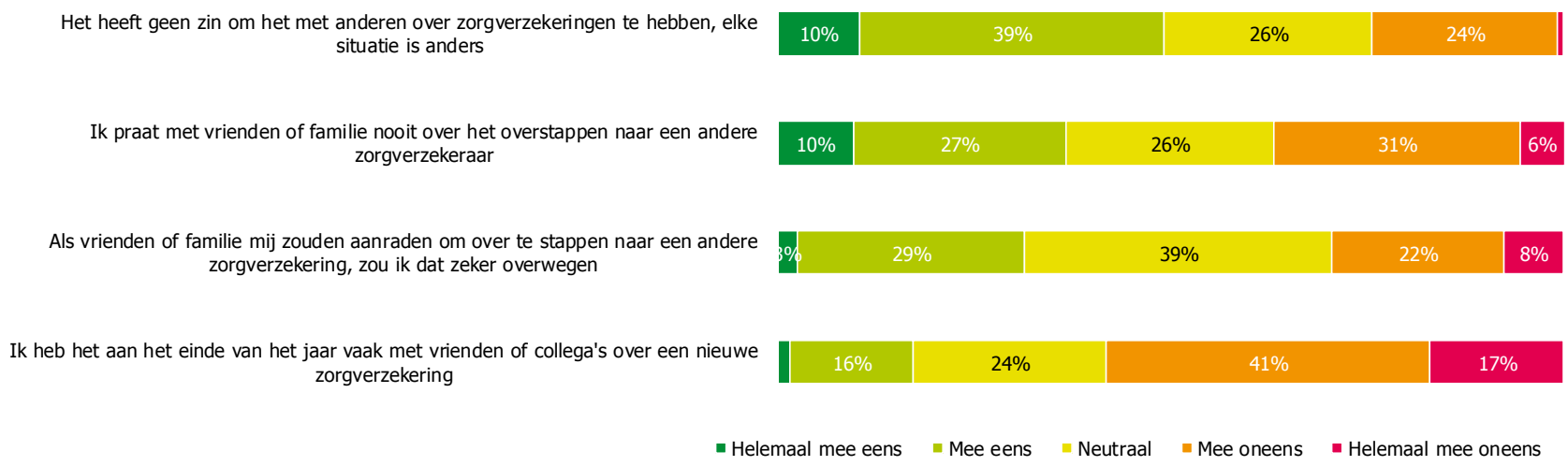
Oriënteerders vinden vergelijken het lastigst, zij zouden geholpen worden als eigen polis als uitgangspunt dient

		TOTAAL	Afgelopen drie jaar overgestapt	Niet overgestapt, wel georiënteerd	Niet overgestapt, niet georiënteerd
Vergelijkingswebsites zouden een keurmerk moeten krijgen als ze echt onafhankelijk zijn	% (helemaal) eens	80%	84%	86%	77%
	% (helemaal) oneens	3%	1%	**7%**	1%
Op een vergelijkingswebsite wil ik mijn huidige polis kunnen aanvinken, als uitgangspunt voor een vergelijking met andere zorgverzekeringen	% (helemaal) eens	77%	84%	**88%**	**69%**
	% (helemaal) oneens	1%	2%	0%	2%
Als op een prijsvergelijker mijn huidige zorgverzekering bij de voordeligste aanbieders staat dan hoef ik niet over te stappen	% (helemaal) eens	53%	41%	54%	57%
	% (helemaal) oneens	15%	**27%**	18%	9%
Als ik op een prijsvergelijker een aanbod zie dan check ik dat altijd op de site van de zorgverzekeraar	% (helemaal) eens	44%	51%	**55%**	**35%**
	% (helemaal) oneens	22%	25%	22%	21%
Wat ik online lees op vergelijkingswebsites check ik het liefst telefonisch bij de klantenservice van de specifieke zorgverzekering, of via de website van de zorgverzekeraar	% (helemaal) eens	34%	28%	39%	33%
	% (helemaal) oneens	31%	34%	35%	27%
De prijzen van zorgverzekeringen op vergelijkingswebsites zijn gemakkelijk te vergelijken	% (helemaal) eens	29%	**52%**	30%	**20%**
	% (helemaal) oneens	30%	28%	40%	26%
Ik heb alle vertrouwen in de informatie over dekking/vergoedingen op de vergelijkingswebsites voor zorgverzekeringen	% (helemaal) eens	20%	26%	22%	17%
	% (helemaal) oneens	33%	31%	41%	29%
Vergelijkingswebsites (bijv. Independer, zorgkiezer) zijn betrouwbaar	% (helemaal) eens	19%	**31%**	21%	13%
	% (helemaal) oneens	25%	27%	29%	22%
De polisvoorwaarden van zorgverzekeringen op vergelijkingswebsites zijn gemakkelijk te vergelijken	% (helemaal) eens	15%	19%	15%	13%
	% (helemaal) oneens	42%	32%	**56%**	37%

Vraag: Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de onderstaande uitspraken over vergelijkingswebsites voor zorgverzekeringen
Basis: Alle respondenten (n-440).

Resultaten
- Sociale beïnvloeding

Volgens circa de helft van de consumenten heeft het geen zin met anderen over zorgverzekeringen te praten, want elke situatie is anders



Vraag: Hieronder ziet u een aantal uitspraken over in hoeverre u zaken betreffende uw zorgverzekering bespreekt met familie of vrienden. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met onderstaande stellingen?
Basis: Alle respondenten (n=440).

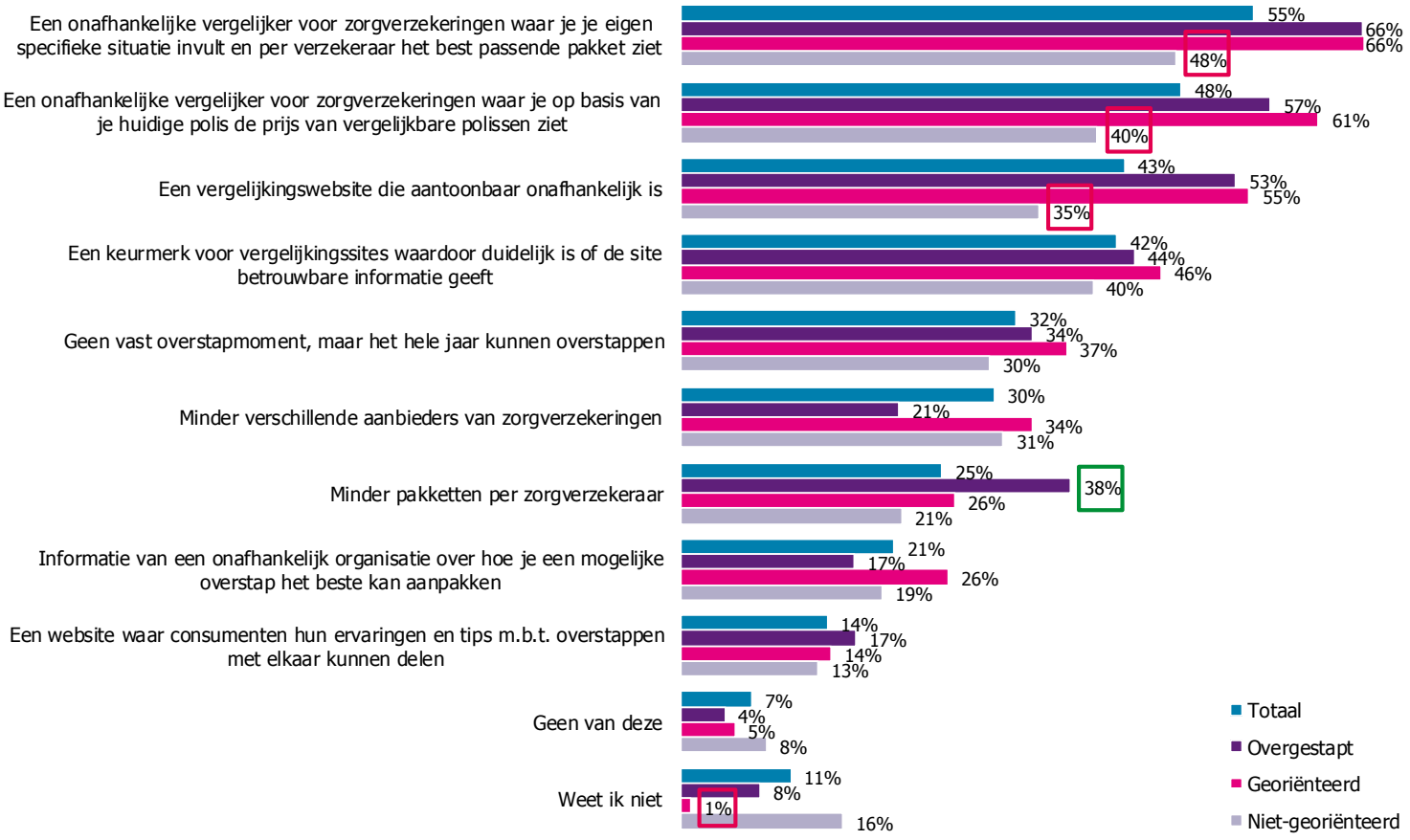
Oriënteerders praten vaker met familie / vrienden over overstappen en laten zich ook meer door hen beïnvloeden

		TOTAAL	Afgelopen drie jaar overgestapt	Niet overgestapt, wel georiënteerd	Niet overgestapt, niet georiënteerd
Het heeft geen zin om het met anderen over zorgverzekeringen te hebben, elke situatie is anders	% (helemaal) eens	49%	**32%**	41%	**58%**
	% (helemaal) oneens	24%	36%	32%	**17%**
Ik praat met vrienden of familie nooit over het overstappen naar een andere zorgverzekeraar	% (helemaal) eens	37%	31%	**21%**	**46%**
	% (helemaal) oneens	37%	45%	**60%**	**24%**
Als vrienden of familie mij zouden aanraden om over te stappen naar een andere zorgverzekering, zou ik dat zeker overwegen	% (helemaal) eens	31%	**54%**	**45%**	**19%**
	% (helemaal) oneens	30%	*10%*	**19%**	**40%**
Ik heb het aan het einde van het jaar vaak met vrienden of collega's over een nieuwe zorgverzekering	% (helemaal) eens	17%	26%	**30%**	**9%**
	% (helemaal) oneens	58%	53%	**44%**	**66%**

Vraag: Hieronder ziet u een aantal uitspraken over in hoeverre u zaken betreffende uw zorgverzekering bespreekt met familie of vrienden. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met onderstaande stellingen?
Basis: Alle respondenten (n=440).

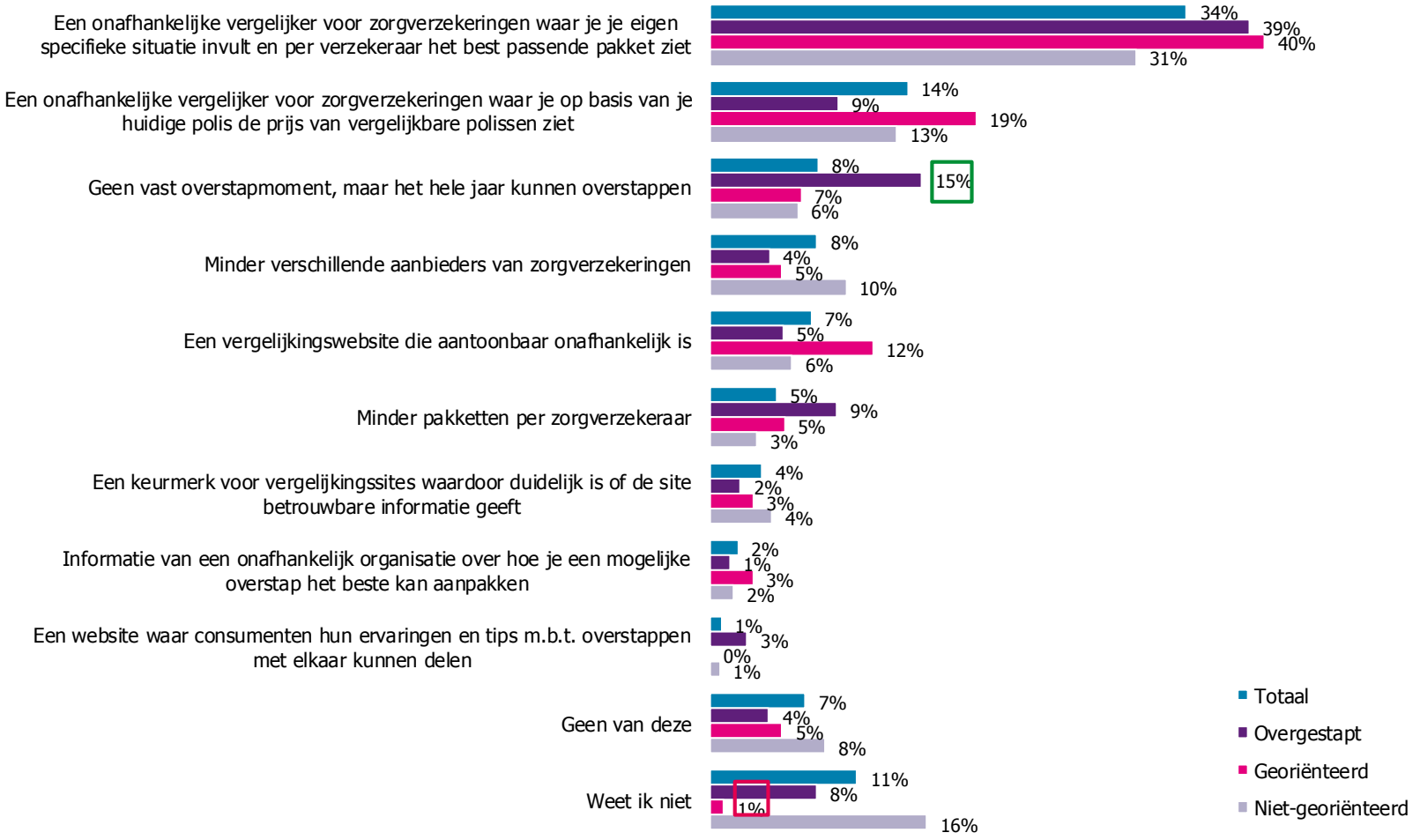
Resultaten
- Oplossingen

Een onafhankelijke vergelijker (o.b.v. de eigen specifieke situatie) maakt het makkelijker voor de consument



Vraag: Hieronder ziet u een aantal oplossingen die het makkelijker moeten maken om een zorgverzekering te kiezen. Kunt u aangeven welke van onderstaande oplossingen u zouden helpen bij uw keuze voor een nieuwe zorgverzekering? *Meerdere antwoorden mogelijk.*
Basis: Alle respondenten (n=440).

Een onafhankelijke vergelijker ook het vaakst genoemd als interventie die het meest zou helpen



Vraag: Welke oplossing zou u het meeste helpen? *Slechts 1 antwoord mogelijk.*
Basis: Alle respondenten (n=440).

significant hoger dan overige categorieën
significant lager dan overige categorieën

Duidelijkheid polissen, onderlinge vergelijkbaarheid en zelf je pakket samenstellen meest genoemd als oplossingsrichtingen

Een soort kieswijzer waar ik aangeef wat ik belangrijk vind in mijn verzekering.

Wat misschien al kan helpen is als er "vertalingen" beschikbaar zijn van de voorwaarden in "normale taal".

Niet mooier maar wel makkelijker, allemaal dezelfde opbouw en inrichting van de polissen.

Flex verzekeringen waar je aan kunt geven wat je wel en niet verzekerd wilt hebben.

Mijn grootste zorg is de aanvullende verzekering, die kun je nergens vergelijken.

Een persoonlijke polis op maat.

Vergoedingen overzichtelijk weergeven.

Een vast format waarin staat aangevinkt wat vergoedt wordt en wat het kost, zodat het naast elkaar te leggen is.

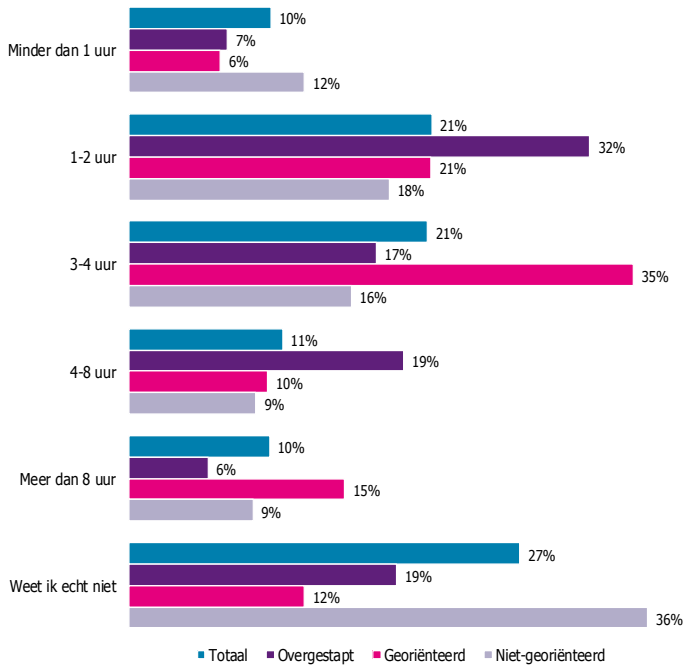
Het is niet moeilijk om de voordelen van een pakket te vinden, maar de nadelen worden vaak zorgvuldig verstopt.

Vraag: Zit u nog andere manieren waarop het voor u makkelijker kan worden gemaakt om zorgverzekeringen met elkaar te vergelijken zodat u de beste keus kunt maken?
Basis: Alle respondenten (n=440).

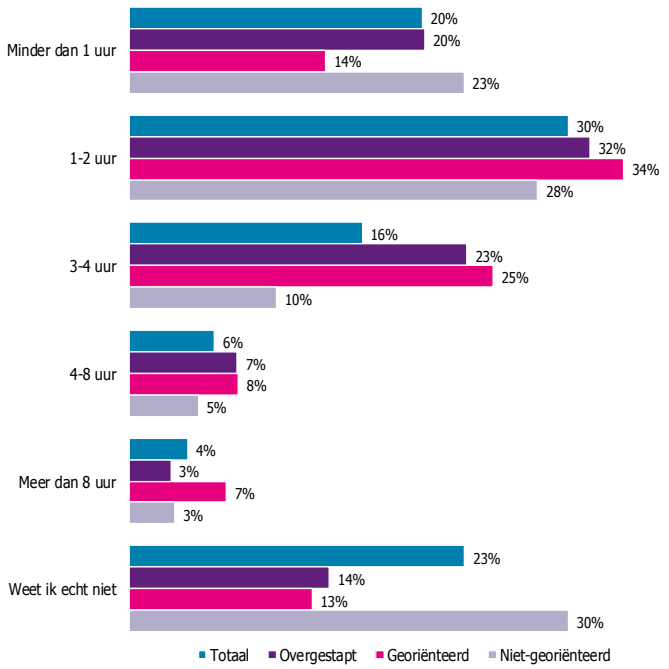
Resultaten
- Overige resultaten

Niet-oriënteerders geven vaker aan niet te weten hoeveel tijd overstappen kost, en willen hier ook minder tijd aan besteden

Verwachting tijdsduur keuze nieuwe zorgverzekering

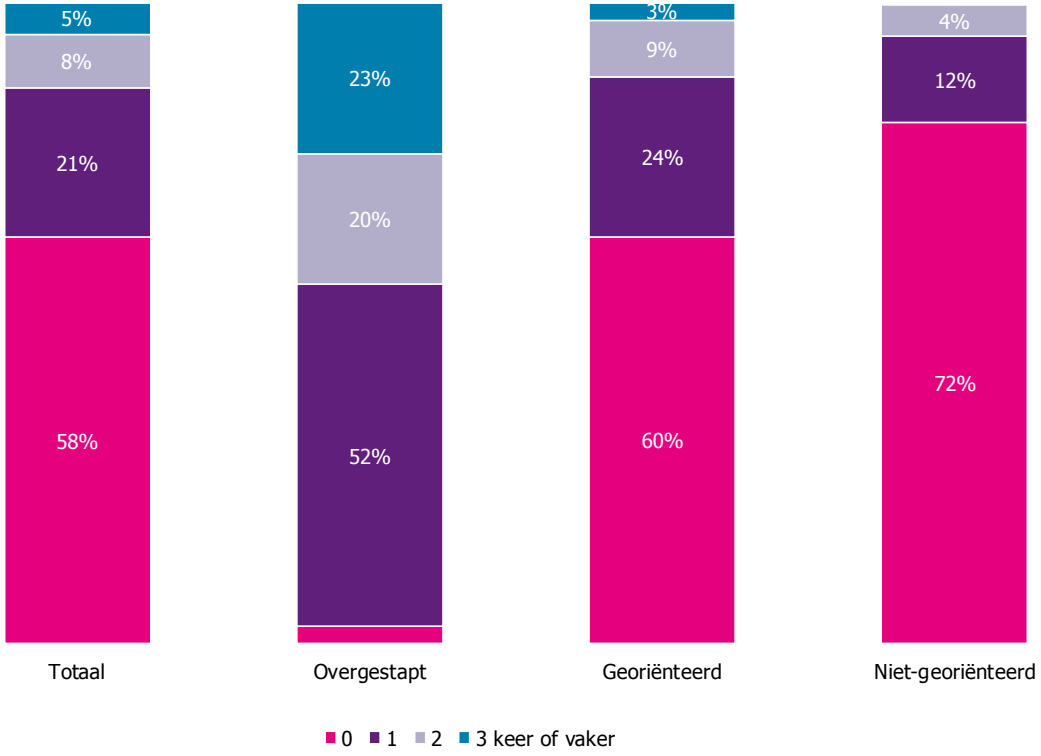


Bereidheid besteding tijd nieuwe zorgverzekering



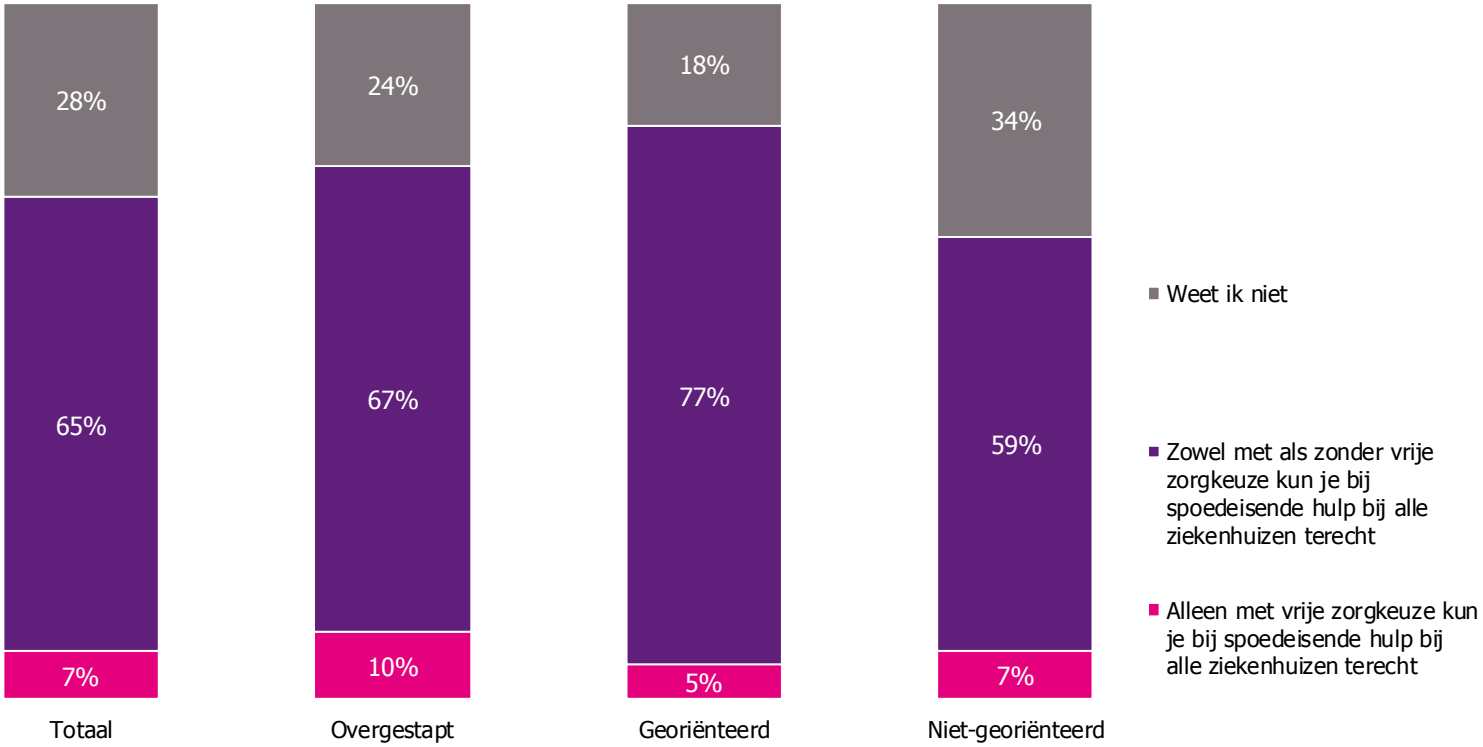
Vraag: Hoeveel tijd verwacht u dat het kost om een keuze te maken voor een nieuwe zorgverzekering?
Vraag: Hoeveel tijd bent u bereid te besteden aan het kiezen van een nieuwe zorgverzekering?
Basis: Alle respondenten (n=440).

Bijna een kwart van de overstappers is al drie keer of vaker geswitcht van zorgverzekeraar



Vraag: Hoe vaak bent u in totaal overgestapt naar een andere zorgverzekeraar?
Basis: Alle respondenten (n=440).

Circa twee derde van de consumenten is goed op de hoogte van impact vrije zorgkeuze, oriënteerders zijn het beste geïnformeerd



Vraag: Welke van onderstaande situaties is volgens u van toepassing met betrekking tot vrije zorgkeuze?
Basis: Alle respondenten (n=440).

Bijlagen

Onderzoek in vogelvlucht

	Methode	Kwantitatief online onderzoek Aankondiging en reminder: online
	Doelgroep en steekproef	De doelgroep bestaat uit consumenten 18+. Als steekproefbestand is gebruik gemaakt van De Onderzoek Groep, het panel van MarketResponse.
	Respons	Totaal zijn 1.908 leden van De Onderzoek Groep uitgenodigd deel te nemen aan het onderzoek. Netto hebben 440 respondenten deelgenomen, een respons van 23%.
	Veldwerk	Het veldwerk heeft plaatsgevonden vanaf 15 tot en met 31 augustus. De gemiddelde invultijd van de vragenlijst bedroeg: 9 minuten
	Analyse	De resultaten zijn gewogen naar Nederland representatief 18+. De weegefficiency bedraagt 90%.

marketresponse

MarketResponse is hét bureau dat bedrijven inzicht geeft in klantervaringen en houvast biedt voor een effectieve klantbenadering. Door klantdata te benutten en te analyseren, en dit te combineren met onderzoek naar de klantbeleving kunnen wij de waarde voor de eindklant optimaliseren.

Met als doel de juiste klantrelaties van onze opdrachtgevers doelmatig en efficiënt versterken. Daar gaan wij voor!