

Dossier 2015/01207

RECLAME CODE COMMISSIE

Beslissing van de Reclame Code Commissie

In de zaak van : Jonge Socialisten in de PvdA, gevestigd te Amsterdam, klagers,
tegen : Coöperatie Univé U.A., gevestigd te Assen, adverteerder.

De procedure

Klagers (hierna ook: Jonge Socialisten) hebben op 10 december 2015 door middel van het online klachtenformulier bezwaar gemaakt tegen hierna te noemen reclame-uitingen.

De klacht is op 11 december 2015 in behandeling genomen.

Namens adverteerder (hierna ook: Univé) heeft mevrouw mr. H.W. de Weijs, advocaat, verweer gevoerd bij brief van 4 januari 2016.

De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld ter zitting van 14 januari 2016.

Jonge Socialisten zijn vertegenwoordigd door de bestuursleden mevrouw L. Kuiper, M. Otten en S. Jansen.

Namens adverteerder zijn verschenen mevrouw A. Schepers en H.J. Valkenburg, bijgestaan door mr. De Weijs voornoemd, die werd vergezeld door haar kantoorgenoot mr. P.-A. van Egmond.

De bestreden reclame-uitingen

Het betreft de slogan "Onze zorgverzekering past iedereen" en de slogan "Veel verzekering voor weinig" voor zover deze door Univé worden gebruikt in:

- (a) een televisiecommercial,
- (b) op haar website www.zekur.nl,
- (c) in een banner op nu.nl en
- (d) als Facebook header.

In de televisiecommercial (uiting a) is een vrouw te zien die een T-shirt draagt met de opdruk "ZEKUR.nl" en daaronder: "Veel verzekering voor weinig". Zij geeft aan verschillende personen in een pashokje T-shirts met daarop de tekst "Gewoon ZEKUR" of "Gewoon ZEKUR Vrije keuze" of "Gewoon + Extra ZEKUR, Met Tand, Fysio, Verloskunde en kraamzorg en nog veel meer" of "Gewoon ZEKUR Fysio". Ondertussen zegt de vrouw:

"Aan het shoppen voor een zorgverzekering? ZEKUR heeft de laagste basispremie, maar past dat ook bij jou? Dat zal je verbazen. ZEKUR houdt de keuzes overzichtelijk en heeft toch voor bijna iedereen een passende zorgverzekering. Op ZEKUR.nl weet je in een paar klikken wat bij jou past. Je hebt tenslotte ook nog wel wat beters te doen."

Aan het eind van de commercial verschijnt in beeld de tekst:

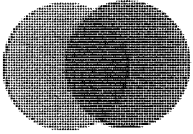
"Basisverzekering

Vanaf € 86 p.m

ZEKUR.nl

Veel verzekering voor weinig".

De laatste twee tekstregels worden ook door een voice-over uitgesproken.



In de twee bij de commercial behorende tags-on verschijnen opnieuw enkele personen in beeld met op hun T-shirts verschillende zorgverzekeringsmogelijkheden. In beeld staan de teksten "Voor iedereen een passende zorgverzekering" en "Basisverzekering Vanaf € 86 p.m ZEKUR.nl Veel verzekering voor weinig". De voice-over zegt: "Onze zorgverzekering past bijna iedereen. Jou ook? Op ZEKUR.nl weet je het in een paar klikken. Je bent al ZEKUR vanaf 86 euro per maand."

Afdrukken van de door klagers overgelegde uitingen bedoeld onder (b), (c) en (d) zijn in kopie aan deze uitspraak gehecht.

De klacht

De klacht wordt als volgt samengevat.

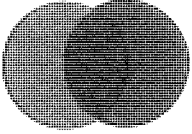
Univé voert voor haar product Gewoon ZEKUR campagne via verschillende media met de slogans "Onze zorgverzekering past iedereen" en "Veel verzekering voor weinig". Deze slogans zijn misleidend voor zover ze gebruikt worden voor de Gewoon ZEKUR zorgpolis, een "budgetpolis". De klacht heeft geen betrekking op de Gewoon ZEKUR Vrij zorgpolis; een restitutiepólis.

Slogan "Onze zorgverzekering past iedereen"

'Budgetpolissen' hebben een zeer lage premie, omdat de zorgverzekeraars voor deze polissen weinig keuzes bieden en maar een paar zorgaanbieders gecontracteerd hebben. In het geval van de Gewoon ZEKUR polis kan de verzekerde, in vergelijking met andere aanbieders van 'budgetpolissen', bij een extreem klein aantal gecontracteerde zorgaanbieders terecht om de zorgverlening volledig vergoed te krijgen. Bij niet-gecontracteerde zorgaanbieders wordt, behoudens voor spoedeisende hulp, slechts 80% van de kosten vergoed en zal de verzekerde een significant bedrag moeten bijbetalen. Bij veel jongeren, op wie de marketing van ZEKUR vooral is gericht, en ouderen, die vaker zorgbehoevend zijn, zal dit bedrag zwaar(der) op hun inkomen drukken. Daarnaast is voor ouderen met name de extra reistijd naar de gecontracteerde instellingen een bijzonder probleem. Gezien het feit dat de Gewoon ZEKUR polis wordt aangeboden in heel Nederland en zich niet richt op een specifiek geografisch gebied rond gecontracteerde zorginstellingen, wekt de slogan "Onze zorgverzekering past iedereen" de indruk dat alle bij ZEKUR verzekerden een (relatief) gelijk risico lopen en vergelijkbare lasten dragen. Dit is echter onjuist. Door het geringe aantal gecontracteerde instellingen zullen veel verzekerden ver moeten reizen of extra kosten moeten maken om de nodige zorg te krijgen, waardoor jongeren en ouderen onevenredig hard worden getroffen. De 'budgetpolis' van ZEKUR is dus niet "passend voor iedereen". Daarnaast heeft ZEKUR (ten tijde van het indienen van de klacht op 8 december 2015) nog geen informatie over de zorgaanbieders die voor 2016 gecontracteerd zullen zijn, waardoor verzekerden het risico en de eventuele reisafstand niet adequaat kunnen inschatten. Daarmee is de slogan "Onze zorgverzekering past iedereen" misleidend ten aanzien van de beschikbaarheid, de voordelen en de risico's als bedoeld in artikel 8.2 onder b van de Nederlandse Reclame Code (NRC).

Slogan "Veel verzekering voor weinig"

Gelet op het aantal door ZEKUR gecontracteerde zorgaanbieders, dat ver achterblijft bij die van andere aanbieders van 'budgetpolissen', en de gevolgen die dit heeft voor de verzekerde bij ZEKUR, is de mededeling "veel verzekering" misleidend ten aanzien van de beschikbaarheid van het product. De ZEKUR 'budgetpolis' dekt alleen het wettelijk vastgestelde basispakket, dat bij alle verzekeringen gelijk is. De kwalificatie "veel" kan daarom ook niet gelden voor het soort handelingen dat door de polis wordt gedekt. Voor zover "veel" zou slaan



op het relatief hoge percentage van de kosten die bij ZEKUR gedekt worden bij niet-gecontracteerde zorgverleners, wijzen klagers erop dat dit slechts geldt in vergelijking met enkele andere 'budgetpolissen'. Bovendien zijn de bij ZEKUR te verwachten kosten, gelet op het veel geringere aantal gecontracteerde zorgaanbieders, gemiddeld veel hoger dan bij andere verzekeraars. "Veel verzekering" is volgens klagers een misleidende claim op basis van artikel 8.2 onder b NRC, dan wel ongeoorloofde vergelijkende reclame op basis van artikel 13 onder a en c NRC.

Beide slogans

Ten slotte merken klagers op dat de reclame-uitingen onduidelijk zijn over de voornaamste kenmerken van het product, specifiek de risico's, de specificaties en de samenstelling van de zorgverzekering. De branchevereniging Zorgverzekeraars Nederland (ZN) zegt over de reclame-uitingen van zorgverzekeraars: "De acties van zorgverzekeraars zijn gericht op een overzichtelijk polisaanbod, heldere polissen, transparante bemiddeling en vergelijking, transparantie over bedrijfsvoering en zorginkoopbeleid". De reclames van ZEKUR staan hiermee evident op gespannen voet, aldus klagers.

Het verweer

Het verweer wordt als volgt samengevat.

Door adverteerder wordt vooropgesteld dat onderscheid moet worden gemaakt tussen het product waarvoor reclame wordt gemaakt en de reclame-uitingen zelf. Alleen de uitingen staan hier ter beoordeling. Klagers lijken de klacht echter vooral te gebruiken om hun politieke en ethische bezwaren tegen de naturapolis in het algemeen – door hen aangeduid als "budgetpolis" – kenbaar te maken. Nu klagers de klachtprocedure voor een ander doel gebruiken dan waarvoor die bedoeld is, dient de klacht om die reden al te worden afgewezen.

De bestreden slogans "Onze zorgverzekering past iedereen" en "Veel verzekering voor weinig" zijn algemene reclame-uitingen van het merk ZEKUR, waaronder niet alleen twee varianten van de zorgverzekering (natura- en restitutiepólis) worden aangeboden, maar ook andere verzekeringen. Klagers richten hun klacht echter op en toetsen de uitingen alleen aan de Gewoon ZEKUR zorgverzekering (de naturapolis). Dit is niet alleen in strijd met het feitelijke gebruik van de reclame-uitingen, maar leidt ook tot een eenzijdige, onvolledige en onjuiste beoordeling. Omdat de klacht aldus is gebaseerd op een te beperkt en onjuist uitgangspunt, dient de klacht ook om deze reden te worden afgewezen.

In het algemeen wordt door adverteerder aangevoerd dat Univé twee varianten van de ZEKUR zorgverzekering aanbiedt, te weten de Gewoon ZEKUR zorgpolis (naturapolis) en de Gewoon ZEKUR Vrij zorgpolis (restitutiepólis). Met de Gewoon ZEKUR zorgpolis kan de verzekerde voor spoedeisende hulp, topklinische en topreferente zorg en verloskundige hulp (en bij doorverwijzing door een gecontracteerde medisch specialist naar niet gecontracteerde medisch specialist) bij alle zorgaanbieders/ziekenhuizen in Nederland terecht en wordt deze zorg helemaal vergoed. Bij oncologische zorg wordt 100% dekking dicht benaderd. Voor de overige geplande zorg bestaat er onder de Gewoon ZEKUR polis alleen dekking bij gecontracteerde zorgaanbieders. Gaat de verzekerde in die gevallen naar een zorgaanbieder die niet is gecontracteerd, dan krijgt hij nog steeds 80% dekking, maar is een – relatief lage – eigen bijdrage verschuldigd van 20%. Bij de Gewoon ZEKUR Vrij polis heeft de verzekerde een vrije keuze en kan hij bij alle zorgaanbieders in Nederland terecht. Bij beide varianten van de Gewoon ZEKUR zorgverzekering kan de verzekerde tegen een premiekorting het verplichte eigen risico van € 385,- vrijwillig verhogen met € 100,- of € 500,-.

Daarnaast is het bij beide zorgpolissen mogelijk een of meer aanvullende zorgverzekeringen of een complete aanvullende verzekering (Extra ZEKUR Zorg) af te sluiten.

De reclame-uiting "Onze zorgverzekering past iedereen" is niet misleidend. Door de mogelijkheid te kiezen voor een natura- of restitutiepolis, met verschillende hoogtes van het eigen risico en eventuele aanvullende zorgverzekeringen wordt iedere verzekerde een verzekeringspakket geboden dat bij hem past. Deze keuzemogelijkheden staan duidelijk op de website zekur.nl en er wordt in alle reclame-uitingen aan gerefereerd. In dit verband wordt opgemerkt dat klagers slechts één afbeelding van de banner (uiting c) hebben overgelegd, waar op het T-shirt van het model alleen "Gewoon ZEKUR" staat. In werkelijkheid is sprake van een dynamische banner waarbij op de T-shirts van de verschillende modellen steeds andere verzekeringsmogelijkheden worden getoond.

Ook de reclame-uiting "Veel verzekering voor weinig" is correct en niet misleidend. Onder het merk ZEKUR biedt Univé met deze pay-off veel verzekeringen aan met goede dekkingen en relatief lage, zo niet de laagste premies. Bovendien biedt ZEKUR, zoals hiervoor toegelicht, de mogelijkheid verschillende varianten van de ZEKUR zorgverzekeringen af te sluiten, waarbij de premie voor de varianten met een aanvullende verzekering met veel dekking nog steeds laag is gehouden. De stelling van klagers dat veel verzekerden met een "budgetpolis" onverwacht veel zouden moeten bijbetalen voor niet-gecontracteerde zorg is niet door hen onderbouwd en komt overigens niet overeen met de aan Univé ter beschikking staande cijfers.

De reclame-uitingen zijn ook niet onduidelijk. Het gaat om korte en algemene slogans, die naar hun aard wervend zijn bedoeld en geen volledige informatie kunnen bevatten. Aan de verschillende verzekeringsopties wordt wel expliciet gerefereerd in alle reclame-uitingen van de ZEKUR zorgcampagne. Ook wordt in alle uitingen verwezen naar de website zekur.nl, waar voldoende duidelijke informatie wordt gegeven over de volledige verzekeringsopties en de bijbehorende voorwaarden. Ook kan een verzekerde op de website zien welke gecontracteerde zorgaanbieders/ziekenhuizen zich in zijn omgeving bevinden (en – ten tijde van het indienen van de klacht – dat ZEKUR in december 2015 nog met een aantal zorgaanbieders in gesprek was over het contract voor 2016). Bij de reclame-uitingen zijn naast de regels van de NRC ook de wettelijke bepalingen in acht genomen. Daar komt bij dat verzekeringen niet lichtzinnig en impulsief worden afgesloten, maar dat potentiële verzekerden verschillende verzekeringsopties plegen af te wegen en te vergelijken. De gemiddelde verzekeringsconsument zal er om die reden door de algemene reclame-uitingen niet snel toe worden gebracht een keuze te maken die hij anders niet zou hebben gemaakt. Overigens is door klagers ook niet gesteld of onderbouwd of en op welke manier de reclame-uitingen van het merk ZEKUR zouden leiden tot een besluit dat de verzekerde anders niet zou hebben genomen.

Dat de reclame-uitingen onder het merk ZEKUR zich op mensen in de leeftijdscategorie van 18-32 jaar richten is irrelevant en niet in strijd met de NRC. Het staat Univé vrij om haar eigen marketingbeleid vorm te geven. Overigens zijn de verzekeringen van ZEKUR niet alleen voor de leeftijdscategorie 18-32 jaar bedoeld en zijn de verzekerden van ZEKUR zorgverzekeringen van alle leeftijden.

De mondelinge behandeling

Het standpunt van klagers wordt gehandhaafd en nader toegelicht.



In reactie op het verweer stellen klagers in de eerste plaats dat, hoewel zij inderdaad grote bezwaren hebben tegen het bestaan van 'budgetpolissen' in het algemeen, de klacht uitdrukkelijk betrekking heeft op de reclamecampagne voor de 'budgetpolis' van ZEKUR. Voorts wordt aangevoerd dat de in de uitingen gebruikte slogan "Onze zorgverzekering past iedereen" duidelijk betrekking heeft op de Gewoon ZEKUR 'budgetpolis', nu de enkelvoudige vorm "zorgverzekering" wordt gebruikt in combinatie met de in de uitingen genoemde vanafprijs van € 86,-. Dit betreft de prijs van de 'budgetpolis' en niet van de Gewoon ZEKUR Vrij restitutiepolis. Gelet op het risico van hoge kosten bij de Gewoon ZEKUR polis is deze zorgverzekering eigenlijk alleen passend voor wie geen zorg nodig heeft, en dus zeker niet voor iedereen. Adverteerder zou volgens klagers in haar reclame-uitingen duidelijk op de risico's van de 'budgetpolis' moeten wijzen, maar doet dit niet. Adverteerder heeft voorts volgens klagers de juistheid van de slogan "Veel verzekering voor weinig" niet aangetoond, nu de 'budgetpolis' niet meer verzekering biedt dan andere verzekeraars en de restitutiepolis niet het goedkoopste is.

Het standpunt van adverteerder wordt gehandhaafd en, mede aan de hand van overgelegde aantekeningen, nader toegelicht.

In reactie op de mondelinge toelichting van de Jonge Socialisten wordt aangevoerd dat in het dagelijks spraakgebruik de enkelvoudige vorm "zorgverzekering" slaat op de verzekering inclusief alle te kiezen varianten (natura en restitutie) en aanvullingen. Dat dit in de onderhavige reclame-uitingen ook zo geldt, blijkt duidelijk uit de website waarnaar in de uitingen verwezen wordt. Ook tonen de modellen die in de televisiecommercial en in de banner zijn te zien allerlei keuzemogelijkheden van de ZEKUR zorgverzekering, welke mogelijkheden de bouwstenen vormen om de zorgverzekering passend te maken. Conform een richtlijn van de Nederlandse Zorgautoriteit wordt in reclame-uitingen voor zorgverzekeringen de maandpremie voor de basisverzekering bij het standaard eigenrisicobedrag vermeld. In het geval van de Gewoon ZEKUR zorgverzekering is dat het bedrag van € 86,-.

De slogan "Veel verzekering voor weinig" is geen vergelijkende reclame: er wordt niet gesuggereerd dat andere verzekeraars een dergelijke verzekering niet hebben of dat ZEKUR altijd de laagste premie biedt. Ook deze algemene slogan, die op alle door ZEKUR aangeboden verzekeringen betrekking heeft, wordt waargemaakt, aldus adverteerder.

Het oordeel van de Commissie

1:
Klagers maken bezwaar tegen de slogan "Onze zorgverzekering past iedereen" die naar hun mening een misleidende aanprijzing is van adverteerders natura zorgpolis Gewoon ZEKUR. Klagers voeren hiertoe aan, kort samengevat, dat onder deze polis van adverteerder zeer weinig zorgaanbieders zijn gecontracteerd, zodat voor de verzekerde het risico bestaat van hoge kosten voor hulp van niet-gecontracteerde zorgaanbieders, en/of lange reistijden en hoge reiskosten naar wel gecontracteerde zorgaanbieders. De Gewoon ZEKUR zorgverzekering is dus niet passend voor iedereen en de bestrëden slogan is daarom niet juist, aldus klagers.

2.
Naar het oordeel van de Commissie kan deze klacht niet slagen. Voor de gemiddelde consument is duidelijk dat de commercial en de uitingen op internet waarin de slogan "Onze zorgverzekering past iedereen" wordt gebruikt niet uitsluitend betrekking hebben op de Gewoon ZEKUR naturapolis. In deze uitingen zijn verschillende modellen te zien met telkens andere varianten van het zorgverzekeringspakket, waaruit blijkt dat niet alleen de natura basisverzekering wordt aangeprezen. Dat de aanduiding "zorgverzekering" (in enkelvoud) in

combinatie met het noemen van de vanafprijs van € 86,- per maand wel hierop zou duiden, zoals door klagers gesteld, acht de Commissie voldoende gemotiveerd weersproken. In de verschillende uitingen wordt uitdrukkelijk gewezen op de keuzemogelijkheden die de potentiële verzekerde heeft ten aanzien van de varianten Gewoon ZEKUR (naturapolis) of Gewoon ZEKUR Vrij (restitutiepolis), de hoogte van het eigen risico en de desgewenst toe te voegen aanvullende verzekeringen. Voor de gemiddelde consument is voldoende duidelijk dat adverteerder hiermee wil aangeven dat met de verschillende keuzemogelijkheden iedereen een zo veel mogelijk op zijn eigen situatie toegesneden zorgverzekering kan samenstellen om deze "passend" te maken. Niet wordt in de reclame-uitingen gesteld of gesuggereerd dat de Gewoon ZEKUR naturapolis voor iedereen de passende zorgverzekering is. Gelet op het voorgaande wordt dit onderdeel van de klacht afgewezen.

3. Klagers maken bezwaar tegen de slogan "Veel verzekering voor weinig" omdat deze naar hun mening onjuist en daardoor misleidend is en bovendien ongeoorloofde vergelijkende reclame betreft. Klagers voeren daartoe, kort gezegd, aan dat adverteerder met de Gewoon ZEKUR polis niet meer verzekering biedt dan andere aanbieders van 'budgetpolissen'. Voor zover "veel" zou slaan op het percentage vergoeding van 80% bij niet-gecontracteerde zorgaanbieders geldt dat dit alleen een relatief hoge vergoeding is in vergelijking met slechts een aantal andere verzekeraars, aldus klagers.

4. Deze klacht kan naar het oordeel van de Commissie evenmin slagen. Aannemelijk is geworden dat de uiting "Veel verzekering voor weinig" een algemene door adverteerder gebruikte slogan betreft ter aanprijzing van veel van haar verzekeringen, waaronder de zorgverzekering in beide varianten en met de verschillende keuzemogelijkheden. De uiting betreft geen vergelijkende reclame, nu daarin geen sprake is van een vergelijking. Er wordt immers niet gesteld dat adverteerder meer verzekering biedt dan andere verzekeraars en/of in vergelijking tot andere verzekeraars de laagste premie hanteert. Naar het oordeel van de Commissie zal de gemiddelde consument de slogan aldus opvatten dat volgens adverteerder een goede verhouding bestaat tussen dekking en premie van haar verzekeringen. De Commissie ziet geen aanleiding om te oordelen dat de slogan in deze zin niet mag worden gebruikt om de Gewoon ZEKUR zorgverzekering (mede) aan te prijzen.

5. Voorts stellen klagers dat de uitingen "Onze zorgverzekering past iedereen" en "Veel verzekering voor weinig" misleidend zijn, omdat deze onduidelijk zijn over de voornaamste kenmerken – meer specifiek de risico's, specificaties en samenstelling – van de aangeprezen Gewoon ZEKUR polis.

6. Zoals hiervoor reeds overwogen betreffen beide uitingen korte slogans waarmee niet alleen de Gewoon ZEKUR naturapolis wordt aangeprezen. In de uitingen voor de zorgverzekeringen van ZEKUR waarin de slogans worden gebruikt, wordt gewezen op de verschillende verzekeringsopties en wordt uitdrukkelijk verwezen naar de website zekur.nl. Voor de gemiddelde consument is voldoende duidelijk dat hij op deze website moet kijken voor informatie over de keuzemogelijkheden en de voorwaarden die, naar algemeen bekend mag worden verondersteld, voor (zorg)verzekeringen gelden. Niet is gebleken dat de website onvoldoende informatie biedt over de voornaamste kenmerken van de Gewoon ZEKUR naturapolis.

7. Gelet op het voorgaande wordt als volgt beslist.

De beslissing

De Commissie wijst de klacht af.

Partijen hebben, voor zover zij in het ongelijk zijn gesteld, de mogelijkheid tegen deze uitspraak beroep aan te tekenen bij het College van Beroep, onder gelijktijdige storting van het voor de behandeling van het beroep verschuldigde bedrag.
Het beroepschrift dient binnen 14 dagen na dagtekening van deze uitspraak in het bezit te zijn het College van Beroep, waarvan het secretariaat gevestigd is te Amsterdam.
Het postadres van het secretariaat is: postbus 75684, 1070 AR Amsterdam.

De voorzitter



Mr. D.H. Beukenhorst

De secretaris



Mr. S.L. Brons

Gewezen door mr. D.H. Beukenhorst, voorzitter, en K. Buitenhuis, L.G. Schram, drs. O. Simonse en J. Verkroost, leden.

Amsterdam, 21 januari 2016

uiting (b)

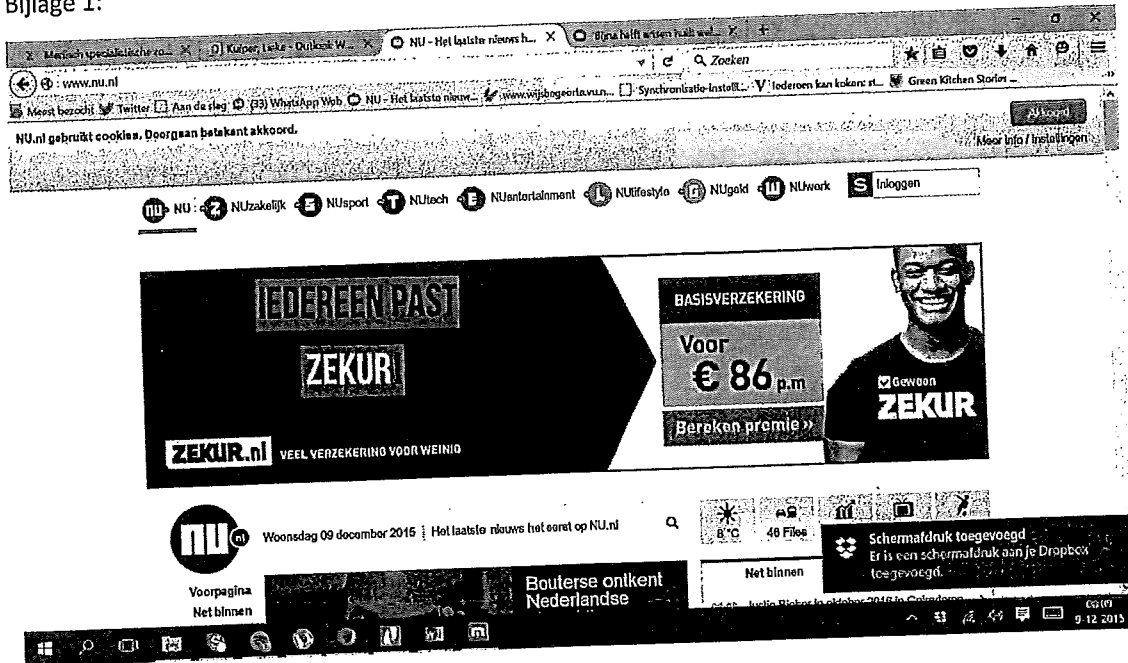
Bijlage 5:



2015/01207

uiting (c)

Bijlage 1:



Bijlage 2:



uiting (d)

Bijlage 7 (Facebook header van de Verzekeringsmaatschappij ZEKUR):



ONZE ZORGVZERKERING

PAS NEDERLEN