



Gedragcode

Objectief Vergelijken



**KEURMERK
OBJECTIEF
VERGELIJKEN**

Gedragcode 'Objectief Vergelijken'

Miljoenen keren per jaar zoeken mensen via een vergelijkingssite naar een zorgverzekering die bij hen past. Niet zo gek want vergelijkingssites bieden de consument gemak en transparantie. Bovendien zorgen zij voor concurrentie tussen de verzekeraars en voor grote besparingen bij consumenten. Dit heeft geleid tot een snelle toename van het aantal vergelijkingssites voor zorgverzekeringen.

De vier grote vergelijkingssites **Hoyhoy**, **Independer**, **Pricewise** en **Zorgkiezer** vinden het noodzakelijk dat vergelijkingssites voor zorgverzekeringen de informatieverstrekking aan consumenten verbeteren, hun vergelijkingsresultaten altijd betrouwbaar zijn en dat hun dienstverlening objectief en transparant is. Daarom introduceren zij het 'Keurmerk Objectief Vergelijken'. Het keurmerk is gekoppeld aan een nieuwe gedragscode die de vier grote vergelijkingssites hebben opgesteld. Hierin zijn regels voor betrouwbare vergelijkingsresultaten, transparante dienstverlening en klantgerichte advisering vastgelegd. De regels komen tegemoet aan eerdere aanbevelingen van de AFM. De initiatiefnemers hopen dat veel vergelijkingssites de gedragscode gaan onderschrijven, zodat de kwaliteit van de vergelijkingmarkt wordt verhoogd. Een vooruitgang voor de consument, die zo in een oogopslag kan zien of hij te maken heeft met een vergelijkingssite die het beste met hem voor heeft.

Stichting Keurmerk Objectief Vergelijken

Vergelijkingssites die het keurmerk willen voeren, worden onderworpen aan een strenge toelatingsprocedure. De Stichting Keurmerk Objectief Vergelijken certificeert de vergelijkingssites en voert de jaarlijkse hertoetsing uit. Om de objectiviteit te waarborgen heeft de stichting een onafhankelijk bestuur van drie leden; prof. dr. Bas Donkers, hoogleraar marktonderzoek aan de Erasmus Universiteit, is bestuurslid. Naar een voorzitter en het derde bestuurslid wordt nog gezocht.



De 10 punten

1. **De best passende verzekering wordt duidelijk en als eerste getoond, ook zonder vergoeding**

De verzekering die als best passend uit de vergelijking komt moet duidelijk en als eerste worden getoond aan de bezoeker. Oók als de betreffende verzekeraar geen samenwerking heeft met de vergelijkingssite en dus ook geen vergoeding betaalt. Het kan dus voorkomen dat de consument de best passende verzekering niet kan afsluiten via de vergelijkingssite.

2. **Verzekeraars die een (hogere) vergoeding betalen mogen om die reden niet hoger in het vergelijkingsresultaat komen te staan**

De rangorde waarin verzekeringen worden getoond in het vergelijkingsresultaat wordt altijd op dezelfde manier berekend. Als een verzekeraar samenwerkingscontract heeft met de vergelijker mag dit nooit een reden zijn om zijn producten hoger in de rangorde te plaatsen. Ook de hoogte van een vergoeding mag nooit invloed hebben op de rangorde in het vergelijkingsresultaat.

3. **De premie die wordt getoond moet overeenkomen met het bedrag dat daadwerkelijk van de rekening wordt afgeschreven**

De premie die in het vergelijkingsresultaat wordt getoond moet gelijk zijn aan het bedrag dat van de rekening wordt afgeschreven. De getoonde premie moet dus onder andere inclusief belastingen en terugkerende administratie- of incassokosten zijn. Eenmalige kosten worden altijd duidelijk bij de premie vermeld.

4. **Duidelijkheid over de zeggenschap**

Elke vergelijkingssite die het keurmerk draagt moet duidelijk zichtbaar aangeven wie de zeggenschap heeft bij de site. Als klant moet je die informatie makkelijk kunnen vinden, bijvoorbeeld onder het kopje 'over ons'. Daarin moeten mensen ook kunnen lezen wie toezicht houdt op de werkwijze van de site. Bijvoorbeeld een Raad van Commissarissen, een Raad van Toezicht of een Consumentenraad, ook externe toezichthouders als AFM, ACM, DNB of NZa moeten benoemd worden.

5. Duidelijkheid over het verdienmodel

Er zijn verschillende manieren waarop een vergelijkingssite inkomsten kan genereren. Hij kan bijvoorbeeld een vergoeding ontvangen als een klant vanuit de vergelijkingssite doorklikt naar de site van een verzekeraar. Het kan ook zijn dat hij alleen een vergoeding ontvangt als er via de vergelijkingssite daadwerkelijk een verzekering wordt afgesloten. De vergelijkingssite moet duidelijk aangeven met welke activiteiten hij zijn geld verdient.

6. Hoe de vergelijking tot stand komt

Vergelijkingssites mogen zelf de methode van vergelijken bepalen. Maar de consument moet een beschrijving van de betreffende vergelijkingsmethodiek makkelijk terug kunnen vinden. De methodiek die de vergelijkingssite hanteert moet voor alle verzekeringen en bij elke vergelijking op dezelfde manier worden gebruikt.

7. Volledigheid

Van vergelijkingssites die het keurmerk voeren wordt verwacht dat zij een zo compleet mogelijk aanbod van beschikbare verzekeringen tonen, zodat de consument een zo goed mogelijk beeld krijgt. Vergelijkingssites moeten alle aanbieders benoemen die zij meenemen in de vergelijking. Ook moeten zij aanbieders benoemen die zij niet meenemen in de vergelijking. Dit kunnen speciale doelgroepverzekeringen zijn, of verzekeringen van aanbieders die hun polis-informatie niet bekend willen maken aan de vergelijkingssite.

8. Advies op maat

Een echt persoonlijke vergelijking en een persoonlijk advies, zijn gebaseerd op de persoonlijke situatie van de bezoeker. Een vergelijkingsresultaat of advies mag pas worden getoond wanneer persoonlijke informatie van de consument is ingewonnen. Een vergelijkingsresultaat mag dus niet gebaseerd worden op fictieve gegevens van de bezoeker die hij daarna moet aanpassen aan zijn persoonlijke situatie.

9. De consument moet zélf kiezen

De bezoeker heeft het recht zelf zijn keuzes maken. De vergelijkingssite mag hem niet 'sturen'. Dat betekent dat de vergelijkingssite keuzevakjes die van invloed zijn op het advies of op aangeboden verzekering niet standaard al mag aanvinken. De klant moet zelf zijn wensen invullen. Over de weergave van het zoekresultaat mag de vergelijkingssite wél vooraf logische keuzes maken. Zo mag een vergelijkingssite er bijvoorbeeld voor kiezen om het vergelijkingsresultaat van een zorgverzekering standaard met maandpremies te tonen.

10. Rangschikking

Het zoekresultaat moet - naast de prijs - ook altijd één of meerdere kwaliteitsaspecten bevatten waarop de gebruiker kan rangschikken. Gebruikers moeten de rangschikking op verschillende manieren kunnen maken, waaronder in elk geval op basis van prijs en op basis van een kwaliteitsaspect.

Context

Goede vergelijkingssites zijn van grote waarde voor de consument. Ze bieden gemak en tegelijkertijd houden ze de prijzen voor consumenten laag. Verzekeraars concurreren feller als gevolg van de transparantie die vergelijkingssites brengen. Het is daarom van groot belang dat vergelijkingssites hun rol kunnen blijven vervullen.

Onderzoek van de AFM uit 2014 wees uit dat de onderzochte vijf grootste vergunninghoudende vergelijkingssites (Consumentenbond, Hoyhoy, Independer, Pricewise en Zorgkiezer) hun dienstverlening op orde hebben, dat ze toegevoegde waarde hebben en dat hun service over het algemeen in het belang van de klant is. Maar dat er ook nog ruimte is voor verbetering. Tegelijkertijd concludeerde de AFM dat de kwaliteitsverschillen bij overige vergunninghoudende vergelijkingssites groot zijn. Ook waarschuwde de AFM dat niet-vergunninghoudende vergelijkingssites – de zogenaamde advertentiesites – de consument misleiden, doordat ze geen persoonlijke informatie van hem inwinnen.

Het is van groot belang dat vergelijkingssites transparant zijn over hun werkwijze en hun dienstverlening. Consumenten moeten kunnen vertrouwen op de onafhankelijkheid en kwaliteit van de zoekresultaten en adviezen. De vier vergelijkingssites Hoyhoy, Independer, Pricewise en Zorgkiezer hebben gezamenlijk minimum-standaarden opgesteld waaraan goede vergelijkingssites moeten voldoen. Hierbij zijn de aanbevelingen van de AFM eveneens ter harte genomen.

De vier hierboven genoemde vergelijkingssites zullen de minimum-standaarden zelf in acht gaan nemen. Zij roepen alle andere vergelijkingssites – ook partijen die zonder AFM-vergunning werken – op hen hierin te volgen. Op die manier komt het klantbelang in de hele markt weer voorop te staan. Daarmee is het voor de consument duidelijk welke waarde hij moet hechten aan een vergelijking en dat hij kan vertrouwen op een goed en onafhankelijk advies.

De rollen van vergelijkingssites

Vergunninghoudende vergelijkingssites vervullen in de meeste gevallen twee rollen:

1. *Vergelijkingsrol:*
het vergelijken van de premies en voorwaarden van de producten van verzekeraars
2. *Bemiddelaarsrol:*
het namens de consument onderhandelen met verzekeraars over prijzen en voorwaarden. Maar ook die van het ontwikkelen van producten, het geven van advies, het regelen van de overstap, het beheer en de schade-afwikkeling.

Consument heeft baat bij een vergelijkingssite die ook bemiddelt

Het belang van de consument wordt het beste gediend als vergelijkingssites zowel de vergelijkingsrol als de bemiddelaarsrol innemen. Vergelijken biedt de consument grote transparantie en gemak. Bovendien zorgt vergelijken voor concurrentie tussen de verzekeraars en lage premies. Doordat een vergelijkingssite óók bemiddelt kan hij voor de consument onderhandelen met de verzekeraar over betere producten, betere premies en betere voorwaarden. Het online gemak dat vergelijkingssites bieden, spreekt nieuwe doelgroepen aan. Het gaat om mensen die zonder dit gemak bij hun huidige aanbieder blijven zitten en de overstap naar een beter passend product niet maken.



Gedragscode
Objectief Vergelijken

www.objectiefvergelijken.nl

© 2015



**KEURMERK
OBJECTIEF
VERGELIJKEN**