

Kort


TOPMAN WIL BELANG IN TESLA VERLAGEN
Musk verkoopt aandelen

Tesla-topman Elon Musk heeft voor nog eens ruim 1 miljard dollar aan aandelen in de maker van elektrische auto's verkocht. De rijkste mens op aarde – volgens de Bloomberg Billionaires Index is hij goed voor een vermogen van 278,9 miljard dollar – lijkt daarmee hard op weg om zijn belofte in te lossen om 10 procent van zijn belang in Tesla van de hand te doen. Musk heeft nu in totaal zo'n 15,6 miljoen aandelen Tesla verkocht en ongeveer 16,4 miljard dollar opgehaald sinds hij op 6 november een Twitter-enquête hield met de vraag of hij een tiende van zijn Tesla-belang zou moeten verkopen.


PRODUCTIE STIJGT MET 13 PROCENT
Meer groene stroom

De productie van hernieuwbare energie in Nederland is dit jaar met 13 procent gegroeid. Vooral stroom van windparken op zee zat in de lift. Ook wordt steeds meer groene stroom opgewekt met zonnepanelen. Toch moet de productie nog verder omhoog om aan de doelstellingen uit het energieakkoord te kunnen voldoen. Op Energieopwek.nl is realtime de productie van duurzame energie te zien. Van alle energie komt nu ruim 12,5 procent uit hernieuwbare bronnen. Daarmee presteert Nederland beter dan eerder. De toename werd wel afgeremd doordat de economie weer aantrok en er over de hele linie weer meer energie werd verbruikt, met name in het verkeer.


TEKORT DOOR LEVERINGSPROBLEMEN
Aardappelen naar Japan

Een Amerikaanse transporteur gaat drie vliegtuigen vol aardappelen naar Japan transporteren. Daarmee moet het grote tekort aan aardappelen in dat land worden verlicht. Vorige week maakte McDonald's bekend dat zijn Japanse filialen alleen nog kleine porties friet kunnen aanbieden. Het tekort aan aardappelen in Japan wordt veroorzaakt door overstromingen in een haven van Vancouver, Canada, waar doorgaans veel aardappelen worden ingeladen voor Japan. Ook de leveringsproblemen als gevolg van de coronapandemie leiden tot tekorten. McDonald's wilde het probleem tackelen met alternatieve transportmethoden.


Randstad
+0,7%

De uitzender was de grootste stijger in de AEX-index.

**Ahold
Delhaize**
+0,4%

Het supermarktconcern draait recordomzetten dankzij de coronacrisis.

**Air France
KLM**
-1,2%

Reisaandelen zakken doordat de omkronvariant oprukt.

Adyen
-2,0%

Mede door stijging van obligatierentes hebben techbedrijven het zwaar.



Meer economie:
[AD.nl/economie](https://www.ad.nl/economie)

Economie
Zorgautoriteit NZA noemt trend onwenselijk

Verzekeraar komt steeds vaker met goedkoper B-merk

Steeds meer zorgverzekeraars bieden naast hun reguliere polis een goedkoper 'broertje' aan. Deze verzekeringen verschillen inhoudelijk niet veel van het hoofdmerk, maar zijn vaak een stuk goedkoper. Het prijsverschil kan oplopen tot honderden euro's per jaar.

Tijn Elferink
Amsterdam

Een zorgverzekering bij hetzelfde hoofdmerk met nagenoeg dezelfde polis, toch betaalt de een honderden euro's meer dan de ander. Daarvoor heeft Zilveren Kruis zijn alternatief Ziezo, Menzis heeft vechtlab VinkVink, VGZ heeft Bewuzt en CZ biedt ook Just aan. Inhoudelijk verschillen de zorgpolissen amper, wel zijn de verschillen in prijs groot. „Het verschil kan oplopen tot ruim 20 euro per maand”, zegt Mirjam Prins, expert zorgverzekeringen bij vergelijkker Independer. Een zorgverzekeraar mag niet

exact dezelfde polis voor verschillende prijzen aanbieden. Om zogenoemde kloonpolissen te voorkomen, zorgen verzekeraars dat de polissen een beetje verschillen. „Minimale verschillen, zodat niemand kan zeggen dat de polissen hetzelfde zijn”, legt Prins uit. Maar de verschillen zijn zo klein, dat het eigenlijk tweelingpolissen zijn.

Zoek de verschillen

„Het lijkt wel een nieuw gezelschapsspel voor de feestdagen”, zegt Wynand van de Ven, emeritus hoogleraar Zorgverzekering aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. „Zoek de verschillen, en dat is niet eenvoudig.”

Bij Just van CZ is er bijvoorbeeld een verschil in de vergoeding voor niet-gecontracteerde zorg. Bij ge-

contracteerde zorgaanbieders wordt zorg volledig vergoed, bij niet-gecontracteerde zorgaanbieders kan het zijn dat een verzekerde moet bijbetalen. Bij CZ is dat 25 procent, bij Just 40 procent.

Verzekerden bij Ziezo moeten digitaal met hun verzekeraar communiceren, waar verzekerden van Zilveren Kruis dat ook per telefoon of brief kunnen. Ook heeft Ziezo een beperkter aanbod van gecontracteerde leveranciers van hulpmiddelen en is collectiviteitskorting niet mogelijk.

Het aanbod is nodeloos complex en dat maakt het voor consumenten

ILLUSTRATIE MARK REUNTIJENS

Helpt Nederlanders vindt data delen voor korting oké

Bijna de helft van de Nederlanders is bereid data te delen over zijn of haar levensstijl als dat betekent dat hij/zij korting krijgt op de zorgpremie.

Jongeren zijn daarin makkelijker dan ouderen, blijkt uit onderzoek van vergelijkker Pricewise en Panel Inzicht. In het onderzoek, waaraan tweeduizend mensen meededen, vindt de andere 48 procent van de ondervraagden het juist helemaal niks als gezondheid- en bewegingsgegevens, zoals het aantal stappen per dag of de hartslag, in handen komen van hun zorgverzekeraar. Als grote techbedrijven als Google en Facebook daarbij betrokken zouden zijn, is dat zelfs 64 pro-

cent. Een derde van de Nederlanders verwacht dat die techgiganten vanwege de berg aan data die zij al bezitten, zullen samenwerken met zorgverzekeraars. Volgens zorgspecialist bij Pricewise Suzanne Löwik bieden verschillende verzekeraars al beloningen aan waarbij mensen worden gestimuleerd gezond te leven en meer te bewegen. Zo krijgen verzekerden een beloning als ze per dag een bepaald aantal stappen zetten. Of ze krijgen punten als ze sportlessen volgen of de fiets pakken. Met die punten kunnen ze vervolgens een cadeau-bon ontvangen. Het zou de zorgexpert niet verbazen als het delen van data op termijn daadwerkelijk leidt tot een

korting op de zorgpremie. Wel waarschuwt ze: „We moeten goed in de gaten houden dat dit niet betekent dat de premie van mensen die geen data delen vervolgens omhooggaat. Dat past niet bij het zorgstelsel zoals we dat nu kennen, waarin leefstijlsolidariteit een belangrijke pijler is.” Uit het onderzoek blijkt verder dat bijna zes op de tien millennials vinden dat de zorg meer moet digitaliseren als daardoor de premie lager uitvalt. De laatste jaren gebeurt dit al steeds meer. Zo worden vaker digitale spreekuren gehouden, zijn patiëntdossiers online te raadplegen en kunnen zelfdiagnoses via een app worden gesteld.

– Natásja de Groot



ten erg ingewikkeld, stelt Erik Bloem van de Nederlandse Zorgautoriteit (NZa). „Het zijn vrijwel dezelfde polissen, alleen met een andere wikkel eromheen, een andere prijs en gericht op verschillende mensen. Verboden is niet, onwenselijk is het wel en daarom moeten zorgverzekeraars consumenten wijzen op deze polissen die bijna hetzelfde zijn en verschillen in prijs.”

Rechtvaardigen die kleine verschillen in de polis een premiever-schil dat op jaarbasis kan oplopen tot 250 euro? De verschillen tussen het hoofdlabel en het vechtlablel hebben invloed op de kosten, zegt Van de Ven. „Maar waarschijnlijk

is dat kostenverschil kleiner dan het premieverschil.”

Race to the bottom

Het is volgens Van de Ven dan ook waarschijnlijk dat de zorgverzekeraar met deze tweelingpolissen gezonde verzekerden zoekt waar de verzekeraar vanwege de risicoverevening aan verdient. Het is een *race to the bottom*: zodra één zorgverzekeraar begint, moeten de anderen wel volgen. „Anders gaan alle gezonde mensen naar de concurrent en blijf jij achter met de ongezonde mensen.”

De meeste marketinginspanningen zijn gericht op financieel gunstige groepen, concludeert Marco Varkevisser, hoogleraar Marktordening in de Gezondheidszorg



We hoeven er niet beter van worden. Maar als andere verzekeraars het wel doen, worden we er wel slechter van

– Marie-José van Gardingen, CZ

aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Hij onderzocht meer dan tweehonderd marketinguitingen uit het vorige overstapseizoen.

Het is een interne worsteling of we hierin meegaan, erkent Marie-José van Gardingen van CZ. „We hoeven er niet beter van worden. Maar als andere zorgverzekeraars het wel doen, worden we er wel slechter van.”

Jaarlijks introduceren zorgverzekeraars nieuwe merken en labels, blijkt uit cijfers van Independer. Voor komend jaar bieden verzekeraars 37 verschillende naturopolissen, waarbij gecontracteerde zorg vergoed wordt. Dat is ruim een kwart meer dan de 29 die vijf jaar geleden werden aangeboden.

De laatste nieuwkomer is Vink-Vink van Menzis. „Wij zijn vorig jaar klanten verloren”, zegt Corine

Rodenburg van Menzis. „We zijn gaan kijken: wie zijn weggegaan en waarom? Om die groep te bedienen, hebben we VinkVink geïntroduceerd.”

Opvallend aan tweelingpolissen is ook dat het aanbod aan aanvullende verzekeringen bij het vechtlablel veel beperkter is dan bij het hoofdmerk. Uitgebreide aanvullende verzekeringen kunnen wel in combinatie met de basisverzekering van Zilveren Kruis en niet met die van Ziezo.

„Dat is een zeer effectieve manier van risicoselectie”, zegt Van de Ven. „Op vergelijkingswebsites kiezen gezonde mensen vaak geen of een beperkte aanvullende verzekering. Chronisch zieken zullen eerder voor een uitgebreide aanvullende verzekering gaan. Gevolg is dat zij de goedkope polissen niet te zien krijgen.

„Het is gelukkig een vrij onschuldig vorm van risicoselectie”, zegt Van de Ven. Behalve het verschil in premie lijkt deze vorm volgens hem geen verdere nadelen te hebben. Volgens de hoogleraar is het goed en zelfs wenselijk dat verzekeraars inspelen op de voorkeuren van verzekerden.

Schadelijk

„Wij zien het als schadelijk”, stelt Van Gardingen van CZ, een verzekeraar die toch meer dan andere zorgverzekeraars met hoge kosten blijft zitten na de zogenoemde risicoverevening, de constructie om zorgkosten zo eerlijk mogelijk te verdelen. „We zeggen niet voor niets steeds tegen het ministerie: verbeter die risicoverevening, dan ben je hier vanaf. We hebben een prima zorgstelsel, maar hier gaat het mis.” Menzis vindt de situatie onwenselijk en pleit ook voor aanpassing van dit systeem.

Het is volgens Van de Ven van belang dat de verschillen voor de consument helder zijn. „Dat is nu niet het geval, daar ligt een taak voor zorgverzekeraars en vergelijkers.” Prins benadrukt dat Independer bij het vergelijken daarom niet alleen naar de prijs kijkt. „Om het beste advies te geven, speelt klanttevredenheid en het aanbod van zorgverleners ook mee.”

Een reis
door de tijd in
**HISTORISCHE
POCKETS!**



**History - pocket 1 tot en met 6
in een speciale verzamelbox!**



Bestel op Shop.DonaldDuck.nl/history