

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

3099

Vragen van het lid **Sneller** (D66) aan de Minister van Economische Zaken over *de rol van de overheid om gebrekkige marktwerking* (ingezonden 23 juni 2025).

Antwoord van Minister **Karremans** (Economische Zaken), mede namens de Minister van Financiën (ontvangen 15 september 2025).

Vraag 1

Bent u bekend met het rapport «Een eerlijke premie voor loyale verzekerden», van de Autoriteit Financiële Markten (AFM) waaruit blijkt dat de helft van de verzekeraars loyale klanten hogere premies rekenen dan nieuwe klanten?¹

Antwoord 1

Ja.²

Vraag 2

Deelt u de zorgen over het feit dat loyale klanten die hogere premies betalen vaker een lager inkomen hebben, en dat margepersonalisatie kwetsbare klanten disproportioneel raakt? Welke feitelijke gegevens heeft u hierover beschikbaar?

Antwoord 2

In haar rapport stelt de AFM vast dat het mogelijk in strijd is met de eerlijke en zorgvuldige behandeling van klanten wanneer loyale klanten hogere premies betalen zonder dat dit verklaarbaar is op basis van de risicoprofielen van die klanten. Tevens benoemt zij dat vooral potentieel kwetsbare consumenten die niet of nauwelijks overstappen, hierdoor kunnen worden benadeeld. De AFM verwijst hierbij naar een eerdere publicatie, de AFM Consumentenmonitor³, waaruit blijkt dat vooral consumenten met een lagere opleiding en lagere inkomensgroepen minder vaak overstappen van verzekering en lagere inkomensgroepen met een hogere opleiding en hogere inkomensgroepen. Ook stappen oudere consumenten minder vaak over dan

¹ AFM, 8 april 2025, «Een eerlijke premie voor loyale verzekerden». (<https://www.afm.nl/~profmedia/files/rapporten/2025/deep-dive-margepersonalisatie-nl.pdf>)

² Volledigheidshalve wijs ik er op dat de Minister van Financiën reeds vragen van uw Kamer heeft beantwoord over dit rapport. Zie Antwoorden op Kamervragen over bericht dat loyale klanten meer betalen voor een verzekering | Kamerstuk | Rijksoverheid.nl

³ <https://www.afm.nl/~profmedia/files/rapporten/2024/consumentenmonitor-verzekeren-2024.pdf>

jongere consumenten. Gelet op deze bevindingen deel ik de zorgen dat margepersonalisatie mogelijk vooral kwetsbare klanten raakt. Ik heb geen andere feitelijke gegevens beschikbaar dan hetgeen de AFM hierover heeft gepubliceerd.

Vraag 3

Bent u bekend met het rapport «Polisverschillen en consumentenkeuzes in de zorgverzekeringsmarkt» van de Autoriteit Consument & Markt (ACM) en Nederlandse Zorgautoriteit (NZa) uit juni 2024?⁴

Antwoord 3

Ja, hiermee ben ik bekend.

Vraag 4

Bent u bekend met het feit dat er in 2023 voor ruim 8,7 miljoen euro premiebetalers een goedkoper (bijna) gelijk alternatief was, waarmee zij in totaal 900 miljoen euro teveel betaalden?

Antwoord 4

Deze cijfers zijn afkomstig van het voornoemde rapport en hiermee ben ik bekend.

Vraag 5

Kunt u delen welke stappen u heeft gezet en zal zetten om dergelijke polisverschillen en margepersonalisatie te verminderen?

Antwoord 5

De Minister van VWS is in de brief (datum 12 juni 2025⁵) over het contracteer- en overstapseizoen ingegaan op het onderwerp van polisverschillen omdat de observaties van de NZa betrekking hebben op zorgverzekeringen. Verder kan worden opgemerkt dat de AFM in haar rapport stelde dat margepersonalisatie mogelijk kan leiden tot overtreding van de wettelijke productontwikkelingsnorm. Deze norm houdt in dat financiële ondernemingen beschikken over adequate procedures en maatregelen die waarborgen dat bij de ontwikkeling van het financieel product op een evenwichtige wijze rekening wordt gehouden met de belangen van de consument. Onderdeel hiervan is dat de producten kostenefficiënt zijn voor de klant. De AFM merkt daarbij op dat de betreffende verzekeraars zijn aangesproken op mogelijke margepersonalisatie en dat de AFM de komende periode met die verzekeraars in gesprek zal treden over naleving van de productontwikkelingsnorm. Tevens zal de AFM bekijken of er inderdaad sprake is van overtreding van de productontwikkelingsnorm. Het is aan de toezichthouder om indien nodig op te treden. Aangezien dit ook mogelijk is op grond van bestaande wetgeving is er momenteel geen aanleiding voor verdere stappen door het kabinet.

Vraag 6

Kunt u inzichtelijk maken hoe transparantie en vergelijkbaarheid van verschillende verzekeringen vergroot kunnen worden?

Antwoord 6

De NZa constateert dat er nog steeds veel polissen zijn die veel op elkaar lijken. De NZa voert daarom momenteel een onderzoek uit naar de informatieverstrekking over op elkaar lijkende polissen en of die informatieverstrekking voldoet aan de eisen van de Regeling informatieverstrekking ziektekostenverzekeraars aan consumenten (TH/NR-027). De Minister van VWS heeft in eerdergenoemde brief aangegeven dit initiatief te ondersteunen. Daarnaast zijn er verschillende vergelijkingssites voor iedereen beschikbaar waarop zorgverzekeringen vergeleken kunnen worden. Ten aanzien van verzekeringen anders dan zorgverzekeringen ziet het kabinet geen rol voor de overheid om de vergelijkbaarheid van het productaanbod te

⁴ ACM & NZa, 4 juni 2024, «Rapport ACM en NZa: Polisverschillen en consumentenkeuzes in de zorgverzekeringsmarkt». (www.acm.nl/nl/publicaties/rapport-acm-en-nza-polisverschillen-en-consumentenkeuzes-de-zorgverzekeringsmarkt)

⁵ Kamerbrief resultaten contracteer- en overstapseizoen zorgverzekeringen 2024–2025 | Kamerstuk | Rijksoverheid.nl

vergroten. Het is aan verzekeraars zelf om voldoende duidelijk inzicht te bieden onder welke voorwaarde een verzekering wordt verstrekt. Zij zijn daarbij gebonden aan wettelijke normen met betrekking tot de informatieverstrekking, welke hoofdzakelijk volgen uit afdeling 8.1 van het Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft. Deze regels zijn erop gericht consumenten in staat te stellen een weloverwogen oordeel te kunnen vormen over de verzekeringen. Verzekeraars hebben zich in dit kader ook vanuit zelfregulatie verbonden aan de Gedragscode informatieverstrekking van het Verbond van Verzekeraars.

Vraag 7

Hoe kijkt u naar een verbod op dergelijke verschillen in premies zoals in het Verenigd Koninkrijk is ingevoerd?

Antwoord 7

Sinds januari 2022 is het in het Verenigd Koninkrijk bij woning- of autoverzekeringen verboden om hogere premies te rekenen voor een verlening bij bestaande klanten ten opzichte van nieuwe klanten, wanneer het risicoprofiel van de betreffende klanten en het gebruikte verkoopkanaal gelijk zijn. Op dit moment wordt een dergelijke maatregel in Nederland niet overwogen. Zoals de AFM in haar publicatie opmerkt, kan de praktijk van margepersonalisatie in strijd zijn met bestaande wettelijke normen. Een aanvullend specifiek wettelijk verbod is daarom niet nodig.

Vraag 8

Bent u bekend met het nieuwsbericht van de ACM van 16 januari 2025 waaruit blijkt dat de meerderheid van de telecomabonnementen «slapend» zijn, en soms duurder dan die voor nieuwe klanten?⁶

Antwoord 8

Ja, daar ben ik mee bekend.

Vraag 9

Kunt u delen welke stappen u heeft gezet en zal zetten om ongegronde prijsverschillen te verminderen en de marktdynamiek te verbeteren?

Antwoord 9

De ACM ziet als onafhankelijke markttoezichthouder toe op de telecommarkt. Daartoe behoort toezicht op prijzen en marktdynamiek. De ACM heeft naar aanleiding van haar marktbeschouwing van de telecommarkt van januari 2025 aangekondigd te onderzoeken waarom internetabonnementen in de laagste snelheidscategorie (onder de 100 Mbps) duurder zijn dan snellere abonnementen. Ook gaat de ACM er op toezien dat telecomaanbieders klanten actief informeren over hun contractstatus en de voordeligste tarieven.⁷ Ik zie met belangstelling deze vervolgstappen tegemoet. Daarnaast heb ik onderzoek laten verrichten naar de prijsverschillen van internet in Nederland ten opzichte van het buitenland. Dat onderzoek is op 1 september 2025 gepubliceerd⁸.

Vraag 10

Heeft het in ministerie in beeld waarom mensen weinig overstappen bij telecomabonnementen?

Antwoord 10

Ik heb kennis genomen van het consumentenonderzoek van Motivaction⁹, dat in opdracht van de ACM is uitgevoerd ten behoeve van de Telecommonitor 2024. Dit onderzoek schetst een beeld over het overstapgedrag van consu-

⁶ ACM, 16 januari 2025, «ACM: Strenger toezicht op informatieplicht telecombedrijven en nader onderzoek prijzen budgetsegment internetdiensten». (<https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-strenger-toezicht-op-informatieplicht-telecombedrijven-en-nader-onderzoek-prijzen-budgetsegment-internetdiensten>)

⁷ ACM: Strenger toezicht op informatieplicht telecombedrijven en nader onderzoek prijzen budgetsegment internetdiensten | ACM

⁸ Informatie- en communicatietechnologie (ICT) | Tweede Kamer der Staten-Generaal

⁹ Consumentenonderzoek Telecommarkt 2024 | ACM

menten. Er is sprake van een lichte groei in het aantal consumenten dat zich oriënteert op andere abonnementen en/of daadwerkelijk overstapt. De belangrijkste redenen daarvoor zijn, al dan niet in combinatie, de mogelijke besparingen op kosten, de afloop van de contractperiode, een overstap naar glasvezel, of een andere samenstelling van het abonnement. De groep consumenten die niet overstapt is nog wel groter. De belangrijkste redenen voor deze groep consumenten om niet over te stappen zijn vooral de tevredenheid over de prijzen en dienstverlening en de combinatievoordelen van vaste en mobiele telecommunicatie abonnementen.

Vraag 11

Kunt u de Kamer informeren over mogelijkheden om overstappen te vergemakkelijken en te stimuleren, juist voor mensen die het meest gebaat zouden zijn bij de mogelijke besparingen die hier het geval van zouden kunnen zijn?

Antwoord 11

Zie antwoord op vraag 9.

Vraag 12

Hoe denkt u over een beperking op prijsdiscriminatie, waarbij bestaande klanten bij verlenging niet een hogere prijs mogen krijgen dan op dat moment geldt voor nieuwe klanten met hetzelfde product?

Antwoord 12

Zie antwoord op vraag 13 hieronder.

Vraag 13

Hoe denkt u over een beperking op prijsdiscriminatie, waarbij bestaande klanten bij verlenging van hun telecomabonnement niet een hogere prijs mogen krijgen dan op dat moment geldt voor nieuwe klanten met hetzelfde product?¹⁰

Antwoord 13

Ook dit ligt op het terrein van de ACM. Voorts verwijs ik naar het antwoord op vraag 9, waarin is genoemd dat de ACM heeft aangegeven actief toe te zien op het informeren van hun klanten over contractstatus en voordeligste tarieven van telecomabonnementen.

¹⁰ Deze vragen hoeven wat vragensteller betreft niet binnen een termijn van 6 weken beantwoord te worden als nader onderzoek nodig is of meer tijd voor gedachtevorming wenselijk is.