

Utrecht, dinsdag 3 december 2013



Ditzo doneert 1 miljoen marketingbudget aan Nederlands kankeronderzoek

Verzekeraar niet mee in mediastrijd om 'switchers' zorgverzekering

Ditzo gaat dit jaar een substantieel deel van het marketingbudget voor haar jaarlijkse zorgcampagne aan kankeronderzoek doneren. De verzekeraar stelt dit jaar 1 miljoen euro die ze normaliter uitgeeft aan tv-commercials in de 'overstapmaanden' november en december beschikbaar aan het kankeronderzoek van Professor René Bernards, verbonden aan het Antoni van Leeuwenhoek. Ditzo roept daarbij iedere Nederlander op 'kanker de wereld uit te kijken'. Voor elke kijker van de videoboodschap doneert de verzekeraar 1 euro tot aan maximaal 1 miljoen. De verzekeraar investeert liever in onderzoek om kanker te overwinnen, dan in de groep consumenten die jaarlijks overstapt.

Met deze overtuiging geeft Ditzo een duidelijk signaal af naar de markt. Afgelopen maand nog laaide de discussie over de exorbitante marketingkosten die (zorg)verzekeraars maken om de zogenaamde 'switchers' voor zich te winnen flink op. Zorgverzekeraars betalen in Nederland jaarlijks honderden miljoenen euro's per premiebetalende klant om nieuwe verzekerden aan te trekken, terwijl het percentage Nederlanders dat daadwerkelijk overstapt minimaal is.

Effectief besteden

Ditzo kijkt altijd of het niet slimmer kan en stelt daarbij dat wat onlogisch is binnen de gevestigde orde van de verzekeringssector ter discussie. Een uitzending van 'De Wereld Draait Door' inspireerde de organisatie om het ook dit jaar anders dan anders te doen. Hierin deed Professor Bernards een oproep om er samen voor te zorgen om voor iedere patient met kanker een behandeling op maat mogelijk te maken. Op deze manier kan kanker zoveel mogelijk een chronische, en niet langer een dodelijke ziekte worden.

Bob Stehmann van Ditzo: "Een zorgverzekeraar moet hart voor de zorg hebben. Door een miljoen euro beschikbaar te stellen voor het kankeronderzoek en door te investeren in de droom van professor Bernards dragen wij bij aan de verbetering van de zorg in ons land. Dat effect bereiken we niet door net als andere verzekeraars geld te stoppen in televisiecampagnes. Nu brengen we echt iets teweeg in Nederland."

Kijkkankerde werelduit.nl

Om heel Nederland bewust te maken van het belang van onderzoek naar kanker, heeft de verzekeraar een video gemaakt over dit bijzondere initiatief. Via het platform www.kijkkankerde werelduit.nl roept Ditzo heel Nederland op 'kanker de wereld uit te kijken'. En deze video vooral te delen met familie en vrienden. Voor elke bezoeker die de

video op dit platform bekijkt, doneert Ditzo 1 euro aan het onderzoek van het Antoni van Leeuwenhoek en 2 euro voor het delen.

Ditzo is ervan overtuigd om nog voor de kerst het bedrag van maximaal 1 miljoen euro met heel Nederland bij elkaar gekeken te hebben.

Voor meer informatie: www.kijkkankerdewerelduit.nl

Noot voor de redactie:

Voor meer informatie over Ditzo, dan kunt u contact opnemen met:

Creative Venue PR

Marianne Aalders

T. 020 452 5225/ 06 42150180

E. m.aalders@creativevenue.nl