

2022Z06775

Vragen van het lid **Van den Berg** (CDA) aan de Minister voor Langdurige Zorg en Sport over *reclame-uitingen voor ggz-zorg* (ingezonden 6 april 2022).

Vraag 1

Bent u bekend met reclame-uitingen van verschillende ggz-aanbieders, zoals de reclame van Mindler?¹

Vraag 2

Hoe verhoudt de ggz-zorg die via deze reclameborden aangeboden wordt zich tot ggz-zorg die via de huisarts geboden worden?

Vraag 3

Vindt u dat dit soort advertenties leiden tot medicalisering van bepaalde klachten? Waarom wel of waarom niet?

Vraag 4

Helpt dit om de wachtlijsten in de ggz-zorg te doen afnemen? Waarom wel of waarom niet? Kan dit worden onderzocht als dit niet bekend is?

Vraag 5

Is de zorg die aangeboden wordt op de reclameborden winstgevend voor deze zorgaanbieders?

Vraag 6

Wat vindt u ervan dat Mindler zich ook rechtstreeks tot de Nederlandse zorgconsument wendt, zoals advertentiecampaagnes met Nederlandse influencers, die worden betaald om over hun ervaringen met Mindler te delen op Instagram?

Vraag 7

Klopt het dat deze digitale ggz-aanbieders aan «cherry picking» doen en vooral de overwegend jonge, gezonde patiënten aannemen?

¹ Smarthealth, 9 februari 2022, «Is online van Mindler een antwoord op ggz-situatie in Nederland» (<https://smarthealth.live/2022/02/09/online-therapie-mindler-ggz-therapie/>).

Vraag 8

Kunt u aangeven of er wettelijke mogelijkheden zijn dit soort reclame-uitingen te verbieden? Zo niet, kunt u verder onderzoeken wat er wel mogelijk is?

Vraag 9

Is er onderzoek gedaan naar de kwaliteit die dit soort aanbieders bieden? Zo nee, kan er onderzoek worden gedaan bij deze aanbieder naar de kwaliteit van deze online ggz-zorg?