

Klantgerichtheid in zorg neemt af!

De marktwerking in de zorg moet klantvriendelijkheid en persoonlijke aandacht bevorderen. Desondanks scoort de gezondheidszorg in Nederland op deze punten juist onder de maat. Respectievelijk 38 en 35% van de Nederlanders is van mening dat de zorg patiëntvriendelijk en persoonlijk is, ten opzichte van 42 en 39% in 2006. Van een kwaliteitsimpuls is dus geen sprake. Omdat het publiek nog wel vertrouwen heeft in de deskundigheid van de hulpverleners (80%) en in de kwaliteit van de zorg (65%), weet de zorgsector over de gehele linie nog net een voldoende te scoren (6,5). Dit concluderen onderzoekers van Newcom Research and Consultancy in het rapport Gezondheidszorg Monitor 2009. Het rapport is gebaseerd op een online survey onder ruim duizend respondenten, die begin van 2009 werd gehouden.

Waardering gedaald

Met de komst van marktwerking en de introductie van onderlinge concurrentie in de zorg werd verwacht dat de klantgerichtheid van zorginstellingen zich sterk zou ontwikkelen. De zorgconsument zou hier de vruchten van plukken. De resultaten van het onderzoek tonen aan dat de waardering van bijvoorbeeld het ziekenhuisbezoek op alle fronten juist is gedaald. Zo gaven ziekenhuisbezoekers in 2007 nog een ruime 7,5 voor de patiëntvriendelijkheid en nu nog net een zeven. De waardering van de duidelijkheid naar de patiënt over de behandeling is onder de zeven gezakt waar het in 2007 nog een 7,5 was. Bijna de helft van de ondervraagden geeft ook aan zich in het ziekenhuis een nummer te voelen. Van de mensen die afgelopen jaar als klant met het ziekenhuis te maken hebben gehad, denkt 58% dat de bedrijfsvoering een stuk efficiënter zou kunnen.

Onprettige ervaringen

Naast deze kritische waardering van de ziekenhuiszorg in het bijzonder, geeft ook ongeveer een op de drie Nederlanders aan wel eens een onprettige ervaring te hebben gehad in de zorg. Daar blijkt, net als in 2005 en 2006, vooral gebrek aan respect en een tekort aan aandacht en tijd aan ten grondslag te liggen. Ook lange wachttijden worden vaak genoemd. Het algemene imago van de gezondheidszorg in Nederland bevestigt deze uitkomsten. Hoewel enerzijds een ruime meerderheid van de Nederlanders nog steeds vindt dat deskundigheid (80%), betrouwbaarheid (63%) en kwaliteit (65%) van toepassing zijn op de zorgsector, vinden anderzijds minder dan vier op de tien Nederlanders klantvriendelijk (38%) en persoonlijk (35%) kenmerkend voor de zorgsector. Opvallend is ook dat het aantal mensen dat de zorgsector een klantgericht imago toedicht alleen maar verder is afgenomen sinds 2005.

Verbeterpunten

Aan Nederlanders is ook gevraagd wat zij de belangrijkste verbeterpunten vinden voor de zorg in de nabije toekomst. Daaruit komt duidelijk naar voren dat, naast een goede kwaliteit van zorg, juist de mate van persoonlijke aandacht, klantvriendelijkheid en betaalbaarheid van zorg prioriteit zouden moeten krijgen. Ofwel: burgers vinden het belangrijk dat de zorg patiëntvriendelijk opereert. Daarbij komt dat de burger zich steeds vaker opstelt als kritische zorgconsument en niet terugdeinst om op zoek te gaan naar een beter alternatief. Voor geslaagde marktwerking in de zorg blijkt continu inzicht in de behoeften van de klant dus essentieel.

Medewerkers minder trots

Een andere thermometer voor de gezondheid van de zorgsector zijn medewerkers in de zorg. Binnen het panel van de Gezondheidszorgmonitor 2009 zijn dat bijvoorbeeld specialisten, verpleegkundigen, medewerkers in de thuiszorg, maar ook apothekersassistenten, diëtisten en activiteitenbegeleiders in de ggz. Bijna tweederde (63%) van deze 'handen aan het bed' geeft aan dat hun werkomgeving er sinds de introductie van marktwerking niet efficiënter op is geworden. Zij geven in nog grotere getale (72%) aan dat ook de kwaliteit van zorg hieronder lijdt. Bovendien blijkt ook dat bijna 70% van deze groep hun werk er de laatste jaren niet leuker op vindt geworden. Waar in 2005 nog 55% aangaf trots te zijn op hun organisatie blijkt dat nu met bijna 10% te zijn gedaald. Deze uitkomsten verklaren mogelijk ook de dalende trend in de mate van betrokkenheid die medewerkers voelen bij de zorginstelling waarvoor ze werken.

Attrium MC ontwikkelt zorggarantie

Om de dienstverlening aan patiënten te verbeteren heeft het Attrium MC ziekenhuis in samenwerking met TNO een zorggarantie ontwikkeld en ingevoerd. Het Attrium MC wil hiermee de klanttevredenheid

vergroten onder gebruikers van de zorg. Dit ziekenhuis is de eerste zorgaanbieder met een zorggarantie om de ontevredenheid te verminderen. Ofwel: zorg met een zachte G. De zorggarantie bestaat uit het volgende. Er worden afspraken gemaakt over wachttijden, onderzoeken worden op één dag gepland, ouders mogen aanwezig zijn bij het ontwaken van hun kinderen, et cetera. Als het ziekenhuis de garanties niet nakomt, kunnen patiënten dit melden bij de zorgverlener. Het is ook mogelijk een kaart in te vullen die men in de zorggarantiebus, bij het PatiëntenServiceBureau of via de website kan deponeren. “Ter compensatie moet de zorgverlener vervolgens iets extra’s doen voor de patiënt, zoals het regelen van een gratis uitrijkaart of een bloemtje”, aldus het Attrium MC.

Bron: ZorgMarkt.nl, Telecommerce, mei 2009.