

# Het zorghotel: succesvolle formule met onderscheidend aanbod

*Door marktwerking verandert het speelveld voor zorginstellingen voortdurend. Zorgaanbieders moeten sneller inspelen op nieuwe ontwikkelingen en trends, markt- en concurrentieverhoudingen en veranderende wensen, behoeften en financiële mogelijkheden van patiënten en klanten. Een van de manieren om dat te doen is door middel van een zorghotel. Dit artikel schetst kort de ontwikkelingen op dit gebied en enkele belangrijke aandachtspunten.*

## Wat is een zorghotel?

Een zorghotel is een "normaal" hotel dat beschikt over appartementen of kamers voor alle vormen van kort verblijf met zorg. De belangrijkste kenmerken van een zorghotel zijn:

- Kortdurend en tijdelijk verblijf (gast gaat weer weg, weer terug naar huis).
- 24 uren dienstverlening én zorgverlening.
- Hotelachtige setting met servicegerichte organisatie, comfortabele accommodatie en diverse hotelfaciliteiten.

Een zorghotel biedt enkele grote voordelen. Allereerst kan men beter inspelen op de wensen en behoeften van klanten, patiënten en hotelgasten. Hiermee kan men zich onderscheiden van andere zorgaanbieders en nieuwe markten aanboren. Ten tweede kan de dienstverlening (inclusief de zorg) relatief gezien goedkoper aangeboden worden omdat gebruik gemaakt wordt van kleinere huisvesting en zorginfrastructuur (op maat). Een ander groot voordeel is dat het voor zorgpersoneel leuker is om te werken in een zorghotel dan in een traditionele woonzorgvoorziening. Zorghotels bevinden zich op het snijvlak van zorg en hotel en daarmee binnen verschillende sectoren met verschillende wet- en regelgeving, een belangrijk aandachtspunt bij de ontwikkeling van een zorghotel.

## Zorghotel of Hotel met zorg

Er zijn al tientallen zorghotels in Nederland en nog eens tientallen projecten zijn in ontwikkeling. De variatie in zorghotels is groot, denk aan verschillen in doelgroepen, locatie, grootte, aantal kamers, verblijfsduur, dienstverlening, zorgverlening, ambiance (luxe) en financieringswijze. Grofweg kunnen twee soorten zorghotels onderscheiden worden:

- Zorghotel met een primaire focus op verblijf met zorg in een hotelachtige omgeving.
- Hotel met zorg met een primaire focus op recreatief of zakelijk verblijf met zorgvoorziening.

## Zorghotel met focus op verblijf met zorg

Er zijn diverse soorten zorghotels met een primaire focus op verblijf met zorg. Deze zorghotels kunnen verschillende functies hebben en richten zich in de praktijk op verschillende soorten hotelgasten. De dienstverlening is primair gebaseerd op de zorgbehoefte van de hotelgast c.q. zorgvrager. Het gaat dan om de volgende vormen van zorghotels:

- Zorghotel gekoppeld aan een ziekenhuis voor ziekenhuisverplaatste zorg en herstel ("zotel"). Voor ziekenhuizen is ligduurverkorting vanuit bedrijfseconomisch oogpunt een speerpunt. Patiënten worden steeds sneller van het duurdere ziekenhuis

voor herstel verplaatst naar goedkopere zorgvoorzieningen. Een voorbeeld hiervan is Zotel Hengelo dat al in 1994 van start is gegaan en nauw verbonden is aan het ziekenhuis.

- Zorghotel gekoppeld aan een verzorgingshuis voor overbruggingszorg en/of luxer verblijf. Bijvoorbeeld bij wachtlijsten voor opname in verzorgingshuis, verpleeghuis of andere woonzorgvoorziening. Veel zorginstellingen starten zelf een zorghotel in of naast de reguliere woonvoorziening zoals woonzorgcentrum Leo Polak in Amsterdam.

- Zorghotel gekoppeld aan een thuiszorginstelling voor tijdelijke opvang bij ontoereikende thuiszorg. Bijvoorbeeld bij plotselinge tijdelijke toename van de zorgvraag, of omdat een van de partners (tijdelijk) wegvalt of omdat de mantelzorg van familie tijdelijk ontbreekt.

- Zorghotel gekoppeld aan dagbehandelingcentra (polikliniek), zelfstandig behandelcentra (ZBC) of privé-klinieken voor kortdurende postoperatieve nazorg. Veel van deze dagbehandelingcentra zijn niet ingesteld op "verblijf" terwijl voor de patiënt toch vaak nog één of twee dagen intensieve nazorg nodig is.

- Zorghotel gekoppeld aan een revalidatie- en behandelcentrum voor revalidatie en/of luxer verblijf. In dit soort zorghotels verblijven de gasten in de regel veel langer dan in de andere soorten zorghotels.

- Zorghotel dat zich richt op specifieke groepen zorgvragers op basis van medische en/of sociaal-psychologische zorgbehoeften zoals:

- Kraamzorg (Kraamzorghotel Rotterdam).
- Verslaafden (Hostel Den Bosch).
- Thuislozen (Woonhotel Rotterdam).
- Mensen met mentale/psychische klachten (Zorghotel de Pitstop).
- Gehandicapten/bedlegerig (Hotelschip Zonnebloem).
- Partners en familie van patiënten (Ronald McDonald huis).



*Hotelschip Zonnebloem*

- Ouderen met dementie (Met Hart en Ziel).
- Ouderen met palliatieve zorg (Hospice Rozenheuvel).
- Chronisch zieken ([www.vakantiedialyse.com](http://www.vakantiedialyse.com)).

Zorghotels combineren voor een optimale kamerbezetting en een bedrijfseconomisch verantwoorde exploitatie, vaak een of meer van bovenstaande functies. Een succesvol voorbeeld hiervan is Zorghotel De Gouden Leeuw in Laag-Keppel. Daar ontvangt men gasten na een ziekenhuisopname, voor overbruggingszorg, om het thuisfront te ontlasten, om bij te komen na een dagbehandeling in een privé-kliniek of voor een korte herstelperiode. De gasten zijn dermate tevreden dat men al snel enkele zorgappartementen heeft bijgebouwd voor permanente bewoning. De zaken gaan zo goed dat men in februari 2008 een tweede zorghotel in Zelhem heeft geopend.

De financiering van een zorghotel vindt in de regel plaats vanuit AWBZ, DBC\*, Wmo, zorgverzekering en/of particuliere bijdragen van de hotelgast. In de meeste gevallen wordt de zorgverlening betaald vanuit de reguliere zorgfinanciering en betalen de gasten zelf een bedrag per kamer en per nacht voor de hotelfunctie met extra comfort en service. De kamerprijzen voor de hotelfunctie (exclusief zorg) zijn marktconform en vergelijkbaar met de prijzen van vergelijkbare normale hotels.

*\*In dit geval maakt verblijf in het zorghotel onderdeel uit van een Diagnose Behandel Combinatie (DBC).*

Zorghotels zijn feitelijk op twee verschillende markten actief. Enerzijds de zakelijke markt met klanten (financiers) als zorgkantoren, zorgverzekeraars en gemeenten en anderzijds de consumentenmarkt met individuele hotelgasten en zorgvragers. Zorghotels moeten daarom op marketinggebied een tweesporenbeleid volgen.

### Hotel met zorg op basis van de verblijfsbehoefte

Hierbij gaat het om “normale” hotels met een primaire focus op recreatief of zakelijk verblijf, met daarnaast ook een (veelal beperkte) zorginfrastructuur. Denk aan zorgverleners, hulpmiddelen, apparatuur en aangepaste accommodaties en voorzieningen. Voor de zorgfunctie werkt men vaak samen met een dichtbijgelegen ziekenhuis, verzorgingshuis of thuiszorginstelling. Zorghotels in dit segment richten zich meestal op verschillende doelgroepen met een multifunctioneel karakter. Denk aan consumenten (vakantiegangers met een zorgbehoefte), maar ook aan bedrijven en zakenmensen (congresgangers, vergaderruimtes, trainingslocaties).

Voorbeeld hiervan is het nieuwe Zotel AMC in Amsterdam. Naast tweehonderd gastenkamers, twintig appartementen en de bijbehorende voorzieningen krijgt het Zotel ruime vergader- en congresfaciliteiten. Een verlengstuk van het Academisch Medisch Centrum (AMC) wordt het nadrukkelijk niet: professionele medische faciliteiten zullen ontbreken. In samenspraak met het AMC wordt wel voorzien in speciale aanpassingen voor overnachtende patiënten, zoals verhoogde bedden en toiletten en een minimaal aantal drempels (bron: amc.uva.nl).

In de recreatie- en toerismemarkt zijn al meerdere partijen actief op het gebied van “vakantie met zorg”. Denk aan het viersterren zorghotel De Palatijn in Alkmaar, bungalowparken als Cita Romana (samen met thuiszorg Laurens), Zorgvakantieplan (voor zorgvakantiereizen naar Spanje), maar ook kleinschalige initiatieven als Zorgboerderijhotel Slachtehiem. (zie kader op pagina 7).

### Positionering en profilering zorghotel

Een zorghotel speelt in meer of mindere mate in op aanwezige zorgbehoeften én verblijfsbehoeften. Afhankelijk van het doel, de doelgroep en de aard van het zorghotel ligt de focus meer op de zorgbehoefte, meer op de verblijfsbehoefte of op beiden. Door zich daarnaast te richten op enkele specifieke algemene kenmerken van potentiële hotelgasten, kan een onderscheidend zorghotel- en marketingconcept ontwikkeld worden. Een voorbeeld daarvan is het eerste echtscheidingshotel in Nederland en voor zover bekend het eerste echtscheidingshotel ter wereld, het “HeartBreak Hotel”. Dit hotel combineert vakantie, zorg en ondersteuning voor mensen die in echtscheiding liggen. Mensen die op dat moment nergens terecht kunnen en rust en mentale, psychische en andere ondersteuning kunnen gebruiken (bron: heartbreakhotelamsterdam.nl).



Gastenverblijf in Woonhotel/Arthotel in Rotterdam. Een artikel uit Zorgspecial 10.4 (Pag. 32-35) vindt u als pdf in de e-Special op deze pagina.

In de praktijk ziet men vaak dat kleinere zorghotels zich specifiek richten op een scherp omliggende doelgroep met een scherp omliggend aanbod om zich voldoende te kunnen onderscheiden van andere aanbieders (niche spelers). Daar tegenover richten grotere zorghotels zich vaak op verschillende marktsegmenten en doelgroepen om voldoende bezettingsgraad te kunnen realiseren en om voldoende schaalgroottes te krijgen voor optimale benutting van de benodigde hotelvoorzieningen en zorginfrastructuur. Er zijn ook hotels die zich richten op gasten met een zorgvraag (zorgvragers) én gasten zonder zorgvraag (normale hotelgasten), bijvoorbeeld het viersterren Woonhotel/Arthotel Rotterdam. Dit hotel biedt enerzijds op hotelmatige wijze onderdak aan Rotterdamse thuislozen en fungeert anderzijds als viersterren hotel voor vakantiegangers en zakenmensen.

Het is het belangrijk om vooraf goed inzage te hebben in de wensen, behoeften en verwachtingen van (personen uit de) beoogde doelgroepen omdat deze informatie de basis vormt voor het:

- Ontwikkelen van een onderscheidend hotel- en marketingconcept.
- Gericht onder de aandacht brengen van het hotel en de producten en diensten.
- Ontwikkelen en aanbieden van nieuwe producten en diensten.
- Ontwikkelen van marketingcommunicatie boodschappen en middelen.
- Ontwikkelen van marketingacties gericht op werving, behoud en ontwikkeling.
- Opstellen van een realistisch bedrijfsplan en marketingplan.

Het gekozen hotel- en marketingconcept dient op integrale wijze ontwikkeld, vormgegeven en gepromoot te worden. De basis hiervan wordt gevormd door een onderscheidend aanbod (Zorghotel of Hotel met zorg), een heldere positionering (ten opzichte van concurrerende aanbieders), een aantrekkelijke profilering (ten opzichte van de doelgroep) en een uitgekende marktbenadering. Het succesvol in de markt zetten van een zorghotel begint dan ook met een goed bedrijfsplan en een goed marketingplan.



### Vakantie met Zorg in Friesland

Ruim 600.000 mensen met een ernstige of zeer ernstige beperking zouden graag op vakantie in Noord-Nederland gaan, mits de accommodaties hier geschikt voor zijn. Van de toeristen met een zorgvraag ondervindt 80% belemmeringen in het vakantieaanbod. Het liefst wil de toerist met een zorgbehoefte op vakantie met mensen die geen zorg behoeven. Verblijf in een hotel, huisje of appartement verdient de voorkeur. Aparte zorghotels spreken beperkt aan. Een toerist met een zorgvraag is ook bereid meer geld uit te geven dan de doorsnee toerist. Dit blijkt uit onderzoek van de noordelijke Kamers van Koophandel. Kampeer- en recreatieboerderij Slachtehiem speelt in op deze klantbehoefte. Slachtehiem is een Friese stolpboerderij die samen met Thuiszorg Zuidwest Friesland "vakantie met zorg" aanbiedt. Boerderij, appartementen en omgeving zijn rolstoeltoegankelijk, slim ingericht en voorzien van bijvoorbeeld een plafond-til lift. Zorg op maat (AWBZ, PGB, particulier) is mogelijk. Bij Slachtehiem kan een hulp behoevende gewoon met zijn gezin, familie of vrienden op vakantie. De thuiszorg zorgt desgewenst voor de zorg en ondersteuning op de boerderij, precies naar de wensen en behoeften van de individuele vakantieklant.

Bron: *Zorgmarketing in de praktijk*, 2007

*Sjors van Leeuwen is directeur van Indora Managementadvies. Als zelfstandig marketingadviseur is hij betrokken bij projecten in de gezondheidszorg op het gebied van zorgmarketing, klantgericht ondernemen en elektronische dienstverlening. Hij is auteur van het boek "Zorgmarketing in de praktijk" en initiatiefnemer van het Zorgmarketingplatform. In het webarchief van Zorgspecial zijn diverse artikelen van zijn hand te vinden.*