

IMAGO ZORG CONSUMENTEN 2013

Wat vindt Nederland
van de ziekenhuizen
en de ziekenhuiszorg?

IMAGO ZORG CONSUMENTEN 2013

Wat vindt Nederland
van de ziekenhuizen
en de ziekenhuiszorg?

'Hoe kijken consumenten en patiënten aan tegen de ziekenhuisbranche en wat zien zij als de belangrijkste pijlers voor goede zorg?'. Dit is de hoofdvraag uit het imago-onderzoek dat de Nederlandse Vereniging van Ziekenhuizen (NVZ) heeft laten uitvoeren door onderzoeksbureau Newcom Research & Consultancy. In deze eerste editie van de 'imagomonitor zorg' vindt u de belangrijkste onderzoeksresultaten en interessante verschillen tussen mannen en vrouwen, chronisch zieken en niet-chronisch zieken en regionale verschillen.

Ruim duizend consumenten en patiënten van 18 jaar en ouder hebben in mei 2013 de online vragenlijst ingevuld.

Achtergrond van het onderzoek

Om te beginnen, leest u hier eerst wat achtergrondinformatie over de ziekenhuisbranche. Hoeveel mensen werken er in de algemene ziekenhuizen en hoeveel omzet draaien zij? Hoeveel zorg nemen wij af van deze ziekenhuizen?

De zorg vormt een belangrijk onderdeel van de Nederlandse economie. Gezondheidszorg in Nederland is goed voor 15 procent van het bruto binnenlands product (bbp), ofwel €92 miljard. Van de zorguitgaven gaat ongeveer een kwart naar medisch-specialistische zorg. In 2011 was dat bijna €24 miljard. 60 procent van deze uitgaven wordt in algemene ziekenhuizen besteed. Volgens cijfers van het Centraal Bureau Statistiek (CBS) uit 2009 ontvangt ruim 7 miljoen patiënten jaarlijks een vorm van medisch-specialistische zorg. Dat is ongeveer 43 procent van de Nederlandse bevolking. Nog meer feiten over de ziekenhuiszorg, op basis van de jaarcijfers 2012 van de algemene ziekenhuizen, ziet u hiernaast.



135.000
Banen in de ziekenhuizen



9.800.000
Eerste bezoeken aan een polikliniek



1.980.000
Aantal dagbehandelingen



13.900.000.000
Omzet in de ziekenhuiszorg

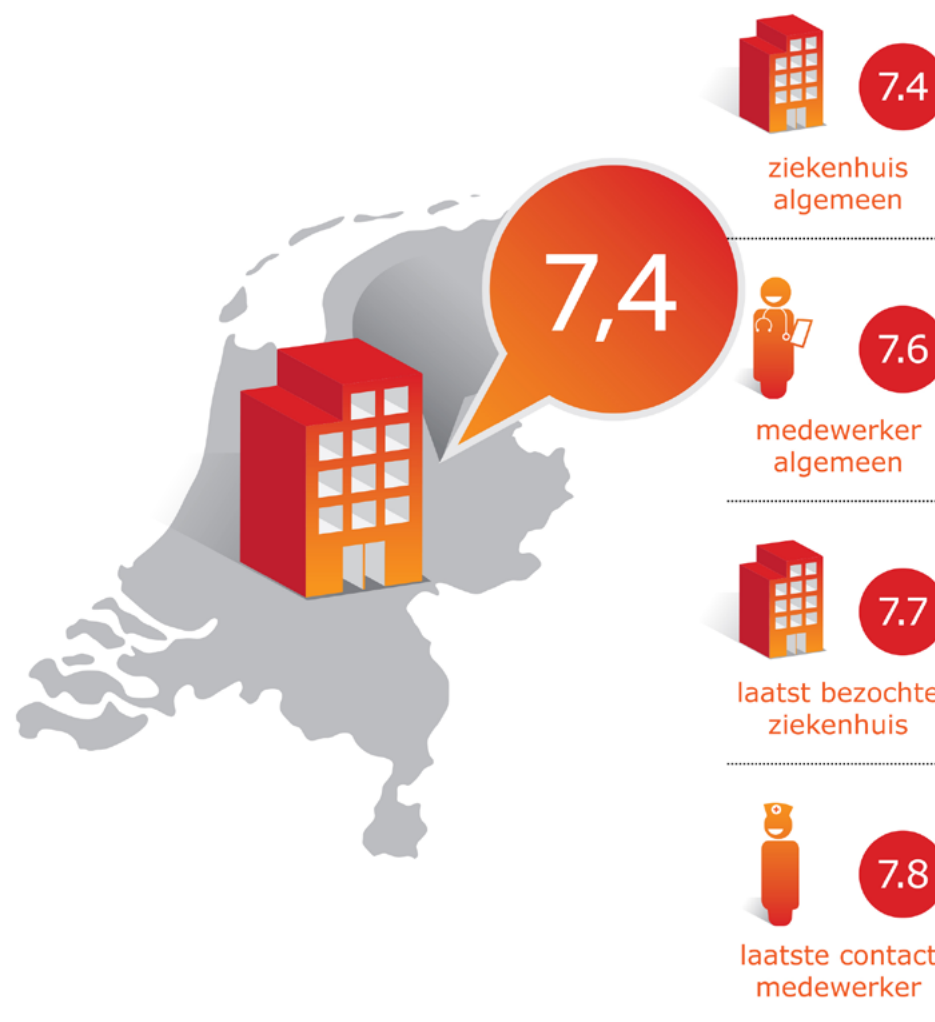


1.000+
Respondenten

Tevredenheid, vertrouwen en imago van de zorg

Het gemiddelde cijfer dat Nederlandse ziekenhuizen krijgen van consument en patiënt is een 7,4. Deze ruime voldoende is een prima score. Ziekenhuizen en ziekenhuismedewerkers die de ondervraagde zelf kent, krijgen een iets hoger cijfer: respectievelijk 7,7 en 7,8. Ook geven patiënten die vaker gebruik maken van ziekenhuiszorg gemiddeld een hoger cijfer dan mensen die dat minder doen.

Dit imago-onderzoek meet het beeld dat consumenten en patiënten hebben van ziekenhuizen en de ziekenhuiszorg. Vrijwel alle ziekenhuizen doen ook eigen onderzoek. Bij een patiënttevredenheidsonderzoek (PTO) meet men de tevredenheid over één ziekenhuis onder de eigen patiënten. De score in een PTO is vaak hoger. Deze score is niet te vergelijken met de score van het imago-onderzoek, omdat de aard van het onderzoek, de vraagstelling en de doelgroep anders is.



Chronisch zieken, die een langdurig beroep doen op de zorg, zijn gemiddeld nog positiever over het laatst bezochte ziekenhuis (7,9) en het laatste contact met een ziekenhuismedewerker (8,0) dan niet-chronisch zieken.



Consumenten en patiënten in het Noorden (7,6) zijn iets positiever over de Nederlandse ziekenhuizen dan consumenten en patiënten in de Randstad (7,3).

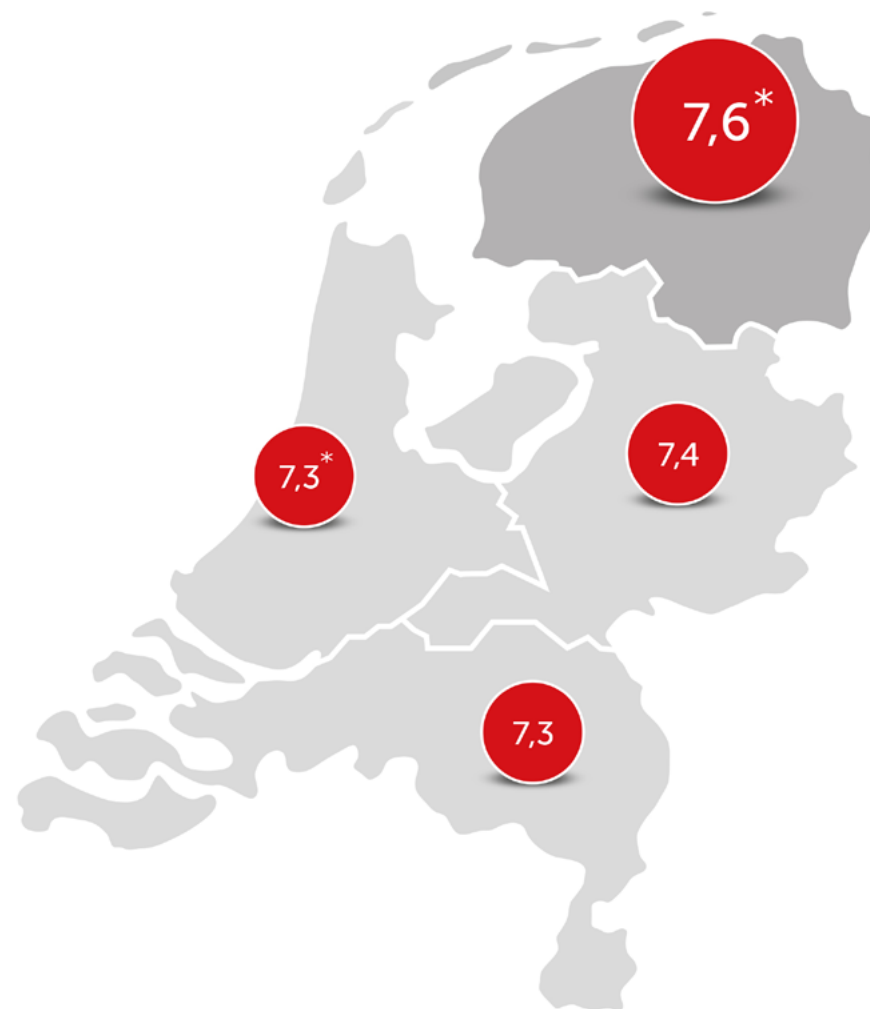
Tevredenheid, vertrouwen en imago van de zorg

Consumenten in het Noorden (7,6) beoordelen de Nederlandse ziekenhuizen hoger dan consumenten in de Randstad (7,3).

Het gemiddelde cijfer dat Nederlandse ziekenhuizen krijgen van consument en patiënt is een 7,4. In het Noorden is men zelfs nog iets positiever dan in de Randstad. Zowel landelijk als regionaal krijgen de ziekenhuizen een ruime voldoende. Dit is een prima score.

Dit imago-onderzoek meet het beeld dat consumenten en patiënten hebben van ziekenhuizen en de ziekenhuiszorg. Vrijwel alle ziekenhuizen doen ook eigen onderzoek. Bij een patiënttevredenheidsonderzoek (PTO) meet men de tevredenheid over één ziekenhuis onder de eigen patiënten. De score in een PTO is vaak hoger. Deze score is niet te vergelijken met de score van het imago-onderzoek, omdat de aard van het onderzoek, de vraagstelling en de doelgroep anders is.

Bij een uitkomst kan een asterix (*) staan. Dit betekent dat er een 'significant verschil' is tussen twee gemiddelden. Dit verschil berust met 95% zekerheid niet op toeval. Als er sprake is van een significant verschil dan kunnen er betrouwbare uitspraken worden gedaan over deze uitkomst(en).



Ziekenhuizen en ziekenhuismedewerkers die de ondervraagde zelf kent, krijgen een iets hoger cijfer: respectievelijk 7,7 en 7,8. Ook geven patiënten die vaker gebruik maken van ziekenhuiszorg, gemiddeld een hoger cijfer dan mensen die dat minder doen. Regionaal is dit beeld ook waarneembaar.

Tevredenheid, vertrouwen en imago van de zorg

Welke kenmerken zijn van toepassing op ziekenhuizen in Nederland?

Om het huidige imago van ziekenhuizen en hun medewerkers in kaart te brengen, zijn een aantal kenmerken voorgelegd aan de ondervraagden. Welke kenmerken vinden zij het beste passen bij de ziekenhuizen? En wat blijkt? Consumenten en patiënten vinden ziekenhuizen zeer deskundig (81 procent). Belangrijk voor een goed imago zijn klantgerichtheid en persoonlijke benadering.



i Voor ziekenhuismedewerkers geldt dat men ze deskundig vindt (85 procent). 76 procent van de consumenten en patiënten vindt medewerkers klantgericht en 73 procent vindt dat zij persoonlijk benaderd wordt door de medewerkers. Voor een hoge waardering is deze persoonlijke benadering belangrijk.

i Hoe ouder de respondent, hoe vaker het kenmerk persoonlijk wordt toegekend aan ziekenhuizen en hun medewerkers. Mensen van 65 jaar en ouder (82%) vinden vaker dan mensen onder de 25 jaar (63%) dat ziekenhuismedewerkers een persoonlijke benadering hebben. Dit geldt ook voor chronisch zieken (76%) ten opzichte van niet-chronisch zieken (70%).

Perceptie op kwaliteit van zorg

Persoonlijke ervaringen of die van naasten zijn belangrijk in de perceptie van ziekenhuiszorg. De meeste ondervraagden (92 procent) vinden de eigen ervaringen met het ziekenhuis het belangrijkste. Bijna de helft (48 procent) vindt de eigen ervaringen zelfs zeer belangrijk. Deze ervaringen zijn gebaseerd op meerdere factoren. Vooral zogenaamde 'zachte waarden' zoals tijd, aandacht, respect, begrip en vriendelijkheid worden vaak genoemd. De invloed van zorgverzekeraars en opiniemakers op de beeldvorming van de zorgconsument is aanzienlijk minder.

De perceptie ofwel het oordeel dat mensen hebben over de kwaliteit van ziekenhuizen wordt bepaald door een aantal elementen. Deze elementen bestaan uit zachte en harde waarden. Harde waarden zijn feitelijke elementen, zoals de hygiëne en de uitkomst van de behandeling. Zachte waarden zijn persoonlijke elementen, zoals de mate van aandacht, begrip en respect die een zorgprofessional toont. De perceptie op kwaliteit hangt samen met het imago van de ziekenhuizen.



i De kwaliteit van ziekenhuiszorg wordt door mannen en vrouwen op basis van verschillende criteria beoordeeld. Vrouwen hechten meer waarde aan zachte kenmerken, zoals tijd en aandacht, terwijl mannen vaker naar feitelijke gegevens kijken.

i Vrouwen vinden meer elementen van kwaliteit belangrijker dan mannen. Zo hechten vrouwen meer waarde aan een overzicht van ziekenhuiscriteria en het oordeel van patiëntverenigingen dan mannen.

Perceptie op kwaliteit van zorg

Welke elementen zijn belangrijk voor de beoordeling van kwaliteit?

Kwaliteit beoordeelt men voor een groot deel op grond van eigen ervaringen of die van naasten, zoals familie en vrienden. Belangrijke factoren die de eigen ervaring bepalen, zijn de manier waarop men behandeld wordt, de persoonlijke benadering van de medewerker en de tijd en aandacht die de medewerker voor de patiënt heeft.



#1 Eigen eerdere ervaring



#2 Ervaring van naasten



#3 Overzicht van ziekenhuiscriteria



Oordeel huisarts



Oordeel patiëntenvereniging



Andere patiëntervaringen



Keurmerk van het ziekenhuis



Overzicht van rankinglijsten



Oordeel zorgverzekeraar



Oordeel opiniemakers via (social) media



Chronisch zieken vinden de elementen van kwaliteit in een ziekenhuis vaker 'zeer belangrijk' dan niet-chronisch zieken.

Perceptie op kwaliteit van zorg

Welke elementen zijn belangrijk voor de beoordeling van goede ziekenhuiszorg?

Goede ziekenhuiszorg wordt door consumenten en patiënten grotendeels bepaald op basis van tien elementen van zorg. Uit het onderzoek blijkt dat vooral hygiëne (76 procent) een belangrijke graadmeter is. Andere belangrijke elementen zijn kennis en uitleg over de behandeling (66 procent) en de uitkomst hiervan (58 procent). Persoonlijke elementen als tijd en aandacht (57 procent), begrip en respect (55 procent) en vriendelijkheid (47 procent) bepalen in sterke mate de kwaliteit van ziekenhuiszorg.



#1 Hygiëne



#2 Uitleg over de behandeling



#3 Uitkomst van een behandeling



Tijd en aandacht



Patiëntveiligheid



Respect en begrip



Samenwerking en afstemming



Vriendelijkheid



Samenwerking met andere zorgverleners



Aanbod geconcentreerde specialistische zorg



Chronisch zieken vinden elementen van kwaliteit zoals tijd en aandacht, vriendelijkheid van medewerkers en de onderlinge samenwerking tussen medewerkers in een ziekenhuis vaker 'zeer belangrijk' dan niet-chronisch zieken.

Perceptie op kwaliteit van zorg

Welke indicatoren vindt men belangrijk om te weten van een ziekenhuis?

Een indicator geeft inzicht in de kwaliteit en prestaties van ziekenhuizen. Voor het gebruik van indicatoren wordt van tevoren een norm afgesproken, uitgedrukt in een getal of percentage. Wijken de waarden van een indicator af van deze norm, dan is bijsturing nodig. De belangrijkste indicator is volgens 89 procent van de ondervraagden de complicaties per behandeling.



89%
Complicaties per
behandeling



82%
Wachttijst per
behandeling



79%
Sterftecijfer
per behandeling

77%

Opnameduur van patiënt

75%

Aantal operaties per specialist

62%

Prijs van de behandeling

i

Vrouwen vinden de wachttijst (37 procent) en mogelijke complicaties per behandeling (54 procent) vaker 'zeer belangrijk' dan mannen (respectievelijk 29 en 42 procent).

i

Mensen boven de 65 jaar vinden informatie over het aantal operaties dat de specialist heeft uitgevoerd, zeer belangrijk om te weten in tegenstelling tot mensen onder de 65 jaar.

Perceptie op kwaliteit van zorg

Hoe gaat men om met online informatieverstrekking en het vergelijken van kwaliteit?

Consumenten vinden online kwaliteitsinformatie belangrijk. Een goede informatievoorziening kan een belangrijke rol spelen in de keuze voor een ziekenhuis. 54 procent van de ondervraagden zegt gebruik te zullen maken van online kwaliteitsinformatie, als deze beschikbaar is.



54% Vergelijkt als informatie beschikbaar is

37% Kan deze informatie makkelijk vinden

26% Vergelijkt nu al op internet

i

Voor veel consumenten is de kwaliteitsinformatie nog niet goed te vinden op de websites van ziekenhuizen. 37 procent vindt deze informatie wel en 26 procent vergelijkt nu al online de kwaliteit van ziekenhuizen met elkaar.

Fusies in de zorg

Fusies tussen ziekenhuizen komen steeds vaker voor. Schaalvergroting is een gevolg dat het imago of het oordeel over de kwaliteit van ziekenhuiszorg zou kunnen beïnvloeden. Echter, 7 procent van de ondervraagden heeft er geen duidelijke mening over en 38 procent staat er neutraal tegenover.

Als ziekenhuizen willen fuseren, kunnen zij een verzoek indienen bij de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa). De NMa beoordeelt of er voldoende concurrentie in de regio over blijft ofwel voldoende keuze voor de patiënt. Het aantal ziekenhuizen in Nederland daalt doordat ziekenhuizen met elkaar samengaan. In 2012 zijn er zeven fusies geweest. De NMa verwacht in 2013 niet minder fusies.



Mannen zijn aanzienlijk positiever over de ontwikkeling van het fuseren van ziekenhuizen dan vrouwen (32 procent ten opzichte van 22 procent).

Fusies in de zorg

Wat zijn redenen voor ziekenhuizen om te fuseren?

Op de vraag welke redenen men zou kunnen aanvoeren voor een fusie, antwoordde 78 procent bezuinigingen. Consumenten en patiënten die negatief tegenover fusies staan, geven vaker aan dat fusies opgelegd worden door de zorgverzekeraar. Mensen met een positieve houding ten opzichte van fusies zien hier de voordelen van in, zoals het delen van kennis, het efficiënter helpen van patiënten en het verbeteren van de kwaliteit van zorg.



78%
Bezuinigingen



45%
Zorgconcentratie



41%
Investeren in
medische technologie



38%
Kennisdeling



31%
Patiënten
efficiënter helpen



Veel consumenten hebben geen duidelijke mening over ziekenhuisfusies (45 procent) of zijn overwegend positief (31 procent).

Rol van media en internet

Hoewel negatieve berichten in de landelijke media niet onopgemerkt blijven door 57 procent van de ondervraagden, zou dit in beperkte mate de keuze voor een ziekenhuis kunnen beïnvloeden. 13 procent van de ondervraagden die overwegend negatief nieuws over ziekenhuizen hebben gevolgd, geeft dit aan. Consumenten en patiënten zijn door berichtgeving in de media wel kritischer gaan kijken naar de zorg. Toch blijft de overgrote meerderheid van ondervraagden het eigen ziekenhuis trouw.

Het imago van ziekenhuizen kan beïnvloed worden door de frequentie van berichtgeving en de inhoud (positief, neutraal of negatief) en de duur.



70%

Kritischer geworden



42%

Negatiever beeld



13%

Ander ziekenhuis



Vrouwen (73 procent) geven vaker aan kritischer naar de zorg te kijken dankzij berichtgeving in de media dan mannen (67 procent).

Rol van media en internet

Wat vindt men van ziekenhuizen op social media?

Steeds meer consumenten gebruiken social media. Ook steeds meer ziekenhuizen zijn hierop te vinden vanwege de laagdrempelige en interactieve manier om contact te onderhouden of nieuws te verspreiden. Voor een deel van de consumenten is socialmediagebruik erg aantrekkelijk: 30 procent vindt het goed dat ziekenhuizen actief zijn op sociale media en 20 procent vindt het belangrijk om zelf ziekenhuizen te volgen via sociale media.



i

Van alle sociale en online media worden Facebook (66 procent) en YouTube (44 procent) het meest gebruikt. Twitter en LinkedIn worden door 21 procent van de ondervraagden gebruikt. Hyves wordt met 13 procent het minst gebruikt.

i

De meeste mensen zijn op minimaal één socialmediaplatform actief (78 procent). Naarmate mensen zelf actiever zijn op sociale media, vinden zij het ook belangrijker dat ziekenhuizen zich op sociale media begeven (34 procent). Dit in tegenstelling tot mensen die niet actief zijn op sociale media (17 procent).

Deel deze resultaten

Nederlandse ziekenhuizen scoren een 7,4 in het imago-onderzoek. Ze worden vooral gezien als deskundig. De kwaliteit van zorg en de persoonlijke benadering zijn belangrijke pijlers voor het imago. Voor de zorgconsument is de eigen ervaring belangrijk in de beeldvorming, net als tijd en aandacht, respect, begrip en vriendelijkheid. Consumenten en patiënten zijn door berichtgeving in de media wel kritischer gaan kijken naar de zorg. Toch blijven de meeste mensen trouw aan hun eigen ziekenhuis.



Vragen en/of contact

Voor vragen over het onderzoek kunt u contact opnemen met Dony Potasse of een van de **andere woordvoerders van de NVZ**.

Voor meer informatie kunt u terecht op de website **nvz-zorgimago.nl**

030 273 98 83

nvz@nvz-ziekenhuizen.nl

www.nvz-ziekenhuizen.nl