

door
Bert Wolters



Innovatie in de zorg: reden voor zorg

De gezondheidszorg is een bijzondere sector, met een eigen kosten-vergoedingenstructuur en een bijzondere groep klanten. Het is een complexe sector, waar voordeel niet persé als voordeel wordt gezien. Een poging tot het aanreiken van een aantal struikelblokken.

Als u aan een innovatie voor de zorg werkt, is het goed om extra na te denken over wie uw klant eigenlijk is. Is dit de zorgontvanger, de zorgverlener die zelf de zorg geeft, de baas van de zorgverlener of de ziektekostenverzekeraar? Wie u ook kiest, er is altijd een andere partij nodig om te beslissen over het gebruik van uw vinding. Is de zorgverlener enthousiast, dan moet de werkgever nog een financieel voordeel zien en dat houdt in ieder geval in dat de innovatie erkend moet worden om voor vergoeding in aanmerking te komen. U zult dus meerdere partijen moeten overtuigen van de voordelen van de innovatie.

De klant wil het niet

Zorgcliënten zijn kwetsbaar: ze zijn vaak afhankelijk van een ander, waardoor ze de zorgverlener moeten kunnen vertrouwen. Als de zorgverlener vaak wisselt, wordt het lastig om vertrouwen te winnen. Voor de cliënt voelt het dan vaak het veiligst als vertrouwde methoden en materialen worden gebruikt. Een vernieuwing voelt dan als een risico, wat de acceptatie niet bevordert. De zorgverlener zal dus tijd moeten besteden aan het geduldig uitleggen van het nieuwe product, maar tijd is een schaars goed in deze sector waar de duur van veel handelingen tot in minuten staat voorgeschreven.

Tijdwinst

Veel innovaties zijn erop gericht het werk van de zorgverlener eenvoudiger en vaak ook sneller te maken. In eerste instantie lijkt dat een wenselijke vooruitgang. Het kan echter zijn dat de tijdsbesparing wordt gebruikt om het aantal handelingen te verhogen: doordat handelingen minder tijd vergen, kunnen meer cliënten worden bediend, wat juist kan leiden tot méér tijdsdruk voor de zorgverlener. Een innovatie moet dus méér voordelen bieden dan alleen tijd besparen.

Daarnaast speelt de zorgverlener, vooral in de thuiszorg, ook een rol als contact met de buitenwereld voor eenzame cliënten. Als de zorgverlener het werk dan door een innovatie sneller kan doen en daardoor eerder weer vertrekt, wordt de innovatie als oorzaak gezien van minder sociaal contact. De cliënt zal dan toch vaak, als dat mogelijk is, kiezen voor langer contact.

Als er een innovatie op de markt komt die de cliënt zelf kan gebruiken zal tijdswinst vaak geen doorslaggevend argument voor aanschaf zijn; veel cliënten vervelen zich een groot deel van de dag. Wat heeft het dan voor zin als je de handelingen die je zelf nog kunt doen sneller kunt uitvoeren?

Wie krijgt het voordeel?

Zoals hierboven aangegeven is het moeilijk aan te geven wie uw klant is. Er zijn verschillende partijen die betalen: de cliënt betaalt vaak zelf een bijdrage en de zorgverzekeraar betaalt ook een deel. Wrang gezegd is het voor een verzekeraar niet voordelig als een cliënt langer zorg nodig heeft. Hoe gaat de verzekeraar daar mee om? De verzekeraar vergoedt vaak geen artikelen/

handelingen die niet bewezen effectief zijn, maar hoe kunt u bewijzen dat uw vinding effectief is? Hiervoor is vaak een uitgebreid erkenningstraject nodig.

Toch proberen?

Wilt u toch een innovatie voor de zorg introduceren kijk dan eens op <http://www.managementkennisbank.nl/NL/zorg-verandermanagement/ict-zorg-automatisering/innovatie-gezondheidszorg-investeringen>. Daar heb ik de volgende top 10 aan succesfactoren gevonden.

- Zorgcliënt overtuigen van voordeel nieuwe dienst of product;
- Innovatie aansluiten bij gedrag cliënt;
- Eenvoud in gebruik;
- Cliënt moet innovatie uitproberen;
- Gebruik innovatie is zichtbaar voor anderen (zien gebruiken doet gebruiken);
- Kritische massa moet bereikt en overtuigd raken;
- Nieuw innovatief zorg product of dienst moet wel werken;
- Communicatie is op maat;
- Innovatie gefaseerd invoeren;
- Budget voor innovatie moet toereikend zijn (mogelijk via zorgfinanciering).

Businesscases

Op http://www.locomotion.nu/info_materiaal/innovatiespiegel worden de businesscases van een aantal zorginnovaties uitgewerkt. Opvallend is hoeveel er bespaard kan worden.

Conclusie

De gezondheidszorg is een erg complexe sector, met tegengestelde belangen, botsende emoties en complexe vergoedingenstructuren. Dit bemoeilijkt in grote mate het toepassen van geldbesparende innovaties. Het is om ziek van te worden.



Bron: <http://philipvanlonden.files.wordpress.com/2011/03/zorg-is-aandacht-is-winst.jpg>