

Bewustwordingscampagne Zorginstituut #dezorgvanmorgen:

Het gesprek over goede zorg gaat dóór

Het Zorginstituut zwenfelde dit voorjaar met de campagne #dezorgvanmorgen het gesprek aan over de toekomst van de zorg. Met een confronterende hoofdfilm en prikkelende testimonials nodigden we mensen uit om op sociale media mee te praten over toekomstbestendige zorg. Wat heeft dit opgeleverd? En wat gaan we met de resultaten doen?

Tekst Edith Bijl

Beeld WeFilm

Korte terugblik: hoofdfilm en testimonials

De campagne bestond uit twee belangrijke componenten: een hoofdfilm en 27 testimonials. In de hoofdfilm wordt een huisarts (gespeeld door huisarts Derk Runhaar) gevraagd zich voor te stellen hoe de zorg er in 2040 uitziet. Vervolgens kijken we met hem mee de toekomst in. We zien een doemscenario waarin een oudere huisarts uitkijkt over een wachtkamer bomvol wachtende, vaak kwetsbare patiënten. Tegenover dit sombere toekomstbeeld staan de 27 testimonials. Hierin geven mensen in korte statements hun visie op de zorg van morgen, waarbij ze ook met oplossingen komen. Met zowel de hoofdfilm als de testimonials wilden we mensen ertoe aanzetten om te reageren en hun meningen en inzichten te delen.

Resultaten campagne in cijfers

Dat laatste is goed gelukt: de testimonials zijn in totaal 1,5 miljoen keer bekeken en er is op sociale media circa 20.000 keer inhoudelijk op gereageerd. Een veelbekeken testimonial was die van Sander Hilberink. Deze had alleen al 250.000 'views'.

Andere cijfers:

- 10 miljoen mensen zagen een van de campagneboodschappen op sociale media, tv, radio en/of dagbladen.
- De berichten op alle sociale media tezamen waren goed voor bijna 2 miljoen weergaven.
- En ruim 80.000 mensen hadden op de sociale media op de een of andere manier interactie met de campagne (door likes en reacties te plaatsen).

Doel bereikt

Met de campagne hadden we twee doelen voor ogen. Ten eerste wilden we een groot publiek bewust maken van de noodzaak om de zorg ook in de toekomst goed, toegankelijk en betaalbaar te houden. Ten tweede wilden we een breed maatschappelijk draagvlak creëren voor de keuzes die we moeten maken als we de principes van passende zorg willen volgen. Beide doelen hebben we behaald. Afgaande op de vele reacties en suggesties die wij via sociale media op de campagne ontvingen, blijkt het onderwerp te leven bij een grote groep mensen binnen en buiten de zorg. Velen zijn ervan doordrongen dat er iets moet veranderen aan de huidige inrichting van de zorg, en dat

Bereik sociale media



298.529
weergaven



468.130
personen met
campagneberichten
bereikt

53.651
keer interactie n.a.v.
onze berichten



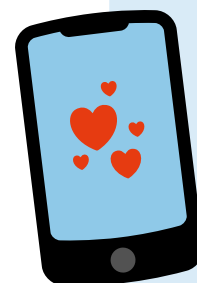
355.805
personen met
campagneberichten
bereikt



70.894
weergaven van
onze berichten

18.725
bezoeken aan
campagneprofiel
op twitter

2.330
suggesties en
opmerkingen





Still uit de hoofdfilm: een doemscenario van de zorg in 2040; overvolle wachtkamers met vele vaak kwetsbare patiënten

De betrokkenheid vanuit de samenleving is van groot belang om het gesprek over de zorg van morgen te kunnen blijven voeren

die veranderingen ook pijnlijke en moeilijke keuzes met zich mee kunnen brengen. Die betrokkenheid vanuit de samenleving is van groot belang om het gesprek over de zorg van morgen te kunnen blijven voeren.

Reacties en inzichten

De duizenden reacties die we hebben ontvangen op onze oproep om mee te praten over de zorg van morgen, varieerden van een persoonlijk verhaal tot concrete oplossingen. Op hoofdlijnen kunnen we deze reacties terugbrengen tot de volgende vier thema's:

Aandacht voor leefomstandigheden

Er moet een slag gemaakt worden van zorg naar gezondheid. Laat niet elk maatschappelijk probleem dat uiteindelijk tot een zorgvraag leidt, door de zorg oplossen. Essentieel hiervoor is een brede samenwerking met zorgprofessionals en hulpverleners in de wijk, plus gemeenten en politie.

Werk maken van een gezondere leefstijl

Opvallend vaak noemde men het goedkoper maken van groente en fruit en het duurder maken van producten met suiker, vet, tabak et cetera.

Stoppen met onnodige zorg

In veel reacties werd ervoor gepleit alleen nog zorg te geven die bijdraagt aan de levenskwaliteit. Dus niet: onderzoeken opnieuw doen. En wel: tijd voor het goede gesprek in de spreekkamer.

Aanpakken administratieve lasten

De onvrede over de administratieve lasten wordt breed gedragen. Met stip op 1: laat mensen met een levenslange ziekte of handicap niet elke twee jaar opnieuw een hele papiermolen doorlopen om recht te houden op hun pgb via de Wlz en hun Wmo-ondersteuning.

Wat gaan wij met deze inzichten doen?

De belangrijkste nieuwe inzichten en tientallen concrete ideeën die dat illustreren, staan inmiddels op onze website. Daarnaast gaan we in onze rol als pakketbeheerder het basispakket doorontwikkelen van een pakket van 'goede, verzekerde zorg' naar 'goede en passende verzekerde zorg'. Dat houdt in dat verzekerde zorg die in het pakket zit niet alleen werkt, maar ook voldoet aan de principes van passende zorg. Zoals zorg die waar mogelijk dichtbij en in goed overleg met de patiënt verleend wordt. En waarbij vooral wordt gekeken naar gezondheid en wat iemand nog kan, en niet louter naar de behandeling zelf.

Het Zorginstituut gaat, als initiator van deze campagne, ervoor zorgen dat het maatschappelijk gesprek verdergaat. Wij hebben de aftrap gegeven en als aanjager de samenleving bij dit gesprek betrokken. Nu is het (ook) aan anderen om hieraan een bijdrage te leveren. Samen zetten we het gesprek over goede zorg voort. ●