



Focusgroepen kiesBeter.nl: Kiezen in de zorg

Hoe gaan consumenten om met keuzes in de zorg en zorgaanbieders?

Inhoudsopgave

	Inleiding	3
1.	<i>Weten</i> dat je keuzes kunt maken in de zorg	3
2.	<i>Zelf keuzes willen</i> maken in de zorg	4
3.	<i>Zelf keuzes kunnen</i> maken in de zorg	5
4.	Het <i>doen</i> van keuzes in de zorg	6
5.	KiesBeter als hulpmiddel	8

Verantwoording

Dit is een verslag van kwalitatief onderzoek in focusgroepen uitgevoerd door TNS/NIPO in opdracht van kiesBeter.nl op 7 en 8 december 2009

Inleiding

RIVM wil met KiesBeter consumenten ondersteunen in het maken van keuzes in de zorg. Door het bieden van keuzeondersteunde informatie wil RIVM zorgconsumenten helpen bij en bewust maken van de vragen die zorgconsumenten zich kunnen stellen bij het maken van een goede keuze voor een zorgaanbieder of zorgverzekeraar. Met de website KiesBeter wil het RIVM zorgconsumenten ook stimuleren om keuzes in de zorg te blijven maken. Hiervoor is het belangrijk dat consumenten *weten* dat er keuzevrijheid is en *welke* keuzes ze kunnen maken, maar ook keuzes *willen* maken en *in staat zijn* die keuzes te maken.

In het kwalitatieve onderzoek stond de vraag centraal: *hoe gaan consumenten om met keuzes voor in de zorg dan wel zorgaanbieders?* Daarbij is ook onderzocht hoe consumenten omgaan met de keuze voor een zorgverzekeraar. Er zijn 2 focusgroepen geweest op 7 en 8 december 2009. Elke groep bestond uit 8 respondenten.

1. Weten dat je keuzes kunt maken in de zorg

Deze consumenten verwachten keuzevrijheid te hebben, maar weten niet altijd hoe dat bij hun eigen zorgverzekeraar zit

De meeste van de consumenten uit de twee focusgroepen weten dat zijzelf een zorgaanbieder kunnen kiezen. Maar de meeste van hen weten niet goed hoeveel keuzevrijheid zij hierin hebben bij hun eigen zorgverzekeraar én dat de mate van keuzevrijheid kan verschillen per zorgverzekering. Enkele personen gaan er vanuit dat keuzevrijheid iets vanzelfsprekends is en dat iedere zorgverzekeraar dit biedt. Andere wijzen hen erop dat ze altijd bij hun zorgverzekeraar moeten checken of je naar die betreffende zorgverlener mag (of die gecontracteerd is, niet iedereen kent die term). Sommigen denken dat de mate van keuzevrijheid eigenlijk altijd wel groot is.

“Ze hebben afspraken gemaakt met zorgverleners, maar in de praktijk merk ik daar weinig van. Ik heb nog niet één keer gehad dat mijn zorgverzekeraar aangaf dat ik naar een bepaalde zorgverlener niet heen mag. Er zijn kennelijk met veel zorgverleners afspraken gemaakt.” “De arts zegt dan dat je naar een bepaalde fysiotherapeut moet, maar het blijkt dat de zorgverzekeraar met 95 procent van alle fysiotherapeuten afspraken heeft”

De meeste van de personen in beide groepen geven aan dat hun zorgverzekeraar hen niet actief heeft geïnformeerd over welke zorgverleners gecontracteerd zijn. Sommigen van hen vinden dat geen probleem omdat zij hiervan (nog) geen hinder hebben ondervonden, anderen vinden het wel prettig als ze deze informatie wel hadden ontvangen.

“Toen ik zelf een fysiotherapeut uitzocht heb ik me helemaal niet gerealiseerd dat deze niet aangesloten (gecontracteerd) zou kunnen zijn.” “Ik heb zelf maar mijn zorgverzekeraar opgebeld om te vragen of de kosten van die kliniek vergoed zouden worden.”

Deze consumenten zijn op de hoogte van het jaarlijks kunnen switchen van zorgverzekeraar

De personen uit de twee focusgroepen weten dat zij ieder jaar opnieuw kunnen kiezen voor een zorgverzekeraar. Dit is goed bekend bij de consumenten uit de twee focusgroepen. Elk jaar worden zij benaderd door diverse zorgverzekeraars en daarnaast zijn de meeste van hen bekend met het nieuwe zorgstelsel.

2. Zelf keuzes willen maken in de zorg

Het belang dat men hecht aan het maken van keuzes in de zorg hangt van de situatie af

De interesse voor het kiezen van een zorgaanbieder is bij de groep die recent te maken heeft gehad met zorg of dit nog heeft veel groter dan bij de groep die dat niet heeft. In die groep zeg men veel meer op de huisarts te vertrouwen en er heerst enige onverschilligheid t.a.v. het onderwerp.

“Ik ga er vanuit dat mijn huisarts de juiste keuze maakt.”

Maar ook deze consumenten willen uiteindelijk de vrijheid hebben om zelf een zorgverlener te kunnen kiezen.

“Voor een gebroken been maakt het mij niet uit waar ik geholpen wordt, ik ga er vanuit dat ze dat in elk ziekenhuis kunnen opereren.” “Maar voor een ernstige ziekte wil ik wel naar een specialistisch of academisch ziekenhuis.”

In beide groepen willen zorgconsumenten in de volgende situaties zelf een keuze kunnen maken voor een zorgaanbieder:

- Bij een (te lange) wachttijd. Sommige personen vinden wel dat eerst de huisarts moet aangeven bij welke zorginstellingen/verleners er wel en geen (lange) wachttijden zijn. “Het is toch te gek dat ik zelf moet checken waar er nog plaats is”, is de mening van sommigen. Maar andere vinden het geen probleem om zelf naar deze informatie op zoek te gaan. Weer een ander gaat ervan uit dat ook de zorgverzekeraar hierin een rol speelt: “wachtlijstbemiddeling, dat doet toch de zorgverzekeraar”;
- Na een slechte ervaring van henzelf of van een familielid of iemand uit de vriendenkring / nabije omgeving;
- Wanneer behoefte bestaat aan een second opinion;
- Bij een ernstige ziekte (zoals kanker) of aandoening (bijv. reuma, hernia operatie). Men wil dan kunnen kiezen voor een specialistisch ziekenhuis of een ziekenhuis dat goed bekend staat in de behandeling van de ziekte of aandoening;
- Wanneer iemand naar een verzorgingshuis gaat;
- Bij een langduriger behandeling zoals revalidatie;
- Zorgverlener waarnaar men is doorverwezen is niet dichtbij.

Zelf keuzes maken voor een zorgaanbieder geeft ook onzeker gevoel over kwaliteit van de keuze

De houding onder deze consumenten t.a.v. de keuzevrijheid voor zorgverleners is enigszins dubbel. Aan de ene kant wil men kunnen kiezen, maar aan de andere kant biedt keuzevrijheid ook onzekerheid over of men zelf wel een goede keuze kan maken. Men gaat niet (alleen) op het professionele advies van de huisarts af, maar moet vertrouwen op het eigen oordeel.

“Je kunt zelf wel een keuze maken, maar eigenlijk ben je een leek.”

“Niet iedereen heeft het vermogen om zelf een goede keuze te maken, je bent geen professional.”

Switchen van zorgverzekeraar geeft ook keuzestress

Ook de houding onder de consumenten uit de twee focusgroepen t.a.v. het elk jaar opnieuw kunnen kiezen voor een zorgverzekeraar is enigszins dubbel. Men wil dit wel, maar de meesten geven ook aan dat dit keuzestress geeft.

“Doordat je ieder jaar weer bestookt wordt met aanbiedingen en kunt kiezen, ga je twijfelen aan iets wat je al hebt en daar best tevreden over bent.”

“Je wordt steeds meer onder druk gezet om te kijken of je niet een dief van je eigen portemonnee bent.”

“Door het commerciële tintje wordt je wantrouwig om te gaan veranderen.”

Het switchen van zorgverzekeraar ervaren de meeste van deze consumenten ook niet als urgent, alleen als ze veel goedkoper uit willen zijn of wanneer ze geconfronteerd worden met een veranderende gezondheidssituatie. De meesten denken dat switchen naar een andere zorgverzekeraar hen weinig besparing in geld oplevert, omdat bij een andere verzekeraar weer andere zaken niet of juist minder vergoed worden.

“Vaak is het zo, wat je bij de ene krijgt, krijg je bij de ander juist weer niet.”

3. Zelf keuzes kunnen maken in de zorg

Er worden drempels ervaren bij het maken van keuzes in de zorg

Sommige van de personen die te maken hebben gehad met zorg en/of keuzes in de zorg ervaren drempels om zelf op zoek te gaan naar zorgverleners en verschillende met elkaar te vergelijken. Met name als men geen adviezen of tips vanuit de omgeving heeft gekregen. Deze drempels hebben te maken met dat men niet weet waar informatie te zoeken of hoe verschillende aanbieders met elkaar te vergelijken.

“Op internet kom je veel informatie tegen. Je ziet door de bomen het bos niet meer.”

“Er is teveel keuze.”

“Het kost veel tijd om je te oriënteren.”

Vergelijken van zorgverzekeraars en polissen als lastig ervaren

Maar vooral het maken van een keuze voor een zorgverzekeraar ervaart men als lastig, doordat er op veel elementen te kiezen valt (basispremie, onderdelen aanvullende verzekering, aantal behandelingen dat vergoed wordt, hoogte van de dekking, etc) en polissen per zorgverzekeraar verschillen.

“Ik kom er geen wijs uit, al die polissen en al die namen die ze eraan geven.”

“Per verzekeraar is het ook verschillend hoe duidelijk ze hun polissen uitleggen en dat maakt vergelijking moeilijker.”

Vergelijkingsites zien de consumenten hiervoor wel als een hulpmiddel. Zij willen daarbij niet gebruik maken van commerciële websites omdat deze volgens de consumenten onvoldoende betrouwbare en volledige informatie geven.

Ook het kunnen vergelijken van veel zorgverzekeraars tegelijk ziet men als een probleem omdat men polissen op veel punten met elkaar moet vergelijken en hiervoor eerst elke polis moet doornemen..

“Niet iedereen heeft de tijd en zin of het vermogen om alles te vergelijken of om op basis van die informatie een goede keuze te maken.”

Een aantal consumenten zou daarom graag op basis van eigen wensen zo snel mogelijk een inperking van de keuze (een goede voorselectie) zien op een dergelijke vergelijkingsite.

4. Het doen van keuzes in de zorg

Huisarts speelt grote rol in keuze voor zorgaanbieder

Als eerste stap in het maken van een keuze voor een zorgverlener gaan de consumenten meestal af op of vragen zelf naar advies van hun huisarts. Zij vertrouwen op diens deskundigheid om een goede keuze te maken.

“Ik ben direct naar een bepaalde tropenarts doorgestuurd door mijn huisarts en vertrouwde er zondermeer op dat dit een goede keuze is.”

“De huisarts gaf mij de naam van een goede dermatoloog.”

Anderen vinden het wel prettig als de huisarts hen een aantal keuzes voorlegt.

“Er zijn zoveel cardiologen, mijn huisarts gaf aan met welke goede ervaringen te hebben, daaruit heb ik weer een keuze gemaakt.”

Alleen een enkele persoon koos zelf bijvoorbeeld een fysiotherapeut uit zonder inmenging van de huisarts.

Als men zelf, zonder advies van de huisarts, keuzes maakt of zou gaan maken, geven de meeste van deze consumenten aan dit via personen in hun omgeving te doen of via de goudengids of op internet te gaan zoeken. Sommigen bellen hun verzekeraar op en laten die een keuze voor hen maken.

“Ik wilde een goede orthopeed die een bepaalde techniek toepaste waardoor ik weer snel kon sporten. Ik dacht een heel goede te hebben gevonden, maar heb ook mijn verzekeraar gebeld.”

Voor het maken van keuzes voor een zorgverlener of zorginstelling wil men over het algemeen de volgende info:

- Wachttijden;
- Kwaliteit en aantal klachten;
- Specialisaties van de instelling en artsen;
- Sfeer van de instelling (bij verzorgingshuis);
- Aantal bedden;
- Aantal kamers (bij verzorgingshuis);

Wat daarbij opvalt is dat deze zorgconsumenten niet altijd goed weten wat zij zich nog meer kunnen afvragen bij het maken van een keuze voor een zorgverlener danwel met welke keuzecriteria rekening te houden. De huisarts of de zorgverzekeraar een keuze laten maken ervaren de meeste personen daarom wel als zo makkelijk en veilig.

Keuzevrijheid zorgaanbieders speelt nauwelijks mee in keuze voor zorgverzekeraar

Ondanks dat de consumenten die recent met keuzes in de zorg te maken hebben gehad ook graag keuzevrijheid willen hebben, geven zij dit niet aan als criterium voor de keuze van een zorgverzekeraar. Dit komt doordat zij zich niet bewust zijn van het feit dat dit per zorgverzekeraar kan verschillen of omdat op het moment van keuze de noodzaak of behoefte om keuzes te maken in de zorg zich nog niet voordeed.

Voor het maken van keuzes voor een zorgverzekeraar wil men over het algemeen de volgende info:

- Kosten basispremie;
- Hoogte eigen risico;
- Inhoud aanvullende polissen en dekking; zaken die je niet nodig hebt;
- Service die de zorgverzekeraar biedt aan de verzekerden;
- Beoordeling klachtenafhandeling en klantvriendelijkheid;
- Wachttijdbemiddeling

5. KiesBeter als hulpmiddel

De meeste van de consumenten uit de twee focusgroepen zijn niet bekend met KiesBeter. De naam KiesBeter associëren de meeste van hen niet met een vergelijkingswebsite voor de zorg. Zij denken dat het een algemene productvergelijkingswebsite is. Zij vinden dat het woord zorg niet mag ontbreken of een duidelijke verwijzing naar zorg. Bij het zien van de homepage en de vermelding dat het om een overheidswebsite gaat is men meteen enthousiast.

Onafhankelijkheid, betrouwbaarheid en klantvriendelijkheid zijn kenmerken die deze consumenten belangrijk vinden voor een vergelijkingswebsite op het gebied van de zorg. Een aantal personen geeft aan dat zij op een vergelijkingswebsite ook graag vragen terug zien die zij zichzelf kunnen stellen om een goede keuze te maken voor een zorgverlener. Daarbij vinden zij het prettig als zij ook hun eigen vragen hierin herkennen.

Bijvoorbeeld:

“Waar moet ik heen als last heb van mijn heup?”

“Waar zoek ik een dermatoloog in mijn regio?”

“Waar zijn goede verpleeghuizen in mijn woonplaats?”

Het gaat erom dat zij de informatie graag in vragen en antwoorden op een dergelijke site zien staan.

De consumenten vragen zich af waarom er niet meer bekendheid aan de website wordt gegeven op plekken waar zij voor zorg komen (huisarts, fysiotherapeut, ziekenhuis e.d.). Maar ook plekken waar veel mensen komen of bereikt worden zoals:

“Het postkantoor”

“Of een reclamespotje van het ministerie van volksgezondheid.”

“Postbus 51.”