







Versnellen van vernieuwing in de zorg

Nieuwe mogelijkheden maar de opschaling verloopt traag

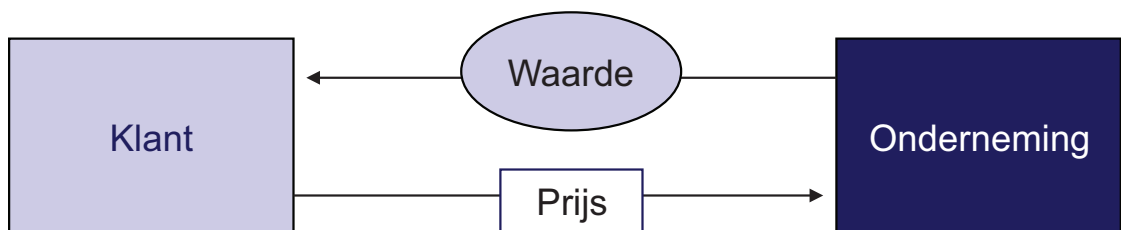
 We krijgen steeds meer kansen om onze kwaliteit van leven te verbeteren, om zo lang mogelijk gezond en zelfredzaam te blijven en om mee te beslissen over de zorg die we nodig hebben. De technologische ontwikkelingen in de zorg gaan heel hard en zijn daarbij van grote betekenis.  Zo begint de kamerbrief van het ministerie van VWS van begin oktober jl.¹

Helemaal waar! Ook binnen de zorg nemen de technologische ontwikkelingen snel toe. Artificial intelligence in medical decision support. Neuromodulatie waarbij de signalen afgegeven door de zenuwen veranderen. Personalised medicine en multiparameters voor selectie van optimale behandelopties. Maar ook de inzet van een relatief eenvoudig zelfzorg platform en het bijhouden van je eigen “quantified self”. De mogelijkheden van e-communities en netwerken voor het begeleiden en behandelen van patiëntgroepen. En de mogelijkheden om online het informele netwerk van patiënten te ondersteunen zoals WeHelpen. Tools voor shared decision making. En ga zo maar even door.

Als ook maar 1 van deze tientallen nieuwe mogelijkheden in de volle breedte wordt doorgevoerd ziet de zorg van de toekomst er heel ander uit dan nu. Disruptieve technologie. Prachtig woord. Maar, tot frustratie van velen, zien we dat de zorg teveel bij het oude blijft en de adaptatie van vernieuwing in de zorg erg traag verloopt. Hoe komt dat nou? En vooral: hoe kan het anders     ?!

Wat vaak vergeten wordt..

Er zijn meerdere redenen waarom de zorg innovaties traag adapteert. De meest eenvoudige die vaak vergeten wordt, wil ik er vandaag uitlichten. Daarvoor gaan we terug naar de basis van strategie. Heel basaal gesteld levert een onderneming een bepaald product die een klant waardevol vindt en wel zo waardevol dat men ervoor wil betalen².

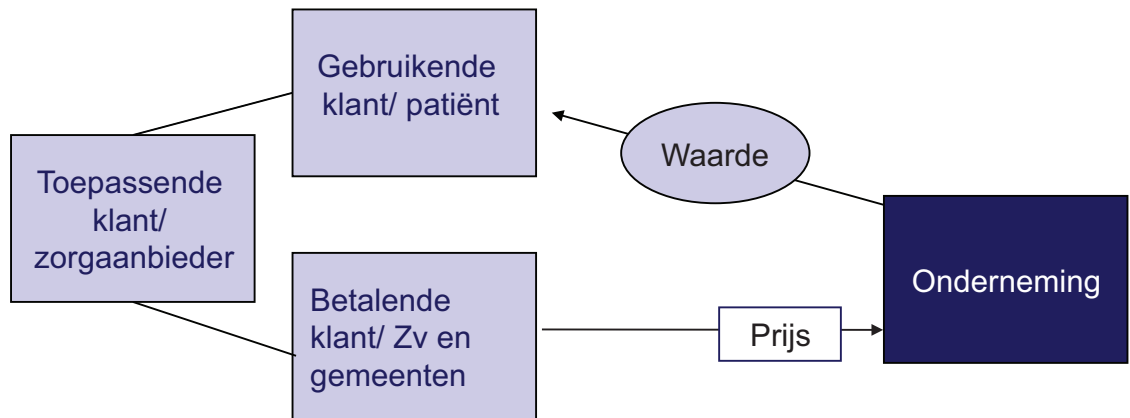


Als de geleverde waarde maar groot genoeg is en de prijs naar verhouding, ontstaat er vraag naar het product/dienst en gaat deze schalen. Dat geldt veelal voor het bedrijfsleven.

Maar dan nu de zorg. Daar ligt het net wat minder eenvoudig. Want bij veel innovaties in de zorg is er een verschil tussen de klant die de verandering waardevol vindt (bijvoorbeeld de patiënt), de klant die het betaalt (vaak zorgverzekeraar of gemeenten) en de klant die het praktisch moet kunnen gebruiken en in moet kunnen passen in het zorgproces (de huisarts, POH, specialist, etc.).

¹ Voortgangsrapportage eHealth en zorgverbetering Kamerstukken II, 27529 nr. 130

² Bron: J.G.B. de Groot. De Essentie van Strategie 2011



Te vaak zien we innovaties waarbij men denkt dat “omdat het zo belangrijk is voor de patiënt wel van de grond zal komen”. Of “omdat het zo handig is voor de zorgaanbieder en het proces zoveel efficiënter maakt wel gaat werken”. Of “omdat het voor zoveel euro’s bespaard voor BV Nederland in de totale zorguitgaven het toch echt als vanzelf zou moeten gaan”. Niets is minder waar. In de zorg gaan innovaties pas schalen als partijen het zodanig weten in te richten dat het leidt tot een winst, en winst situatie. Innovaties schalen als het zodanig wordt ingericht dat het iets is dat de patiënt wil en waarmee de zorgaanbieder kan werken geïntegreerd in zijn primaire werkproces (geen add-on creëren!) en het zodanig interessant is (en regeltechnisch mogelijk) dat de zorgverzekeraar het wil betalen en integreert in de inkoopprocessen en kwaliteitseisen.

Bij een nieuwe innovaties in de zorg ligt bovenstaande niet als vanzelfsprekend op 1 lijn. De kunst is de situatie zodanig in te richten dat de drie genoemde klanten in de zorg een gezamenlijk belang hebben om de innovatie te schalen. Niet altijd makkelijk maar wel de manier om de zorg samen te vernieuwen.

The Essence Consulting helpt ondernemers en innovators in de zorg, hun visie onder woorden en in de praktijk te brengen. Wij structureren en schrijven strategieën en businessplannen. We bouwen en herstructureren ondernemingen. We brengen klanten in contact met de juiste mensen en partners om hun visie te realiseren en trainen de betrokkenen. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Nicole van Loy: n.van.loy@the-essence-consulting.nl.