THUISARTS.NL ALS GEMEENSCHAPPELIJK WOORDENBOEK

De ambities van een jubilerende site

Dit jaar bestaat Thuisarts.nl tien jaar. In één decennium is de site uitgegroeid tot een populaire en betrouwbare medische informatiebron voor burgers, huisartsen en medisch specialisten. 'Thuisarts.nl is een succes en moet dat ook blijven', zegt Swanet Woldhuis, clusterhoofd Thuisarts.nl & E-health & Informatisering Huisartsenzorg van het NHG. 'Onze informatie wordt samen met de beroepsgroep ontwikkeld en is 100 procent betrouwbaar.

ANNET MUIJEN
ANNET.MUIJEN@PLANET.NL

Terug naar het prille begin. Waarom is Thuisarts.nl in het leven geroepen?
Swanet Woldhuis: 'Jarenlang werkten we met folders om patiënten van medische informatie te voorzien. Dat drukwerk was lastig up-to-date te houden. Tien jaar geleden is besloten om de folders te digitaliseren en op de NHG-website te plaatsen. Dat bleek geen succes. Vervolgens is er bedacht dat een publieke website wellicht de drempel kon verlagen en is Thuisarts.nl gelanceerd.'

Hoe is de opbouw van de site ter hand genomen?
'Er is gestart met het digitaliseren van de patiëntfolders en patiëntbrieven. Later zijn daar de richtlijnen van het NHG bijgekomen. Die zijn vanuit patiëntperspectief herschreven. In 2016 is informatie uit medisch specialistische hoek toegevoegd. Dat betrof dertig richtlijnen over veel voorkomende aandoeningen. Ook andere partijen, zoals de ggz, wilden graag eigen richtlijnen in begrijpelijke taal op Thuisarts.nl plaatsen. We hebben ook getoetst of een chatboxfunctie in een behoefte voorzag, maar dat was minder succesvol. Anderhalf jaar geleden zijn we gaan kijken hoe we onze unieke formule kunnen inzetten voor het hele zorglandschap. Dat houdt in dat we wetenschappelijke informatie zodanig vertalen dat die kennis toegankelijk is voor professionals van verschillende pluimage, en ook voor consumenten. Inmiddels hebben we een prototype Thuisarts 2.0 ontwikkeld, waarmee we ons ook meer op de preventieve kant en zelfzorg richten. Dat sluit aan bij een verzoek van huisartsen. Het helpt mensen bij het vinden van wegen om dingen zelf op te lossen, maar het is ook nuttig ter voorbereiding van een consult.'

Wat weten jullie over de gebruikers?
'We doen voortdurend gebruikersonderzoek door middel van directe feedback, enquêtes of focusgroepen. Dat zit in ons DNA. We schrijven de informatie vanuit het perspectief van de gebruikers. Dat zijn niet alleen de burgers, maar ook de huisartsen en medisch specialisten. Die diversiteit maakt het bijzonder. Al die groepen willen wij optimaal faciliteren met goede voorlichting over preventie, gezondheid, ziekte en passende zorg. We kunnen alleen succesvol blijven als we aansluiten bij de behoeften die leven onder de verschillende gebruikersgroepen. We schrijven onze informatie op B-1-taalniveau. Dat is niet te

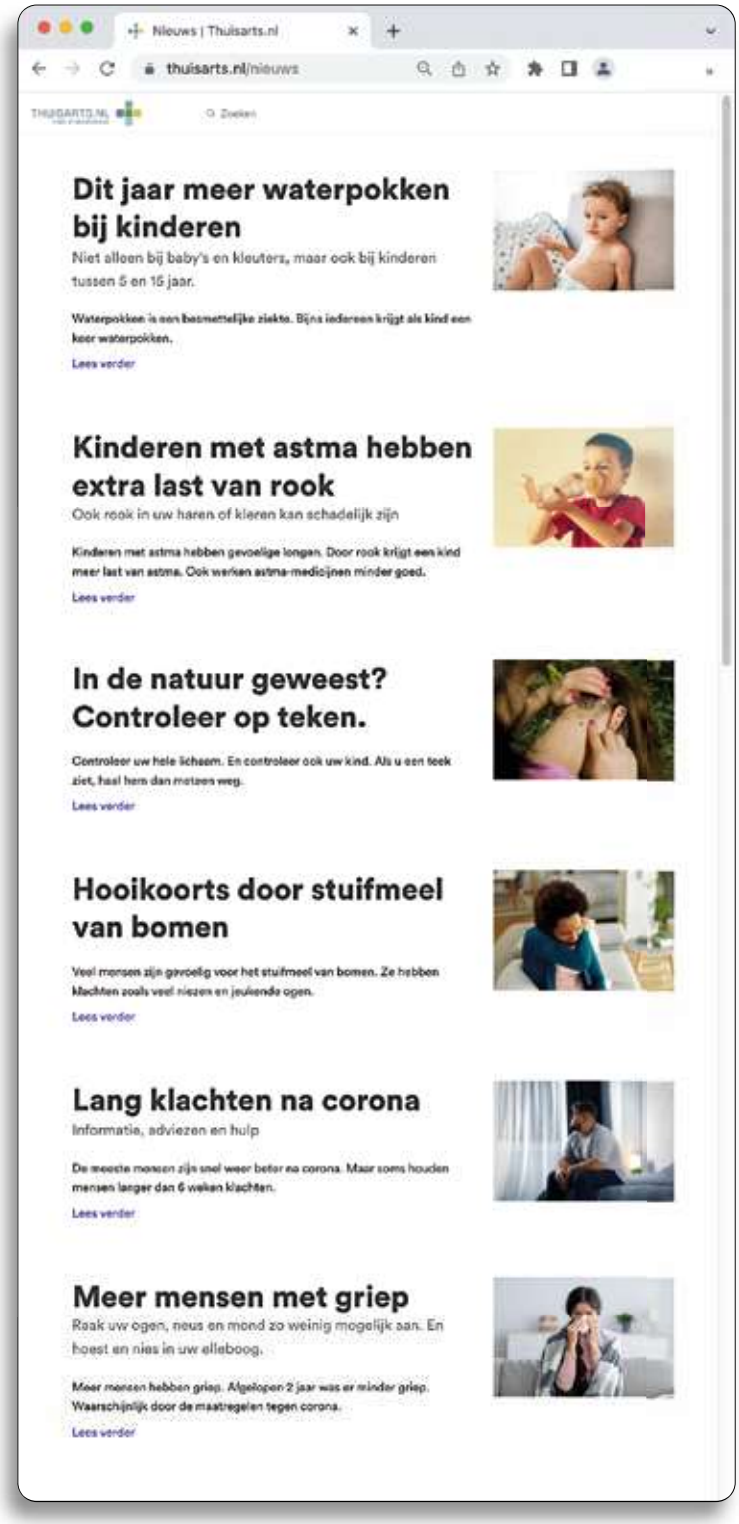
FOTO: MARIËLLE VAN DELFT

Swanet Woldhuis

makkelijk, maar ook niet te moeilijk en voor 80 procent van de Nederlanders goed te begrijpen.'

Eén op de vijf vist achter het net.
'We willen voor hen een aanvullende "kanaalstrategie" ontwikkelen. Daarmee kunnen we informatie op maat en in het juiste kanaal bieden aan specifieke doelgroepen, indien dat noodzakelijk lijkt. Neem voorlichting voor verstandelijk gehandicapten rond COVID-19. Voor zo'n groep kun je iets maken met veel beeldmateriaal dat voor hen begrijpelijk is. We kunnen dat natuurlijk niet voor alle specifieke doelgroepen doen. Momenteel kennen we alleen een website, maar als het goed is beschikken we in de toekomst ook over een app. Dan willen we ook andere kanalen inzetten om specifieke doelgroepen te bereiken. Een voorbeeld: op dit moment heerst er relatief veel schurft in studentenhuizen. Dat zien wij al in een vroeg stadium, omdat we het zoekgedrag van mensen kunnen volgen. Vervolgens kun je informatie maken om die specifieke doelgroep proactief te benaderen via kanalen die zij veelvuldig benutten, denk aan Instagram, TikTok, Facebook. We gaan daarbij samenwerken met partijen die op die terreinen veel ervaring hebben, zodat onze informatie de doelgroep optimaal bereikt.'

Hoe reageren gebruikers op jullie aanbod?
'De reacties zijn overwegend positief. Wij toetsen dat regelmatig en vragen of ze met onze informatie vol-



‘WE WILLEN BEREIKEN DAT IEDEREEN OP THUISARTS.NL KIJKT EN WEET DAT DE DOKTER DEZELFDE SITE BENUT’

‘IEDERE EURO DIE WE AAN DE SITE UITGEVEN, LEVERT 5 EURO OP’

ledig, voldoende of niet zijn geholpen. Een grote meerderheid voelt zich volledig geholpen en een kleine groep voelt zich niet geholpen.’

Thuisarts.nl is meerdere keren gelauwerd.
‘Klopt. We hebben in de afgelopen jaren prijzen gehad voor de best bezochte website, voor de beste website op het gebied van gezondheid, voor de meest populaire website en onlangs nog voor het meest innovatieve product. Dat is natuurlijk een fantastische opsteker voor ons team en een stimulans om een volgende keer nog beter uit de bus te komen. We beschikken over weinig middelen en dan is het des te mooier om toch in de prijzen te vallen. Uit de impactanalyse van ons nieuwe prototype Thuisarts 2.0 is gebleken dat iedere euro die we aan Thuisarts uitgeven in feite 5 euro oplevert. In die zin is het ook echt de moeite waard om een volgende stap te zetten en Thuisarts te transformeren naar een platform. Daarmee kunnen we de komende jaren onze informatie distribueren naar de huisartsenposten en de ziekenhuizen. Zodoende zorg je ervoor dat op alle plekken eenduidige informatie beschikbaar is. Dat is nu niet het geval. Ziekenhuis A biedt net even andere informatie dan ziekenhuis B en die wijkt weer af van de informatie op onze site. Het is veel efficiënter als alle ziekenhuizen dezelfde basisinformatie uitdragen en die aanvullen met hun eigen specifieke informatie. We onderzoeken op dit moment ook hoe we een koppeling met de Persoonlijke Gezondheid Omgeving (PGO) kunnen realiseren. Als dat lukt, kun je relevante algemene informatie opslaan in het eigen PGO en dat delen met je arts.’

In hoeverre zijn huisartsen betrokken bij de ontwikkeling van Thuisarts.nl?
‘Huisartsen zijn er vanaf het begin bij betrokken. De redactie telt een aantal huisartsen, onze hoofdredacteur is huisarts en ook in de adviesraad zijn huisartsen goed vertegenwoordigd. We proberen zo dicht mogelijk onder de huid van de gebruikers te kruipen, zodat Thuisarts.nl ook echt beleefd wordt als iets van henzelf. Dat consumenten, patiënten en artsen het als gemeenschappelijk woordenboek gebruiken en erop kunnen vertrouwen dat de informatie

samen met de beroepsgroep wordt ontwikkeld en 100 procent betrouwbaar is.'

Onlangs is er gebrainstormd over de verdere ontwikkeling van de site. In welke richting wordt er gedacht?
'We zijn nu anderhalf jaar bezig om op basis van de behoeften van gebruikers van het interne NHG-programma een digitaal landelijk platform te maken. Dat platform moet de autoriteit zijn voor mensen die op zoek gaan naar een handelingsperspectief met betrekking tot hun gezondheid en ziekte. We maken relevante en betrouwbare medische informatie breed toegankelijk, zodat gebruikers meer grip krijgen op hun gezondheid. Bovendien helpt Thuisarts alle huisartsen en medisch specialisten om patiënten optimaal te begeleiden voor, tijdens en na het consult. Zo wordt ook de relatie tussen arts en patiënt versterkt.'

Wat beleeft uzelf aan dit werk? Wat is uw drive?
'Ik ben meer de kwartiermaker die met de strategiegroep het platformconcept ontwikkelt en probeert om daar voldoende bestuurlijk en domeinoverstijgend draagvlak voor te vinden. Eigenlijk is er tien jaar geleden iets heel slims bedacht en het is heel leuk om te kijken hoe we die slimme formule met de kennis van nu nog beter en duurzamer kunnen inzetten. We hebben te maken met capaciteitstekort in de huisartsenzorg en steeds meer spelers in het veld, die vaak met een fiks investeringsbudget een toonaangevende positie in de markt van de gezondheidszorg trachten te veroveren. Wij willen ervoor zorgen dat we ondanks onze beperkte middelen huisartsenzorg zo veel mogelijk kunnen ondersteunen en die groepen voor blijven. Dat kun je alleen maar succesvol doen door met verschillende partijen domeinoverstijgend samen te werken.'

U rept over beperkte middelen. Beluister ik een verzuchting?
'Momenteel beschikken we eigenlijk over te weinig middelen om de gewenste omslag richting een digitaal platform te maken. Commerciële partijen zoals Google kunnen moeiteloos grote stappen zetten. Wij maken wel slim gebruik van Google. Zo kunnen we toch veel bezoekers trekken, hoewel we geen cent aan reclame uitgeven. Verschillende kapitaalkrachtige partijen proberen markt in de gezondheidszorg te veroveren. Wij moeten zien te voorkomen dat mensen op allerlei sites gaan kijken en met dat ratjetoe aan informatie bij de huisarts aankloppen. Dat maakt een tienminutenconsult er niet eenvoudiger op. We willen bereiken dat iedereen op Thuisarts.nl kijkt en weet dat de dokter dezelfde site benut. Dat betekent dat je moet blijven investeren in het up-to-date houden van je informatie, in het toevoegen van verhelderende afbeeldingen, in je techniek, in de snelheid van je website. Dat hoeft niet gigantisch veel geld te kosten, maar wel meer dan we nu kunnen investeren.'

'WE MOETEN VOORKOMEN DAT MENSEN OP ALLERLEI SITES GAAN KIJKEN EN MET DAT RATJETOE AAN INFORMATIE BIJ DE HUISARTS AANKLOPPEN'

'WE HOPEN DAT WE THUISARTS.NL MEER ALS COLLECTIEVE VOORZIENING GEFINANCIERD KRIJGEN'

Dat geld hopen jullie ergens vandaan te halen?
'We hopen dat we Thuisarts.nl meer als een collectieve voorziening gefinancierd kunnen krijgen. Daarover zijn we in gesprek met het Ministerie van VWS en de zorgverzekeraars. Met die financiële steun kunnen we onze vleugels verder uitslaan. Op dit moment loopt er een pilot met Beter Dichtbij. Een koppeling tussen dat communicatiemiddel en het informatiemiddel Thuisarts.nl is vanuit gebruikersperspectief aantrekkelijk. Het is ook onze ambitie om binnen vijf jaar goed geïntegreerd te zijn in alle huisartsenposten, zodat die niet langer bedolven worden onder vragen die daar niet thuishoren. Ten slotte kijken we in een andere pilot hoe we patiënten met COVID-19 snel in een grote onderzoeksgroep kunnen includeren.Thuisarts.nl is een veel bezochte site waar veel data worden verzameld, waar anderen hun voordeel mee kunnen doen. Kortom, aan enthousiasme, plannen en ambitie geen gebrek. Nu de laatste stap, de collectieve financiering nog.' ■