

Zoals gepubliceerd op [www.zorgvisie.nl](http://www.zorgvisie.nl)

## **Iedere zorginstelling heeft de reputatie die zij verdient**

7 januari 2009

**Een goede reputatie héb je niet en krijg je niet. Een goede reputatie verdien je door er bewust aandacht aan te besteden. Reputatie-management vergt de structurele aandacht van het topmanagement van iedere zorginstelling.**

Het artikel van Carina van Aartsen over het reputatieprobleem binnen de zorg, eindigt met een uitspraak van Geert Blijham, bestuursvoorzitter van het UMC in Utrecht. Hij stelt: "We hebben in Nederland de beste gezondheidszorgsector van de wereld. Helaas dringt dat nog steeds niet in de buitenwereld door".

Als onafhankelijke reputatiedeskundige word ik in de praktijk regelmatig met soortgelijke uitspraken van verontwaardigde bestuurders geconfronteerd. Recent nog sprak ik een vooraanstaande zorgbestuurder. Hij vertelde "de reputatie van onze zorginstelling wordt naar beneden gehaald, omdat de buitenwereld alleen de slechte dingen uitvergroot en niet ziet hoe goed we intern bezig zijn." Ik geef in zulke gesprekken steeds dezelfde reactie: een goede reputatie héb je niet en krijg je niet. Een goede reputatie verdien je door er bewust aandacht aan te besteden.

### **Aandacht topmanagement**

Reputatiemanagement vergt de structurele aandacht van het topmanagement van iedere zorginstelling. Goed reputatiemanagement heeft alles te maken met het zodanig managen van de verwachtingen van je stakeholders, dat de ervaring daar naadloos op aansluit. En ook hier geldt meten = weten = verbeteren.

Wat is de toegevoegde waarde is van de zorginstelling? Op welke punten wordt deze zorginstelling beter gewaardeerd dan de andere zorginstellingen in dezelfde regio? Laat het de stakeholders zelf benoemen, en niet alleen de patiënten of oud-patiënten, maar ook de artsen, de verpleegkundigen, de zorginkopers, de leveranciers etc. De meest waardevolle informatie voor zorginstellingen komt uit de eigen directe omgeving. Mensen worden graag gehoord en geven oprechte feedback vanuit hun eigen ervaring met de zorginstelling.

Weg dus met de duurbetaalde consultants en marketingstrategen. Met goed uitgevoerd reputatieonderzoek, komt juist die informatie aan de oppervlakte die anders onbesproken blijft.

### **Reputatieverbetering**

Door de reputatie van een zorginstelling vanuit verschillende invalshoeken te belichten, worden niet alleen de krachten, maar ook de verbeterpunten en 'blinde vlekken' helder. Zo krijgt de betreffende zorginstelling verrassende feedback over factoren die de interne organisatie niet meer waarneemt, maar die de buitenwereld wel als kenmerkend beschouwt. Zowel in positieve, als in minder positieve zin.

Met die kennis kan een zorgbestuurder actief anticiperen op reputatieverbetering, in plaats van achteraf te moeten reageren op negatieve artikelen in de media. Reputatiemanagement vormt tevens het antwoord op de vele vergelijkende onderzoeken die zorgbestuurders tegenwoordig ten deel vallen.

Ieder zichzelf respecterende zorginstelling zou in 2009 toegepast reputatiemanagement prominent op de agenda moeten zetten. De buitenwereld vormt een spiegel, dus als daarin nog niet zichtbaar is dat we in Nederland de beste gezondheidszorg ter wereld hebben, dan wordt het hoog tijd om die spiegel eens flink op te poetsen.

Drs. Mildred Hofkes, onafhankelijk onderzoeker en reputatiedeskundige