

# Kan een fysiotherapeut eigenlijk wel ondernemen

Hebben we de laatste tijd niet de mond vol van ondernemen in de gezondheidszorg. Iedereen vindt dat we moeten ondernemen, van KNGF tot zorgverzekeraar komen deze berichten op ons af. En vervolgens blijkt dat velen van ons dit helemaal niet willen en ook velen het helemaal niet kunnen. Wanneer een aantal dit wel willen en kunnen worden ze vervolgens tegengewerkt door omstandigheden.

## Zorgverzekeraar

Wat te denken van zorgverzekeraars die vinden dat we geen reclame mogen maken en dat we het klanten niet te gemakkelijk moeten maken om bij ons te komen. Enerzijds spreken ze ons aan dat we moeten ondernemen en anderzijds zijn ze bang dat onze ondernemersdrift extra kosten voor ze meebrengt. In dit kader zie ik ook nog dat deze zorgverzekeraars zelf wel ondernemen, polissen verkopen (met fysiotherapie als lokker) en ons aanspreken op ondernemen in de fysiotherapie. Dat sommige zorgverzekeraars ook zelf actief zijn in de fysiotherapie (denk aan de Achmea Health Centra) vergeten ze daarbij maar even voor hun gemak.

## Verkopen

Wij moeten dus ondernemen maar in vergelijking met een brodenverkoper moeten we niet laten weten dat we brood verkopen en als we dan broden verkopen moeten we wel stoppen als we de hoeveelheid broden hebben verkocht die als limiet geldt. Dus niet meer broden verkopen ook al is er vraag naar. Ja, dat is lekker ondernemen.

## Fysiotherapie en ondernemen

Toch zijn er fysiotherapeuten die wel willen ondernemen, ik ben er daar een van en dat is niet iets om je voor te schamen. De afgelopen week gaf ik een gastcollege over onderne-

men in de gezondheidszorg op de opleiding voor Master Manuele Therapie. Tot mijn verbazing was mijn college voor het gehoor een soort van openbaring. Van stakeholders had nog nooit iemand gehoord en toen ik sprak over strategie, businessplan, PR, marketing, juridische zaken, financiën en ICT toepassingen leek het alsof ik sprak over iets wat wel heel ver weg stond van de fysiotherapie. En dat terwijl het de dagelijkse praktijk is. We moeten ook gewoon ons brood verdienen met ondernemen.

## Wat vindt de klant

De klant (of voor velen toch de patiënt) beoordeelt ons niet zozeer op vakkennis en kwaliteit in de zin van Master of niet, maar veel meer op items als bereikbaarheid, bejegening, hygiëne, aardige assistenten, koffie/thee, muziek in de wachtkamer en pas op plaats 7 of we ook een goede fysiotherapeut zijn. Dus moeten we worden geschoold in het ondernemer zijn wanneer we een praktijk goed willen runnen. Daar hoeft je niet voor te kiezen. Werknemer zijn in een praktijk die goed wordt gerund is natuurlijk ook een keuze. Toch zul je dan ook ondernemend moeten zijn in de zin van ondernemend in de gang van zaken binnen die praktijk. Wanneer de door mij genoemde zaken voor de klant zo belangrijk zijn

zul je dat als praktijk en dus ook als werknemer moeten uitstralen.

## Valse concurrentie

Ik denk nog altijd dat goed ondernemerschap in de fysiotherapie de moeite waard is. Maar laten we dan wel met zijn allen dezelfde koers varen en laten zorgverzekeraars dat ondernemerschap dan ook op waarde schatten. Je kunt toch Philips niet verbieden meer lampen te verkopen ook al is daar vraag naar. Zij doen hun best steeds meer lampen te verkopen (dat heet echt ondernemen) en dan past het niet vervolgens daar een limiet op te zetten. Dat is m.i. in de fysiotherapie niet anders, als wij kwaliteit (datgene wat de klant belangrijk vindt) leveren dan mogen zorgverzekeraars daar toch geen limiet op zetten. Of ze moeten er voor uit komen dat we in de gezondheidszorg niet mogen ondernemen. Maar dan moeten ze het langs de andere kant ook niet zelf gaan doen, want dat heet dan in het ondernemen valse concurrentie.



**Daan Spanjersberg**  
Voorzitter NVFS

# Topoverleg kader NVFS

Hoewel ik er niet van houd om hoog van de toren te blazen, wil ik toch wel even zeggen dat we op 25 juni j.l. een kaderdag op niveau hebben beleefd. Het NVFS bestuur, de regiocoaches en NOC\*NSF beleidsmedewerkster Helmi Langenhorst werden, hoog bovenin de Euromast, meegenomen in de wereld van de onwetende consument.

## Verplaatsen

Marjan Boonzaaijer, verenigingsadviseur KNGF, Robert Hoogland en Mirjam Liebrand verzorgden deel 3 uit de serie "Hoe profileer en positioneer ik het product Sportfysiotherapie". Na deel 1 "Hoe ziet jouw praktijk er uit over vijf jaar" en deel 2 "Trends en Ontwikkelingen ten gunste van Sportfysiotherapie"



moesten de aanwezigen zich nu verplaatsen in de potentiële klant. Eerst werd een profiel gemaakt van de aspirant-sporter, de recreatiegerichte sporter, de prestatiegerichte sporter en de maximale sporter. Wat weten deze klantengroepen al van sportfysiotherapie? Kunnen zij ons vinden en wat willen ze van ons?

## Imago

Al snel werd duidelijk dat het niet zo best is gesteld met het imago van de sportfysiotherapie. Als begrip is 'Fysiotherapie' weliswaar bekend maar wat een fysiotherapeut daadwerkelijk doet, is voor velen onduidelijk. Fysiotherapeuten worden vaak bestempeld als 'masseurs'. En als men niet eens weet waar deze omvangrijke beroepsgroep voor staat, laten we dan maar zwijgen over specialisaties binnen dit beroep, zoals bijvoorbeeld de sportfysiotherapie. "Maar sportfysiotherapeuten zijn er toch alleen voor topsporters", wordt nogal eens beweerd. Als dit een breed gedragen gedachte is, dan missen we dus drie van de vier genoemde klantengroepen.

## Kiezen

Waarom zouden klanten moeten kiezen voor

de NVFS sportfysiotherapeut? Waarschijnlijk antwoord jij deze vraag precies zoals de aanwezigen boven in die Rotterdamse toren. Omdat ze kiezen voor kwaliteit. We hebben een register, doen aan nascholing, houden de laatste ontwikkelingen bij en proberen al ons handelen te baseren op wetenschappelijk bewijs. Eén van de NVFS slogans uit het verleden: "Be Good and Tell it!". En toch blijkt kwaliteit niet de belangrijkste reden te zijn voor de klant. Een snelle afspraak, goede bereikbaarheid, een prettige behandeling in een mooie omgeving, dat blijken factoren te zijn waar mensen op afkomen. Blijkbaar moeten we onze klanten 'pamperen' met hebbedingetjes tijdens een open dag, een gratis fitheidstest of persoonlijk sportadvies. Misschien moeten we wat meer de fitnessbranche in de gaten houden, althans wat marketing betreft want daar worden miljoenen euro's aan uitgegeven.

## Benaderen

We zullen onze potentiële klanten anders moeten gaan benaderen dan dat we gewend waren te doen. Tot die wijsheid zijn we inmiddels, na twee en een half jaar DTF, allemaal wel gekomen. Mensen die het product

'Sportblessurepreventie' zoeken, zitten nog niet in de zorg en vinden ons dus niet. Niet-georganiseerde sporters, sportverenigingen, patiëntenorganisaties, scholen en overheid moeten actief benaderd worden. We hebben het gehad over regionale reclamecampagnes, huis-aan-huis folders, websites en grote 'roll-up banners'. De middelen zijn er

inmiddels wel, maar een kant en klaar "profielings- en positioneringsplan" bestaat niet. Iedereen zal, uiteraard met ondersteuning van de NVFS, voor zijn of haar eigen situatie een optimaal plan moeten smeden.

## Creatiespiraal

Ik heb het advies van Helmi ter harte genomen en het boek "De Creatiespiraal" van Marinus Knoope tijdens mijn vakantie gelezen. De eerste stap om je wens te kunnen realiseren, is volgens deze auteur het hebben van een duidelijke wens. "Iedereen die mij als sportfysiotherapeut nodig heeft, weet mij te vinden"; leek me een mooie. Onder het genot van een glas sangria en een goed stukje muziek dagdroomde ik dat mijn praktijk enorm gegroeid was en ik geloof er heilig in, dat dit over een aantal jaren ook realiteit zal zijn. En daarmee heb ik de nu al de eerste drie stappen van de Creatiespiraal doorlopen.

**Jeffrey Jansen, bestuurslid Communicatie, Samenwerkingsverbanden en LPS.**

*Knoope M. De Creatiespiraal: natuurlijke weg van wens naar werkelijkheid (21<sup>ste</sup> druk). Nijmegen: KIC uitgeverij, 1998.*

# Dam tot Damloop

Het is een wonderlijk fenomeen; de Dam tot Damloop! Zodra de inschrijving geopend is, zijn de meeste lopers in Noord-Holland gestresst. Zijn we ingeschreven, of is hij al vol? Vijfendertigduizend lopers voor tien engelse mijl van Amsterdam naar Zaandam. Voor mij was dit jaar een lustrum, mijn vijfde opeenvolgende damloop.

Businessgroep 6 is mijn startvak. En met duizenden tegelijk laat je jezelf opsluiten tussen de hekken. Voetje voor voetje schuif je naar voren. Tot je uiteindelijk mag starten. Als ik om 13:25 uur over de startmatten hobbel, zijn de wedstrijdlopers al gefinisht. Waarschijnlijk zelfs al gedoucht en op weg naar huis. En uren na mij zullen er nog steeds mensen van start gaan.

maar, lijkt de IJ-tunnel me ook niet de meest gezonde omgeving om te lopen. En ondanks dat ik met regelmaat ingehaald word, lopen de meeste mensen een stuk langzamer dan ik. Alert lopen dus. Mensen ontwijken, zigzaggen en veel tempowisselingen.

Na de IJ-tunnel kunnen we dit jaar al meteen enigszins doorlopen. En als we via

maar dit jaar is het gewoon lekker weer. Waarschijnlijk is dat ook onderdeel van de mythe. Goed het is geen marathon, het zijn maar tien engelse mijl. Maar de atmosfeer, de ambiance en alles eromheen maken de Dam tot Damloop tot een bijzonder evenement.

## Keerzijde

Er zit wel een keerzijde aan de medaille. Zo zie ik na 10 kilometer iemand hevig bibberend onder een thermo-dekentje zitten wachten op verdere medische zorg. Het aantal uitvallers is ook dit jaar weer bedroevend hoog. De Damloop trekt veel slecht getrainde lopers; 'weddenschap' lopers, 'ongetrainde business' lopers, 'ik wil al jaren meedoen aan de damloop maar ik ben eigenlijk niet zo geschikt om hard te lopen' lopers en zo kan je nog vele varianten van lopers met een bar slechte hardloopconditie bedenken. Volledig uitgewoond melden ze zich bij de EHBO. De medici worden overladen door lopers voor wie de uitdaging te groot was. Je moet je dan ook wel afvragen of dit voor iedereen nog wel gezond is?

## Finish

Met nog ruim twee kilometer te gaan loop ik Zaandam binnen. Vanaf dat moment wordt ik op handen gedragen. En de finish op de Peperstraat is geweldig. Een lekkere brede, iets aflopende weg, waar ik voluit sprintend over de eindstreep kan gaan. En ieder jaar heb ik weer bewondering voor de logistiek. Het plastic tasje dat ik in Amsterdam bij een vrachtwagen heb afgegeven, ligt in Zaandam keurig netjes op me te wachten. En dan op weg naar het welverdiende biertje...

**Jeroen Bijman, NVFS Sportfysiotherapeut**



## Bijzonder evenement

Vlak na de start, nog op de Prins Hendrikade staan we al weer stil. En ondanks deze vertraging lopen de meeste lopers nog te juichen omdat we eindelijk onderweg zijn! Pas als we de IJ-tunnel inlopen begint het op hardlopen te lijken. Lopen in de IJ-tunnel is een gek fenomeen. Het geeft veel lopers een kick; als kleine kinderen wordt er door lopers gegild en geklapt. Een oorverdovend geluid begeleid mijn slalom die ik hier moet lopen om botsingen te vermijden. Los van het feit dat het er druk is, heel druk zeg

Amsterdam Noord de Kadoelen binnen lopen, begint het echte Dam tot Dam feest. Aan de Damloop doe je dus ook niet mee om een snelle eindtijd te lopen. Daarvoor zijn er genoeg andere loopwedstrijden in de omgeving. Je loopt de Damloop voor de sfeer en het plezier! Omdat er een duidelijke JEROEN voorop mijn borst gedrukt staat krijg ik veel aanmoedelingen. Aandacht is altijd heerlijk. In een lekkere tred loop ik in het feestgedruis door naar de volgende kilometerpassages. Mijn vijfde Damloop en al vijf jaar mooi weer. Vorig jaar was het iets teveel van het goede,

## NVFS REGIOCOACHES AAN HET WOORD

# Veel handen mak

De NVFS Regiocoach stimuleert en ondersteunt in zijn regio de ontwikkeling van netwerken van sportfysiotherapeuten. Het netwerk bepaalt in onderling overleg de prioriteiten voor het profileren van de sportfysiotherapie in de betreffende regio. De regiocoach fungeert hierbij als stimulator. Hij ondersteunt de initiatieven en bewaakt hierbij de beleidskaders van het NVFS. InFysio laat in deze reeks NVFS Regiocoaches aan het woord. De regiocoaches van Zuid-Holland bijten het spits af: Dick Zaanen en Carl Barten.



Carl Barten en Dick Zaanen (rechts)

# en licht werk

## Tweemansfunctie

Hoewel NVFS regiocoach eigenlijk een eenmansfunctie is, weet Dick Zaanen uit eigen ervaring, dat de regio Zuid-Holland moeilijk alleen te bewerken is. "Omdat ik uit Rotterdam kom, bleef de regio Den Haag enigszins onderbelicht. Rotterdam en Den Haag zijn toch twee heel verschillende gebieden." Zaanen regelde daarop extra mankracht. Toen deze collega het na vijf jaar voor gezien hield, was Carl Barten er om haar te vervangen.



**"Samen zijn we sterk."**

Barten: "ik weet niet of het kwam door mijn ondervinding of vanuit een altruïstische instelling, maar toen ik gevraagd werd om Dick te helpen, heb ik geen moment getwijfeld. Vele handen maken tenslotte licht werk." Barten is zelf actief met zijn fysiotherapiepraktijk in Rijswijk en kan hierdoor uitstekend de Haagse regio voor zijn rekening nemen.

## Ambities

Als NVFS regiocoaches van Zuid-Holland hebben Zaanen en Barten een aantal ambities opgesteld, welke zij in deze regio willen bewerkstelligen. Globaal zijn deze ambities als volgt te omschrijven:

1. Vergroten van de naamsbekendheid van het NVFS bij sportfysiotherapeuten in de regio;

2. Vergroten van de vertegenwoordiging van NVFS sportfysiotherapeuten bij grote regionale sportevenementen;
3. Regionale politiek informeren over bestaan en mogelijkheden NVFS;
4. Formaliseren van samenwerkingsverbanden tussen sportartsen en sportfysiotherapeuten in de regio.

## Contactmomenten

Om nauw contact te onderhouden met de sportfysiotherapeuten in de regio organiseren de regiocoaches twee keer per jaar een vakinhoudelijke bijeenkomst. De ene keer in Rotterdam en de andere keer in Den Haag. Zaanen: "Wat wij merkten was dat het type bezoekers (Haags of Rotterdams georiënteerd) sterk afhankelijk was van de congreslocatie, terwijl wij juist die onderlinge samenwerking wilden bevorderen."



**"Onderdeel mogen uitmaken van het medisch team van dit soort evenementen is ontzettend leuk."**

"Daarom hebben wij nu voor een andere structuur gekozen", gaat Barten verder. "Meerdere

keren per jaar organiseert de Vereniging van Sportartsen een symposium in onze regio. Met goedkeuring van deze vereniging mogen wij voor deze symposia ook onze sportfysiotherapeuten uitnodigen. Hoewel het type bezoekers afhankelijk blijft van het onderwerp en de locatie, weet men hierdoor wel wát er speelt in de regio en zijn er meerdere contactmogelijkheden. Bovendien vangen we meteen twee vliegen in één klap, omdat eveneens de samenwerking tussen sportartsen en sportfysiotherapeuten wordt bevorderd."

## Sportevenementen

Als onderdeel van het nastreven van ambitie nummer 2: vertegenwoordigd zijn bij regionale sportevenementen, is Dick Zaanen al zo'n zeven jaar lid van de medische commissie van de Marathon van Rotterdam. In deze hoedanigheid overlegt hij met artsen en collega fysiotherapeuten over de medische begeleiding tijdens de marathon, maar fungeren zij ook als vraagbaak voor onder andere de City-Pier-City loop in Den Haag en de Ladies Run. "Onderdeel mogen uitmaken van het medisch team van dit soort evenementen is ontzettend leuk. Iedereen is enthousiast. Maar wij kunnen nog steeds alle hulp gebruiken. Voor de Marathon van Rotterdam levert de NGS (Nederlands Genootschap Sportmassage) 60 sportmassieurs. Hoeveel sportfysiotherapeuten leveren wij?"

## Geïnteresseerd?

Lijkt het u wat om ons te helpen met één van de sportevenementen of andere activiteiten in de regio Zuid-Holland? Informeer dan naar de mogelijkheden bij Dick Zaanen: tel. 010-4320606, e-mail: dcaanen@hetnet.nl of Carl Barten: tel. 06-14609790, e-mail: cbarten@hetnet.nl.