

Met de juiste PR komt WONDZORG in beeld



Op zaterdag 19 maart was het de “Open dag van de Zorg”. In het gehele land verzorgden zorginstellingen activiteiten en gaven uitleg over de zorg die er in Nederland wordt geboden. Zo ook in het Amsterdamse BovenIJ Ziekenhuis. Het Wond Expertise Centrum, dat daar nu inmiddels bijna een jaar draait, werd op deze zonnige lentedag officieel geopend door niemand minder dan Gordon.

Physician assistant Jolanda Alblas, initiatiefneemster van de oprichting van dit centrum, had niet zomaar voor de zanger gekozen. Behalve dat Gordon afkomstig is uit Amsterdam Noord, heeft hij ook echt affiniteit met de wondzorg, zoals hij in zijn introductie uitlegde: ‘ik heb niet zulke prettige herinneringen aan deze afdeling. Mijn moeder is hier voor haar dood, nu bijna vijf en een halve maand geleden, onder behandeling geweest. Daardoor ben ik gaan inzien dat zo’n expertisecentrum voor wonden broodnodig is’.

Goede wondzorg kan heel veel betekenen, dat weten wij binnen de vakgroep maar al te goed goed. Maar, zeker dankzij de opening door



Gordon, weet nu ook Tante Sjaan dat er aan die lastige plek op haar been best nog iets is te doen. Want na de foto en de handtekening van de zanger, ging ze toch nog even op de afdeling kijken. En zij niet alleen. In verschillende behandelkamers gaven WEC-medewerkers uitleg; hier en daar ging een sok uit, werd een broekspijp opgerold. Het was met afstand de drukste plek in het ziekenhuis.

MILJOENEN BESPARING

Maar er zijn meer voorbeelden van hoe publiciteit effectief kan werken. Het Expertise Centrum Wondzorg in Heerlen haalde begin dit jaar het NOS journaal met een reportage over patiënttevredenheid en kostenbestrijding door geconcentreerde verpleegkundige zorg. Het centrum zelf berekende een besparing van vele miljoenen, als hun methode ingevoerd zou worden. Doorberekend over het gehele land zou die besparing zelfs kunnen oplopen tot honderden miljoenen. Door de NOS in te schakelen kreeg de discussie meer landelijke bekendheid.

Besparing en bezuinigingen zijn al snel nieuws, dus ook voor de NOS was dit een interessant item. Vakgenoten waren er minder blij mee, aangezien de besparingen die werden genoemd,

Publiciteit is echter niet per definitie een goede zaak, het kan ook
SCHADEN

door hen sterk in twijfel werden getrokken. De initiatiefnemers, mensen met passie voor de wondzorg, wilden eigenlijk alleen maar meer aandacht van de overheid, zodat zij deze wondcentra verder konden ontwikkelen. De minister zelf dacht daar anders over en liet weten dat de wondzorg prima geregeld kon worden door middel van onze huidige structuur. Hierdoor was de wondzorg in ieder geval wel in beeld en werd de discussie nu ook buiten de bestaande achterkamertjes gevoerd.

REPORTAGE EEN VANDAAG

Publiciteit is echter niet per definitie een goede zaak, het kan ook schaden. Zo bleek onlangs, toen "Een Vandaag" berichtte over een noodlottig sterfgeval waaraan de wondzorg schuld leek te hebben. Het betrof een mevrouw die in een aanleunwoning woonde van een zorgwoongroep. Na een hartinfarct werd uit haar bovenbeen een ader gehaald. Mevrouw mocht wel terug naar de zorgwoongroep, maar alleen als ze door een wondverpleegkundige werd behandeld. Die bleek niet voorhanden en de zorg werd uitgevoerd door de verpleegkundigen van de zorggroep. Na verloop van tijd kwam ze voor controle in het ziekenhuis en haar behandelende arts constateerde dat het helemaal fout was met de wond. "Het was een grote rottende vleeshoop", riep haar zoon zelfs in de reportage.

Ook een dergelijke reportage weet helaas de aandacht te trekken en zelfs binnen de beroepsgroep schalden de meningen over het internet. We zouden

hier echter veel zorgvuldiger mee om moeten gaan. Als onze berichten zo inhoudelijk zijn, moeten we wel eerst alle feiten op een rij hebben. Kritisch zijn op het eigen handelen is goed, maar we moeten ons niet, verleid door de aandacht van de media, verliezen in ongenueanceerde uitspraken. In de betreffende reportage wordt de indruk gewekt dat mevrouw is overleden door de wond, maar een passant werd nog wel medegedeeld dat mevrouw vlak voor haar dood ook buikklasten had gekregen.

SOCIAL MEDIA

Publiciteit, mits weloverwogen ingezet, kan ons helpen de wondzorg zichtbaarder te maken, zodat we ook in de publieke opinie aan belang winnen. Maar publiciteit kan dus ook tegen ons werken en daarom is zorgvuldigheid van belang. Ook bij het gebruik van de sociale media, zoals Facebook, Hyves en Twitter. Zelfs politici weten daar niet altijd goed mee om te gaan. Er zijn tal van voorbeelden te vinden van mensen die in de moeilijkheden zijn gekomen door hun uitspraken via deze media.

We kunnen ons dus afvragen of dit de manier moet zijn, of we in de toekomst dit soort onderwerpen op deze manier zouden moeten bespreken. Is het verstandig om over dergelijke precare zaken openbare discussies te voeren? De verpleegkundigen die het hier betrof, zijn al genoeg door deze reportage beschadigd, nog voordat de rechter heeft bepaald of er echt sprake is van schuld.