

Van vroedvrouw tot verloskundig ondernemer

Wil van Veen

In juli 2007 studeerde Nienke Anker, - “een gedreven eerstelijns verloskundige”, zegt ze zelf -, af als Master Verloskunde aan de Universiteit van Amsterdam / Amsterdam Medisch Centrum. Haar eindschrijfting had als titel ‘Van vroedvrouw tot verloskundig ondernemer, een verkennende studie naar het ondernemerschap in de eerstelijns verloskundigenpraktijk’.

Normaal gesproken had Nienke zelf haar bijdrage aan dit thema geschreven, maar hoogzwanger, in de laatste dagen voor haar bevalling, is een interview een betere optie.

Brede belangstelling basis ondernemerschap

Nienke begint met de opmerking dat zij haar onderzoek startte in de zomer van 2006. “Dat betekent dat er in die tijd al weer veel gebeurd is, ontwikkelingen verder zijn dan toen. Neem alleen al het feit dat dit kabinet toch wat anders aankijkt tegen private initiatieven in de zorg dan het vorige.”

Nienke is de master gaan doen, omdat zij naast haar zorg als eerstelijns verloskundige ook graag tal van andere zaken ondernam. Het lijstje aan ‘overige activiteiten’ is divers. “Ik mag graag meekijken, ben nieuwsgierig en betrokken. Ik vind ook dat je in dit vak goed moet weten hoe de wereld rondom is – en die invloed heeft op wat wij doen – georganiseerd is en in elkaar steekt. Als je dat niet weet is het lastig meepraten met gynaecologen en verzekeraars die de wereld wel kennen en daar, net als wij, belangen in hebben. In de afgelopen tien jaar heb ik veel over die wereld geleerd: indertijd als kringvoorzitter in mijn contacten met andere verloskundigen en van daaruit zijn veel contacten ontstaan, binnen de KNOV in werk- en stuurgroepen, binnen de ROS, enzovoort. Die belangstelling en interesse horen ook bij het ondernemer zijn, het ondernemerschap, maar motiveren mij ook.”

Ze noemt als voorbeelden dat het kennen van de zorgverzekeraar en het kennen van de ROS de mogelijkheid biedt om op een goede manier hen te betrekken bij je eigen ideeën, hen net zo enthousiast te maken als je zelf bent en daarmee financiering voor je plannen te realiseren. “Kennis van die wereld waar ik het over had, maakt dat

je je ‘eigen’ plannen kunt realiseren. Kijk naar de gemeente die nu met ingang van 2009 een pot met geld krijgt om prenatale voorlichting te organiseren: uitgesproken kansen voor verloskundigen! Toch?”

“Als ik die informatie, zoals over de gemeente met hun pot voor prenatale voorlichting, lees dan gaan er bij mij allemaal bellen rinkelen: hoe kunnen we daar als maatschap en prenataal centrum ons voordeel mee doen. Dat is ondernemen, denk ik dan. Gelukkig zijn er meer die zo denken, want ik ken wat kringen die al plannen in die richting gemaakt hebben.”

De ambitie van Nienke is niet ‘groter, grootst, beter, best’, niet om ‘making money’. “Ik ben wat dat betreft toch teveel een maatschappelijk ondernemer, ik kies nadrukkelijk voor dat sociale ondernemerschap door een ander netwerk te bewandelen. Winst is voor mij het creëren van sociale waarden binnen mijn werk, maatschap, prenataal screeningcentrum enzovoort.”

‘Van vroedvrouw tot verloskundig ondernemer’ draagt geen commerciële boodschap. “Nee, zeker niet. Voor verloskundigen is de relatie die zij heeft met haar cliënt heel belangrijk. Dat is je basis, daar moet je je werkplezier uithalen. Van daaruit kun je zwangerschappen begeleiden en bevallingen doen. Dat is het mooie van het vak. Maar, we moeten ons niet laten ondersneeuwen. Als je je cliënten een uitgebreid spreekuur gunt, zitten ze gemakkelijk een half uur bij je. Maar is dat verantwoord? Is dat goed voor mij? En is dat wel echt goed voor hen?”

Verantwoord sociaal ondernemerschap vraagt voortdurend om het maken van dit soort van afwegingen. De win-winsituatie waar Driessen⁽¹⁾ het over heeft gaat uit van die afweging: wat is goed voor je cliënt en wat is goed voor jou? Daar moeten we goed aan denken, zeker op momenten dat het wat minder gaat, want dan kan je wel harde lopen voor die cliënt, maar meer cliënten komen er dan niet bij. Je kunt je dan beter bezig houden met het analyseren van je praktijk en je manier van werken en op basis van die uitkomsten een andere strategie kunnen ontwikkelen.

Zijn verloskundigen echt bezig met dit soort onderwerpen?

“Ja, deels wel, zo blijkt ook uit mijn onderzoek. Ik heb in de enquête bij mijn onderzoek aan de verloskundigen

Conclusie

Het ontstaan van een zorgmarkt met nieuwe structuren is in volle gang. Ook de eerstelijns verloskundigenzorg heeft te maken met veranderingen... ..Toekomstige ontwikkelingen, als vrije prijsvorming en transparante kwaliteit van zorg, maken marktwerking wel meer mogelijk. Concurrentie is er vooral op de zorgverlenersmarkt: tussen verloskundigen onderling. Uit de cijfers blijkt dat er een sterke toename van het aantal verloskundigen en een afname van het aantal geboortes... ..Een overschot aan zorgverleners bij een dalende vraag naar zorg en daarbij een toekomstverwachting waarin dat niet verandert, zorgt voor concurrentie en een toename van concurrentie. Ook dat is marktwerking.
Bron: Van vroedvrouw tot verloskundig ondernemer, theoretische verkenning deel 1, conclusies pag. 14.

vragen gesteld over specifieke activiteiten op het gebied van de praktijkvoering, zoals 'bespreek je met collega's de sterke/zwakke kanten van de praktijk?' Ook heb ik vragen gesteld over marketing en communicatie. Zo heb ik 22 items benoemd en ieder heeft dat voor zichzelf ingevuld. Wat je dan ziet, is dat er wel over ondernemersaspecten gesproken wordt, maar dat men minder de koppeling maakt naar het uitvoeren van resultaten die uit die gesprekken voortkomen. De burg slaan tussen idee en realisatie blijkt moeilijk."

Het lijkt dat het verloskundigen aan vaardigheden ontbreekt om goed ondernemer te zijn. "Ze hebben daarover tijdens de opleiding niets meegekregen en de opleidingsmogelijkheden zijn van de laatste tijd en nog lang niet overal gemeengoed. Ik herken dat bij me zelf. Tijdens de opleiding werd er nooit over gesproken en toen ik tien jaar geleden wilde gaan werken, hoefde ik maar een dartpijlje op de kaart te gooien: ik kon overal aan de slag, was overal welkom. Beleidsplannen maken, nadenken over de toekomst, over hoe over een of twee jaar en wat wil ik daar in, nee, dat kwam niet aan bod." De Haarlemse praktijk van Nienke en collega's is tevens opleidingspraktijk. "Als ik kijk naar de opdrachten die de meiden vandaag moeten maken, dan merk ik dat er meer aandacht is voor de ondernemerskant van ons vak. Daarbij komt dat je met je diploma nu niet meer automatisch een baan hebt; je zult moeten nadenken over je mogelijkheden en kansen. Ga ik naar de tweedelij, naar een voortgezette opleiding, of zet ik een leuke solo-praktijk op en wordt zo concurrent..."

Dat laatste levert natuurlijk weerstand op. Er is maar één koek te verdelen en dat is op de meeste plaatsen al gebeurd. En een nieuwe komt niet voor de kruimels. Die komt met andere ideeën, is van deze tijd, zodat ze vaak beter dan de bestaande praktijken in haar uitingen de juiste toon treft. "Ik heb in mijn enquête specifiek gevraagd naar ervaringen met concurrentie. Daarop is geantwoord dat er sprake is van een toename van het aantal verloskundigen binnen het werkgebied. De koek is bij ruim de helft van de geënquêteerden in de afgelopen drie jaar afgenomen. Op de vraag naar het eigen beeld van de toekomst dan is dat voor het merendeel niet echt positief."

De vraag is natuurlijk wat verloskundigen en praktijken hiermee doen. Maken zij analyses en nieuwe plannen, worden andere mogelijkheden rond verdieping en verbreding van het vak voldoende benut?
 "Nou ja, dat is wat moeilijk. IK heb niet echt aan kunnen tonen het verbad met ontwikkeling in ondernemerschap en concurrentie bijvoorbeeld. Je zou er van uitgaan dat als er concurrentie ontstaat praktijken dan meer gaan doen aan facetten die horen bij het ondernemerschap. Maar dat heb ik niet aan kunnen tonen. Kijk, een zekere mate van ondernemerschap is er wel bij de maatschappen. Dat merk je doordat ook in de eerste lijn in toenemende mate btw moet worden afgedragen. Dat betekent dat we andere paden bewandelen dan louter de zorg. Dat is goed, maar btw-afdracht maakt nog geen ondernemer van je."

Als verloskundigen concurrentie ervaren, wat aannemelijk is gezien de theorie in hoofdstuk 1, dan zal er binnen de praktijken meer gedaan worden om meer cliënten te trekken. Hiervoor zijn competenties/aspecten als commercieel denken en handelen, concurreren, marktkennis, risicobereidheid, investeren etc. nodig. Als een bedrijf nieuwe klanten aan wil aantrekken doet het aan marketing.

Bron: Van Vroedvrouw tot verloskundig ondernemer, pag. 31

Wanneer is een verloskundige een ondernemer?

"Thijssen definieert dat²¹. Hij zegt: 'Ondernemen is het creëren van waarde door kansen te zien en kansen te benutten, door inzicht in jezelf en in je omgeving.' Anders gezegd: als ze inzicht heeft in de maatschappij en wat er om haar heen gebeurt, en als ze daar kansen in ziet en die benut afhankelijk van de eigen mogelijkheden en die van haar omgeving. Daarin zijn verschillende rollen te onderscheiden, die van manager, marktonderzoeker, innovator en risiconemer. De rollen van manager en

risiconemer zijn de verloskundige bekend. Anders is het met de marktonderzoeker en de innovator. In die wereld is ze niet thuis, terwijl die wel belangrijker wordt. Bij die rollen horen aspecten die Prince en Bruin^[3] nader preciseren. Wat opvalt is dat ook de KNOV in haar beroepsprofiel verschillende van die rollen herkend, erkend en beschrijft. Maar die van pionier en risiconemer wordt niet onderschreven door het beroepsprofiel. Vanuit de eigen praktijk voelt Nienke zich zelf wel een risiconemer: "Ik natuurlijk niet alleen, maar met de maatschap en andere praktijken hebben we geld gestoken in ons screeningcentrum. Geen vreemd geld, maar eigen geld. Je voelt dan 'aan de lijve' wat het is om te investeren, risico aan te gaan. Spannend!" Investeren in nieuwe, risicovolle zaken doet gelijk ook de verhoudingen tussen maten veranderen. "Eerst werkte je samen, je had zoveel omzet tegen zoveel kosten; na aftrek viel er zoveel te verdelen. Klaar! Dat is anders dan wanneer je samen besluit om je met anderen in een nieuwe onderneming te storten. Het lijkt hetzelfde, maar gevoelsmatig, emotioneel, is het van een volstrekt andere orde. Natuurlijk is het, net als altijd, gebaseerd op wederzijds vertrouwen. Je spreekt wat met elkaar af, je bekrachtigt dat met een intentieverklaring die – in louter juridische zin – niet zoveel voorstelt. Dat is ook niet zo belangrijk, want door die ondertekening vorm je een blok van gelijkgezinden. Dat geeft vervolgens kracht aan je nieuwe onderneming. We vonden het een heerlijk idee, een eigen centrum, onafhankelijk van de tweedelijijn." Voor een aantal praktische zaken vroeg men de steun van STBN. En om STBN te kunnen betalen werd een beroep gedaan op een subsidie van de ROS. "Zo hoefden we STBN niet zelf te betalen. Zelf regelden we trouwens de aannemer, elektriciën en zo; het sloopwerk in het pand deden we zelf. Zie je het voor je: acht verloskundigen die de boel afbreken... Dat scheidt saamhorigheid." Inmiddels heeft het centrum haar eerste verjaardag gevierd.

Concurrentie

Concurrentie houdt jezelf scherp en biedt nieuwe kansen. Natuurlijk wil niemand dat graag zo zien, maar angst voor concurrentie komt voort uit de wens dat te behouden wat men heeft. Nienke: "Eerstelijns verloskundigen worden opgeschrikt door leden van de jongere generatie die ook aan de bak willen en zich 'plomperloren' vestigen. De tweedelijijn ervaart onze concurrentie door de inrichting van prenatale screeningscentra. Voordat de Gezondheidsraad adviseerde het aan elke zwangere aan te bieden, behoorde het tot het domein van de gynaecoloog. Wij zeggen wel dat het tot ons domein behoort, dit naar aanleiding van keuzes die gemaakt zijn door VWS, maar gynaecologen denken daar vaak toch iets

anders over. Niet voor niets bood de maatschap gynaecologie van het ziekenhuis hier ons centrum bij de opening een cactus aan. Ludiek, maar wel met een boodschap."

Zorgmarkt

Het ontstaan van de zorgmarkt met een nieuwe structuur is in volle gang, maar van een echte markt kan (nog) geen sprake zijn omdat met name de vrije prijsvorming ontbreekt. Marktwerking op de bekostigingsmarkt en op de zorgverlenersmarkt is dus niet optimaal. Vrije prijsvorming en transparante kwaliteit van zorg maken marktwerking in de toekomst wel meer mogelijk. Aldus Nienke in haar scriptie. "Verloskundigen hebben, zo is mij gebleken, vooral belangstelling voor marketingaspecten. In de enquête gaven zij aan met name over dat aspect meer te willen leren." Er van uitgaande dat zij de rollen van manager en vakvrouw voldoende beheerst, lijkt de rol van pionier op minder belangstelling te mogen rekenen. "Het feit dat nog niet alle rollen optimaal worden ingezet, mag je niet tot de conclusie verleiden dat er geen aandacht voor is. Het zijn toch allemaal nieuwe ontwikkelingen en we moeten nog heel veel leren op dit gebied." Nienke verwijst daarbij ook naar het beroepsprofiel: "als je het beroepsprofiel doorleest op specifieke aspecten van het ondernemerschap dan moet je tussen de regels lezen." Voor elke verloskundige geldt in de tijd de vragen: wie ben ik, wat wil ik, en welke zijn de wegen waarlangs ik mijn doelen kan bereiken. "Een themanummer over ondernemen kan daar een aardige bijdrage aan leveren."

Verwijzigen

- [1] Driesen MP. E-scan Ondernemerstest. Beoordeling en ontwikkeling van ondernemerscompetentie. 's-Graveland: Entrepreneur Consultancy BV, 2005.
- [2] Thijsse JPT. De competenties voor een ondernemer vanuit de praktijk. Hamilton International, 2003.
- [3] Prince Y. Bruins A. Van der Zeijden PTh. Ondernemen in de zorg. Den Haag, EMI 2005.