

## Onderzoek op de werkplek: hoe kom je aan tijd, geld en data?

Verslag van de VAV-studiemiddag van 11 oktober 2018 in Utrecht, georganiseerd door de KAMG Sectie Onderzoek, over het zelf doen van onderzoek op de eigen werkplek

### Aftrap en inventarisatie

Na een welkomstwoord en introductie door sectievoorzitter Dr. Boukje Zaadstra over het belang van kleinschalig praktijkgericht onderzoek in de sociale geneeskunde en de praktische problemen die daarbij spelen, inventariseerde Dr. Liesbeth Meuwissen de vragen die de deelnemers graag beantwoord wilden krijgen tijdens de studiemiddag (zie bijlage).

### Presentaties

Vervolgens gaven vier artsen M&G een persoonlijk getinte presentatie over hun ervaringen met onderzoek, met het verzoek om zo mogelijk één of meer vragen van de deelnemers te beantwoorden.

René Stumpel, GGD-directeur, gaf aan dat zijn inspiratie voor de publieke gezondheid gevoed werd door het werk van de Canadese minister Lalonde uit 1974, met de systematische benadering voor het verbeteren van de volksgezondheid. In Nederland werd die notie vertaald in de toenmalige Nota 2000. Stumpel benadrukt dat niet alleen een goede onderzoeksinfrastructuur en blijvende financiering via onder meer ZonMw van belang zijn, maar dat ook professionals voldoende onderzoekscompetenties hebben en dat leidinggevendende ruimte (werktijd) moeten geven aan artsen die onderzoek willen doen naar gezondheidsvragen en –problemen. Epidemiologisch onderzoek behoort tot de kerntaken van GGD-en

Hij gaf vele tips over op welke verschillende manieren professionals met onderzoek bezig kunnen zijn, o.a. via studenten, begeleidingscommissies, stuurgroepen, redactieraden, wetenschappelijke verenigingen, publiceren, literatuurbesprekingen en congresbezoeken.

Miriam Weijers, jeugdarts en onderzoeker, deelde haar ervaringen in een praktisch gericht project waarbij stap voor stap gewerkt wordt aan web instrument dat op slimme wijze de gegevens weergeeft die geregistreerd worden in het kinddossier tijdens de JGZ consulten. Zo'n instrument kan zeer nuttig zijn voor jeugdartsen ter voorbereiding van het spreekuur omdat in een overzicht alle relevante gegevens van een kind in beeld komen. De methode is uitgebreid getest met ouders, zodat de informatie ook voor ouders relevant en leesbaar is. De kwaliteit van de registratie gaat hierdoor ook verbeteren, waardoor de data ook bruikbaar zijn voor onderzoek. Miriam werkt samen met een universiteit en een hogeschool. Wat startte als een klein onderzoek is nu een promotietraject. Zij beschreef hoe zij gemotiveerd bleef en blijft en anderen gemotiveerd houdt, juist door stap voor stap te werken. Daardoor zien financiers en beslissers de einddoel en de toepassingsmogelijkheden van het project beter en zijn de tussentijdse bedragen in tijd en geld kleiner.

Na de pauze vertelde Annette Zwart over haar werk als adviseur bij een zorgverzekeraar met een relatief sterke ambitie op het gebied van preventie. Preventie houdt niet in dat de zorgkosten zullen dalen; 80% van de totale zorg kosten worden gemaakt in het laatste levensjaar en dat zal zo blijven. Dus is het een keuze om kwaliteit van leven te bevorderen. De verzekeraar wilde met name iets doen aan de grote verschillen in gezonde levensjaren en richtte zich op de collectieve verzekering voor de minima (via een gemeentepolis van de gemeente Leiden) . Ook voor hen wil de verzekeraar

iets doen, om ervoor te zorgen dat ziekte wordt voorkomen of uitgesteld: dus een langere periode van ziektevrij leven bevorderen. Slim en creatief omgaan met data is het devies. Annette licht dat toe aan de hand van projectmatige ondersteuning van een drietal programma's: JOGG (Jeugd op gezond gewicht), 'Lekker in je lijf' en het 'Persoonlijke positieve gezondheidsgesprek'. Zij werkte hiervoor nauw samen met de GGD-en en de gemeenten. Door samenwerking met de afdeling Communicatie de zorgverzekeraar worden tussentijdse evaluatiecijfers gebruikt voor cliëntinformatie en gezondheidsvoorlichting. Om haar doelen te bereiken streeft ze naar win-winsituaties en zorgt ze voor bestuurlijk draagvlak en draagvlak bij de partners; dit door zoveel mogelijk gezamenlijk tot een visie op gezondheid te komen en ook bij de communicatie veel samen te doen.

Herbert Schilthuis, arts M&G, werkzaam als gezondheidsadviseur bij Heineken begon zijn presentatie met het ontmoedigen van gezondheidsonderzoek naar de effecten van matig alcoholgebruik als dat gesponsord wordt door de producent (bijvoorbeeld 'moderate drinking' als een 'healthy lifestyle' marketen). Eventueel gunstige resultaten zullen namelijk nooit aanvaard worden, ook met de meeste waarborgen van onafhankelijkheid voor de onderzoekers. Wel is het volgens Schilthuis mogelijk om de middelen van het concern te gebruiken voor gezondheidsprojecten, zoals het HIV-programma van Heineken voor de eigen medewerkers, dat ook voor behandeling van de familie van medewerkers zorg draagt. Voor projecten over andere onderwerpen dan het ondernemingsproduct kun je vaak aankloppen bij de concernleiding, mits het past in het maatschappelijk beleid van de onderneming (zoals Public Private Partnerships). Dat kan ook lukken als het om onderzoek over die onderwerpen gaat. Hij gaf nog andere voorbeelden van grote internationale ondernemingen die voor hun reputatie maatschappelijke sponsordoelen adopteren. Voor onderwerpen buiten het eigen MVO-beleid van het bedrijf zal het lastig zijn tijd en geld te vinden bij het management. Van belang is te beseffen dat grote ondernemingen meestal geen grote onderzoeksafdelingen hebben voor epidemiologisch getint onderzoek. Zij huren doorgaans onderzoeksbureaus in voor dergelijke vragen. Zijn tip was: spreek de juiste taal en toon, en zoek een haakje voor je gaat praten, en begin niet bij het de top, maar lager in de organisatie. Zij weten hoe je het management erbij moet betrekken.

### **Discussie**

Na de presentaties vond discussie plaats onder leiding van Liesbeth Meuwissen. Enkele punten:

- als er geen of onvoldoende geld is kun je toch kijken wat er binnen de organisatie mogelijk is
- cash geld is niet zaligmakend; met 1-2 dagen per week kun je al heel wat doen
- werk zo nodig met kleine stapjes; zie de presentatie van Mirjam Weijers
- als je wilt: ga ervoor en laat dat merken aan anderen!
- toon leiderschap, vooral als manager/leidinggevende!
- zoek naar funding, afhankelijk van de schaalgrootte ook op Europees niveau
- zoek samenwerking met een universiteit of hogeschool, voor inzet studenten (honorsprogramma's)
- zoek mensen in je netwerk/vereniging op met vergelijkbare ambities
- denk ook aan (je eigen) beroepsorganisatie
- ga bij congressen ook de wandelgangen in!
- bij weerstand: zoek de win-win of neem een omweg (of een pauze);
- luister dus goed naar (de doelen en belangen van) de ander
- denk aan de afdeling verkoop: marketingonderzoek is vaak nuttig voor implementatie-onderzoek; ook (of juist!) als het gaat om (beleids)relevantie voor de cliënt!

- zoek contact met change-managers, zij weten vaak goed om te gaan met weerstand
- houd moed: de gecombineerde leefstijlinterventie lijkt toch in het basispakket te komen!
- voor inzicht in lopend onderzoek: bezoek de websites van de subsidie-organisaties
- zoek ook naar (eerder) mislukte projecten en briljante mislukkingen
- laatste twee punten wellicht ook aandachtspunten voor KAMG en de overheid?

=====

#### **Bijlage: inventarisatie van (leer)vragen van de deelnemer aan de studiemiddag**

- Hoe kan ik onderzoek doen zonder geld?
- Hoe kom ik op de afdeling Infectieziekten van de GGD aan tijd & geld?
- Hoe kan ik met beperkte tijd toch gedegen onderzoek doen?
- Hoe kan ik als arts Maatschappij & Gezondheid verder met onderzoek?
- Hoe krijg ik inzicht in welke onderzoeken er lopen?
- Hoe houd je het onderzoek klein?
- Hoe leg ik binnen de GGD verbinding tussen afdelingen rondom onderzoek?
- In hoeverre wordt maatschappelijke- en beleidsrelevantie meegenomen ?
- Wanneer weet je dat een idee de moeite waard is om te onderzoeken?
- Vanaf welk moment moet duidelijk zijn dat de uitkomst implementeerbaar is?
- Hoe krijg & houd je mensen enthousiast om mee te (blijven) doen?
- Hoe overwin je weerstand?