

# 'WEBMONITOR ZIEKENHUIZEN 2008'

---



Onderzoeksrapportage  
Intercity Consultancy

InterCity Consultancy  
Postbus 10128  
7301 GC Apeldoorn  
T: (055) 577 43 33  
F: (055) 578 97 09  
[info@intercity.nl](mailto:info@intercity.nl)

# INHOUDSOPGAVE

---

INLEIDING.....	4
Wie is Intercity? .....	4
Waarom dit onderzoek? .....	4
Resultaten .....	4
1 DIGITALE DIENSTVERLENING .....	5
1.1 Belang digitale dienstverlening .....	5
1.2 Eisen website .....	5
2 HET ONDERZOEK .....	6
2.1 Wat is er onderzocht .....	6
2.2 Opbouw onderzoek .....	6
3 GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID.....	7
3.1 Gebruiksvriendelijkheid .....	7
3.2 Onderzoeksresultaten .....	7
4 INTERACTIE .....	10
4.1 Waarom interactie .....	10
4.2 Onderzoeksresultaten .....	10
5 TRANSPARANTIE.....	13
5.1 Waarom transparant .....	13
5.2 Onderzoeksresultaten .....	13
6 CONCLUSIES .....	15
6.1 Gebruiksvriendelijkheid .....	15
6.2 Interactie .....	16
6.3 Transparantie .....	16
7 VERGELIJKING .....	17
7.1 Terugblik op 2007.....	17
7.2 Vergelijking 2007 & 2008 .....	18
8 AANBEVELINGEN.....	20
8.1 Stand van zaken .....	20
8.2 Aanbevelingen.....	20
BIJLAGEN 'ZORGWEBMONITOR 2008' .....	22
BIJLAGE 1 TOP 10 .....	23
BIJLAGE 2 PUNTENTELLING.....	24
BIJLAGE 3 TOELICHTING VRAGENLIJST .....	25

# INLEIDING

---

Net als vorig jaar heeft InterCity ook in 2008 alle algemene en academische ziekenhuizen in Nederland beoordeeld op hun internetontwikkelingen en vooral de digitale dienstverlening. De websites van 94 ziekenhuizen zijn onder de loep genomen en op diverse punten beoordeeld aan de hand van een online elektronische vragenlijst. Tijdens dit onderzoek is gekeken naar de gebruiksvriendelijkheid van de websites. Er is ook gekeken hoe transparant de websites zijn en of er interactie met de ziekenhuizen mogelijk is via de website. De resultaten van de webmonitor 2008 is in dit voor u liggende verslag te lezen.

## Wie is Intercity?

Wij zijn een veelzijdig communicatiebureau met opdrachtgevers in allerlei sectoren: overheidsinstellingen, maatschappelijke organisaties en bedrijven. InterCity Consultancy bestaat sinds 1999. In de afgelopen jaren hebben we ons gespecialiseerd in e-communicatie. Hiermee bedoelen we communicatie met middelen als internet, intranet, extranet, en portaalsites. Zo hebben we jarenlang meegeholpen aan de monitor van Advies Overheid.nl, de beoordeling van alle overheidswebsites.

## Waarom dit onderzoek?

Door de jaren heen onderzoekt InterCity Consultancy regelmatig de elektronische dienstverlening van organisaties, voornamelijk die van gemeenten. Door onze contacten binnen de zorgsector ontstond bij ons de vraag hoe het gesteld is met de elektronische dienstverlening van ziekenhuizen. Vorig jaar hebben we hier daarom voor het eerst onderzoek naar gedaan. Dit onderzoek wordt ieder jaar herhaald en zal uiteindelijk een leidraad zijn voor de ziekenhuizen om hun website naar een nog hoger niveau te tillen. We zijn benieuwd of de digitale dienstverlening ondertussen veranderd en verbeterd is. Of dit zo is, leest u in dit onderzoek.

## Resultaten

Om alvast een tipje van de sluier op te lichten, geven we u alvast de top drie van de ziekenhuizen met, naar onze mening, de beste digitale dienstverlening.

1. St. Franciscus Gasthuis
2. Albert Sweitzer Ziekenhuis
3. Isala klinieken

We willen deze ziekenhuizen graag feliciteren met de kwaliteit van hun website! Voor andere ziekenhuizen die in de top 10 staan van de Zorgwebmonitor, verwijzen we u naar bijlage 1. De complete ranglijst en de beoordelingen zijn te vinden op [www.zorgwebmonitor.nl](http://www.zorgwebmonitor.nl).

Voor advies en aanbevelingen over uw website kunt u contact met ons opnemen. Wij zijn te bereiken op T (055) 577 43 33 en via de e-mail [info@intercity.nl](mailto:info@intercity.nl). Reacties, onduidelijkheden met betrekking tot het rapport, de online monitor of algemene verbeterpunten vernemen wij ook graag van u.

We wensen u veel leesplezier!

InterCity Consultancy

# 1 DIGITALE DIENSTVERLENING

---

In dit hoofdstuk leest u meer over digitale dienstverlening. Waarom is dit tegenwoordig zo belangrijk? Ook ziet u waar een goede website aan moet voldoen.

## 1.1 Belang digitale dienstverlening

De laatste jaren ontwikkelt de internetsector zich met enorme snelheid. Het aantal huishoudens met een internetaansluiting neemt snel toe. Men gebruikt internet vooral om te mailen, te chatten en om informatie op te zoeken. Waar je vroeger de telefoon pakte om een organisatie te bellen voor informatie, zoek je nu eerst op internet naar informatie. De website is dus vaak de manier waarom mensen voor het eerst contact heeft met een organisatie. Het is het visitekaartje van een organisatie

Internet is een belangrijk medium voor consumenten, bedrijven en (semi-)overheden. Vooral het aspect elektronische dienstverlening wordt steeds belangrijker. Dit zal in de toekomst alleen maar toenemen.

Ook ziekenhuizen zijn het belang van internet, en dan vooral de eigen website, in gaan zien. Digitale dienstverlening is tegenwoordig erg belangrijk. Je ziet ook dat ziekenhuizen de laatste jaren hun websites erg ontwikkeld hebben. Ziekenhuizen bieden bezoekers van de website veel meer dan een aantal jaren geleden. Digitale dienstverlening is een stukje serviceverlening en informatievoorziening aan de bezoeker.

## 1.2 Eisen website

Een goede website voldoet aan een aantal eisen:

- een website is overzichtelijk;
- heeft een interessante inhoud;
- is gebruiksvriendelijk;
- heeft functionele vormgeving;
- heeft een duidelijke (doelgroep)indeling;
- de website is toegankelijk voor een brede doelgroep;
- de website is interactief;
- de website is transparant.

## 2 HET ONDERZOEK

---

In dit hoofdstuk leest u wat InterCity precies onderzocht heeft. Verder wordt de opbouw van het onderzoek beschreven en op welke onderwerpen het onderzoek dieper ingaat.

### 2.1 Wat is er onderzocht

Intercity heeft onderzoek gedaan naar de digitale dienstverlening van 94 ziekenhuizen in Nederland. De websites van deze ziekenhuizen zijn onderzocht op gebruikersvriendelijkheid, de mogelijkheden tot interactie en de transparantie van de website.

De beoordeling van de websites heeft plaatsgevonden vanuit het perspectief van een bezoeker. Er is gekeken of het voor een willekeurige bezoeker eenvoudig is om zijn of haar informatie op de site te vinden. In bijlage 2 vindt u de puntentelling. Hier worden ook de antwoordmogelijkheden toegelicht.

### 2.2 Opbouw onderzoek

Zoals gezegd zijn alle 94 websites onderzocht op gebruiksvriendelijkheid, de mogelijkheid tot interactie en de transparantie van de websites.

#### *Gebruiksvriendelijkheid*

Het is erg belangrijk dat je op een website eenvoudig kan vinden wat je zoekt. Een website hoort dus gebruiksvriendelijk te zijn. Dit betekent dat er een duidelijke doelgroepindeling is, dat de contactgegevens van een ziekenhuis eenvoudig te vinden zijn, dat er pagina's aanwezig zijn in een andere taal, dat er aanpassingen zijn op de site voor slechtzienden en dat er bijvoorbeeld een aparte pagina of site is voor kinderen. Onze bevindingen hierover vindt u in hoofdstuk 3.

#### *Interactie*

Dit onderdeel van het onderzoek kijkt naar de interactiviteit van de websites. Kan je bijvoorbeeld online een afspraak maken of kan je per email contact opnemen met je specialist. Meer hierover leest u in hoofdstuk 4.

#### *Transparantie*

Als laatste is de transparantie van de websites van ziekenhuizen onderzocht. Transparantie is erg belangrijk. Mensen willen weten hoe 'hun' ziekenhuis scoort in diverse onderzoeken. De transparantie van de ziekenhuizen is bepaald door te kijken welke gegevens ziekenhuizen publiceren. Ook is er gekeken welke gegevens beschikbaar zijn en of deze digitaal te verkrijgen zijn.

## 3 GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID

---

In dit hoofdstuk leest u wanneer een website gebruiksvriendelijk is. Ook wordt beschreven waarom dit zo belangrijk is. Daarna ziet u waarom dit zo belangrijk is en als laatste worden de onderzoeksresultaten weergegeven.

### 3.1 Gebruiksvriendelijkheid

Op een gebruiksvriendelijke website vind je snel en eenvoudig datgene wat je zoekt. Hoe meer informatie je op de website vindt, hoe minder snel je voor informatie belt of emailt. Oftewel, een goede en gebruiksvriendelijke website verlicht de druk op andere communicatiemiddelen. Het zorgt ervoor dat medewerkers van de ziekenhuizen minder tijd hoeven te besteden aan het beantwoorden van telefonische vragen en emails.

#### *Wanneer is een site gebruiksvriendelijk*

De gebruiksvriendelijkheid van een website meet je door te onderzoeken of een website overzichtelijk is, of er een duidelijke doelgroepindeling is, of de contactgegevens goed te vinden zijn, of de website toegankelijk is voor slechtzienden en voor mensen die geen Nederlands spreken. Ook moeten er een zoekmachine en een rubriek met trefwoorden of veelgestelde vragen aanwezig zijn.

### 3.2 Onderzoeksresultaten

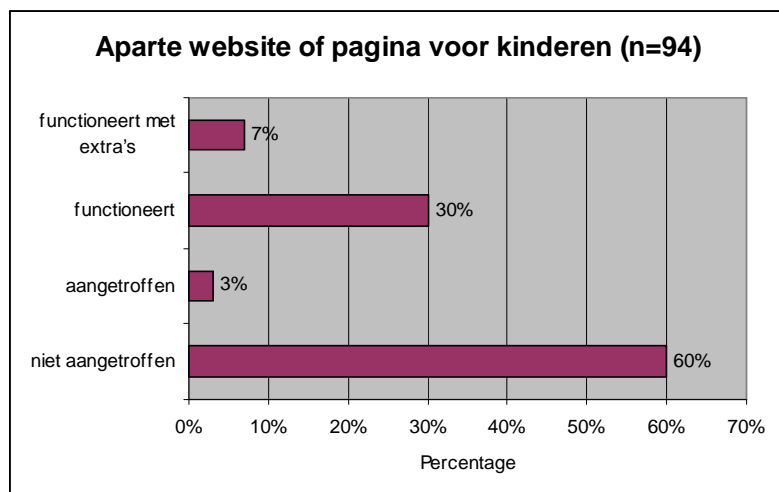
In deze paragraaf wordt beschreven hoe gebruiksvriendelijk de onderzochte websites van de ziekenhuizen nu eigenlijk zijn.

#### *Doelgroepen*

Een website van een ziekenhuis heeft verschillende doelgroepen. Daarom is gekeken of de deze websites een duidelijke doelgroepindeling hebben. Met een doelgroepindeling bedoelen we dat een website is opgedeeld in een onderdeel voor patiënten, voor bezoekers en voor specialisten. Van alle onderzochte ziekenhuizen, heeft bijna 83% op de website een duidelijke en goed werkende doelgroepverdeling.

#### *Kinderen*

Ook kinderen zijn een doelgroep. Helaas heeft het merendeel van de ziekenhuizen, nog geen aparte kinderwebsite of pagina op de website. Terwijl juist kinderen zich goed moeten voorbereiden op een eventueel verblijf in het ziekenhuis. In totaal heeft 37% van de onderzochte websites een goed functionerend gedeelte voor kinderen.



### *Buitenlandse taal*

Een andere doelgroep die niet echt aan bod komt is mensen die niet goed Nederlands spreken. Het merendeel van de ziekenhuizen heeft op de website geen pagina's beschikbaar in een andere taal. Dit terwijl Nederland een multiculturele samenleving met een grote variëteit aan nationaliteiten. Bij ruim 80% van alle onderzochte websites is geen pagina in een andere taal aanwezig.

### *Slechtzienden*

Voor mensen met slechte ogen zijn de websites een stuk toegankelijker. Ruim 80% van de websites heeft de mogelijkheid tot het vergroten van het lettertype. Er wordt minder gebruik gemaakt van een voorleesfunctie (zoals een readspeaker). Deze functie is op 17% van de websites aanwezig.

### *Informatie zoeken*

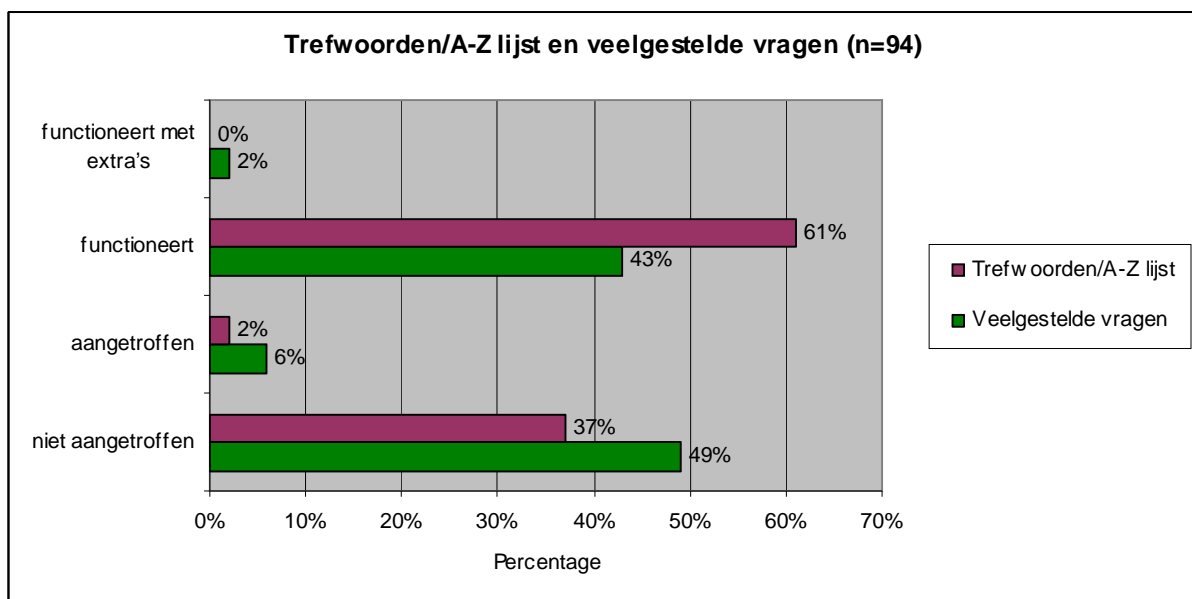
Op een gebruiksvriendelijke website vindt je snel en eenvoudig de informatie die je nodig hebt. Dit betekent dat er in ieder geval een zoekmachine aanwezig moet zijn. Bij ongeveer 86% van de onderzochte websites is een (goed functionerende) eenvoudige zoekmachine aanwezig.. Er zijn een aantal website die zelfs een geavanceerde zoekmachine gebruiken. Een geavanceerde zoekmachine is een zoekmachine waarbij gebruik gemaakt kan worden van filters of waar de zoekopdracht verfijnd kan worden. Ook het zoeken via een Google link wordt door bijna geen enkele website gebruikt. Dit is ook niet noodzakelijk als er een zoekmachine op de site aanwezig is.

### *Trefwoorden/A-Z lijst*

Een andere manier om informatie over een bepaald onderwerp te vinden op een website is door gebruik te maken van een trefwoorden/A-Z lijst. Ruim 37% van de ziekenhuizen heeft geen trefwoorden/A-Z lijst op de website.

### *Veelgestelde vragen (FAQ)*

Een andere manier om informatie te vinden is bij de 'veelgestelde vragen' te kijken. Uit dit onderzoek blijkt dat bijna de helft, ongeveer 49% van de ziekenhuizen, geen rubriek met veelgestelde vragen op de website heeft. Dit is jammer want juist deze rubriek kan mensen basisinformatie verschaffen waardoor ze anders naar het ziekenhuis zouden bellen of emailen.





### *Sitemap*

Ruim 69% van de onderzochte websites heeft een sitemap. Een sitemap maakt het mogelijk om in één oogopslag te zien welk onderwerp waar precies staat, dus vooral voor websites waar veel informatie op te vinden is, is een sitemap noodzakelijk.

### *Broodkruimelpad*

Om niet 'verdwaald' te raken, wordt er op websites vaak gebruik gemaakt van een broodkruimelpad. Dit is een handige functie waardoor je precies ziet waar je bent op de website en welke stappen je genomen hebt om daar te komen. Deze tool wordt door het grootste deel, bijna van de onderzochte ziekenhuizen op de website gebruikt.

### *Contactgegevens*

Één van de belangrijkste onderdelen van op een website zijn de contactgegevens. Het is heel belangrijk dat deze goed bijgewerkt zijn en dat ze eenvoudig te vinden zijn. Dit kan door ze bijvoorbeeld op de homepage te vermelden. Van de onderzochte websites heeft 51% de contactgegevens op de homepage staan (maar bij een aantal van deze websites functioneert dit niet voldoende).

### *Contactmogelijkheden*

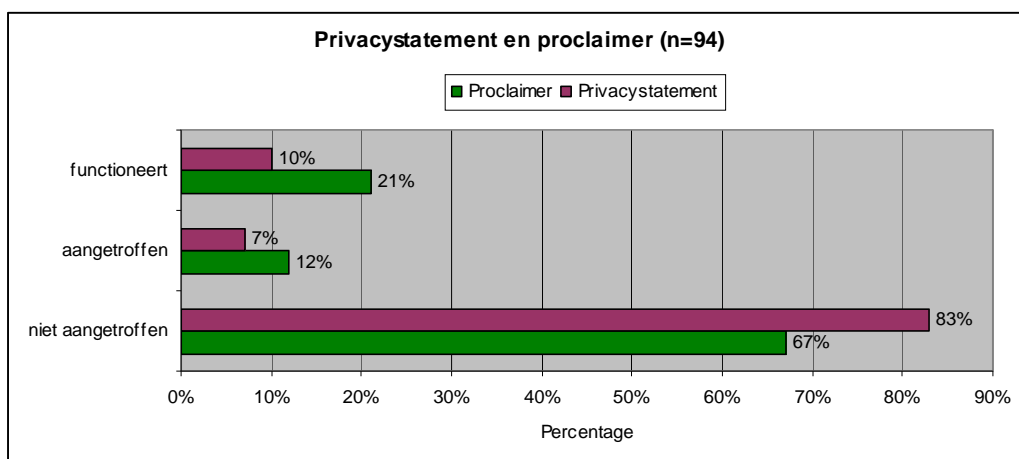
Bijna alle onderzochte websites vermelden de contactmogelijkheden per telefoon, namelijk 99%. Ook de emailadressen zijn op de meeste websites vermeld. Op ongeveer 2/3 van alle websites zijn emailgegevens vermeld. Ongeveer 50% van de onderzochte websites heeft een online formulier, waarmee bezoekers algemene vragen kunnen stellen. Ziekenhuizen zijn nog niet per sms te bereiken. Twee ziekenhuizen bieden deze mogelijkheid wel, maar dit functioneert niet goed. Ongeveer 27% van de ziekenhuizen biedt nog een andere mogelijk tot contact. Hieronder valt bijvoorbeeld de mogelijkheid om via 9292ov of via de ANWB routeplanner een route naar het ziekenhuis te plannen.

### *Privacystatement*

Een privacystatement informeert bezoekers van een website hoe een ziekenhuis met (persoonlijke) gegevens omgaat die verstrekt worden via de website. Het grootste deel van de onderzochte ziekenhuizen, namelijk 67%, heeft geen privacystatement.

### *Proclaimer*

Een proclaimer vertelt een bezoeker van een website wat deze van de website mag verwachten. Bijvoorbeeld dat de informatie up to date is en dat emails binnen een bepaalde periode beantwoord worden. Op 83% van de onderzochte websites is (nog) geen proclaimer aanwezig.



## 4 | INTERACTIE

---

Ook de mate van interactiviteit van een website is erg belangrijk. In dit hoofdstuk leest u hier meer over. Eerst wordt uitgelegd waarom interactie zo belangrijk is. Hierna leest u wanneer een website interactief is. Het hoofdstuk eindigt met de onderzoeksresultaten.

### 4.1 Waarom interactie

Een interactieve website zorgt ervoor dat bezoekers van een website langer geïnteresseerd blijft. In plaats van alleen 'droge' informatie te lezen, kan je bijvoorbeeld filmpjes kijken, of op een forum berichten plaatsen. De bezoeker van een website wordt zelf tot actie aangezet en blijft hierdoor veel langer op een website naar informatie zoeken. Doordat een bezoeker actief bezig is op de website van een ziekenhuis, voelt hij of zij zich eerder betrokken bij dat ziekenhuis.

### 4.2 Onderzoeksresultaten

De websites van de ziekenhuizen zijn onderzocht op de mogelijkheid tot interactie. Hieronder ziet u de resultaten hiervan.

#### *Interactieve informatie*

Allereerst is er gekeken op welke manier er via de websites interactieve informatie te verkrijgen is. Een goed voorbeeld hiervan is dat bezoekers zich kunnen aanmelden voor een mailinglist of emailnieuwsbrief. Hiermee kan een ziekenhuis mensen betrekken bij het wel en wee van het ziekenhuis. Aanmelding hiervoor is op bijna geen enkele website mogelijk. Slechts 5% van de onderzochte websites heeft een goed functionerende optie hiervoor.

#### *Folders en brochures*

Ook de mogelijkheid tot het downloaden van folder en brochures is onderzocht. Ieder ziekenhuis zou dit moeten hebben omdat dit ervoor zorgt dat een groot deel van de mensen geen papieren folder meer hoeft te ontvangen. Bij de meeste ziekenhuizen is het mogelijk om via de website informatiemateriaal te downloaden. Slechts 26% van de onderzochte ziekenhuizen heeft geen downloadbare informatie op de website staan.

#### *Online discussie*

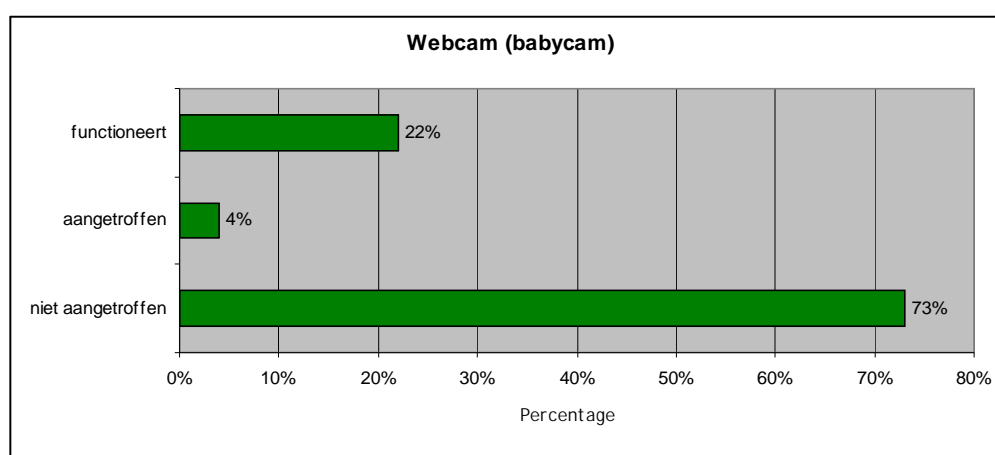
Op bijna geen enkele site is de mogelijkheid tot online discussie aanwezig. Van alle ziekenhuizen, hebben er slechts twee een goed werkend forum voor discussie.

#### *Videofragmenten*

Tegenwoordig wordt er op websites steeds meer gebruik gemaakt van videofragmenten. Ruim 25% van de websites biedt (goedwerkende) videofragmenten aan op de website.

### *Webcam*

Iets wat heel belangrijk kan zijn voor ouders van kinderen is de webcam of babycam. De webcam maakt het mogelijk dat ouders vanuit huis toch nog een beetje contact hebben met hun eigen kind in het ziekenhuis. Dit is een extra service van het ziekenhuis. Door in te loggen op de website van het ziekenhuis is het voor ouders van baby's mogelijk om 24 uur per dag naar hun baby te kijken. Dus ook als ze thuis zijn. Van alle onderzochte websites, is bij 22% een goed werkende webcam (of babycam) aanwezig.



### *Afspraak maken met specialist*

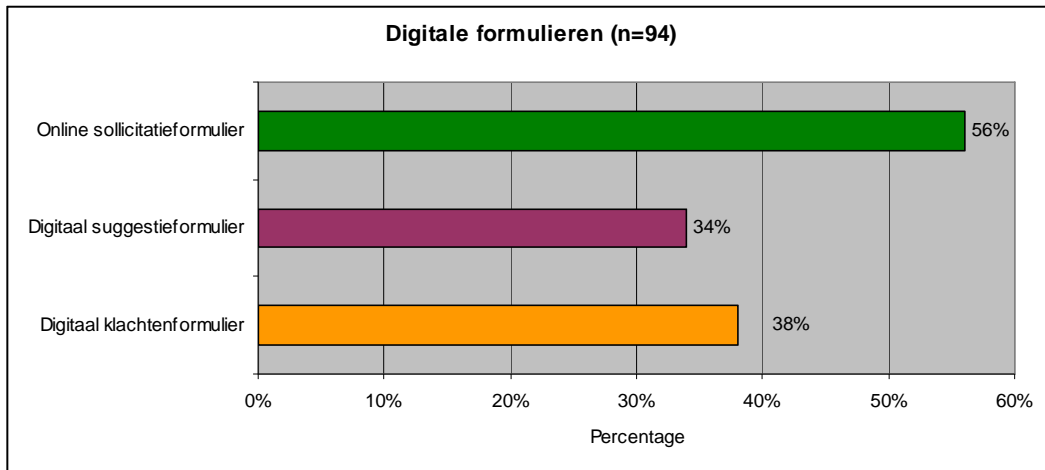
Bij een aantal ziekenhuizen is het mogelijk om online een afspraak te maken met een specialist of om de specialist rechtstreeks per email te bereiken. Het afspraken maken online is bij 25% van de websites mogelijk. Ook zijn er nog niet veel specialisten rechtstreeks per email te bereiken. Er is slechts één ziekenhuis waarbij deze mogelijkheid aanwezig is waar deze functie ook goed functioneert.

### *Digitale formulieren*

Steeds meer organisaties maken gebruik van digitale formulieren op hun website. Tijdens het onderzoek is gekeken naar het aanbieden van digitale klachtenformulieren, suggestieformulieren en sollicitatieformulieren. Ruim 40% van de ziekenhuizen biedt online een digitaal klachtenformulier aan, al werkt dit bij een paar websites niet optimaal. Dit betekent dat bijna 60% van de ziekenhuizen dit niet heeft. Dit maakt het voor bezoekers van deze ziekenhuizen en de websites lastiger om klachten door te geven.

Een suggestieformulier is iets algemener dan een klachtenformulier. Bezoekers kunnen met een digitaal suggestieformulier een ziekenhuis eenvoudig ideeën, opmerkingen en feedback geven over verschillende onderwerpen. Ruim 40% van de onderzochte ziekenhuizen biedt digitale suggestieformulieren aan, waarbij ook hier bij een aantal websites deze functie niet goed werkt. Dit betekent dat bij bijna 60% van de ziekenhuizen dit formulier niet aanwezig is.

Als laatste is gekeken naar het aantal ziekenhuizen dat een online sollicitatieformulier aanbiedt. Zo'n formulier maakt het voor sollicitanten erg eenvoudig om te solliciteren. Van de onderzochte websites heeft 56% een online sollicitatieformulier.



### *Eigen medewerkers*

Het is voor medewerkers van een ziekenhuis erg handig als zij vanuit huis (extern) kunnen inloggen op een apart gedeelte van de website. Zo kan men relevante interne informatie opvragen of de eigen email lezen. Bij 30% van de websites is het mogelijk om extern in te loggen.

## 5 TRANSPARANTIE

---

In dit hoofdstuk wordt de transparantie van de onderzochte websites beschreven. Er wordt beschreven waarom transparantie belangrijk is en wanneer een website transparant is. Het hoofdstuk eindigt met de onderzoeksresultaten.

### 5.1 Waarom transparant

Het is belangrijk dat ziekenhuizen voor de buitenwereld transparant zijn. Mensen willen graag zien hoe 'hun' ziekenhuis scoort in verschillende onderzoeken. Ook is het belangrijk om te zien welke keurmerken een ziekenhuis heeft gehaald. Hoe het met de onderzochte ziekenhuizen gesteld is, leest u hieronder.

### 5.2 Onderzoeksresultaten

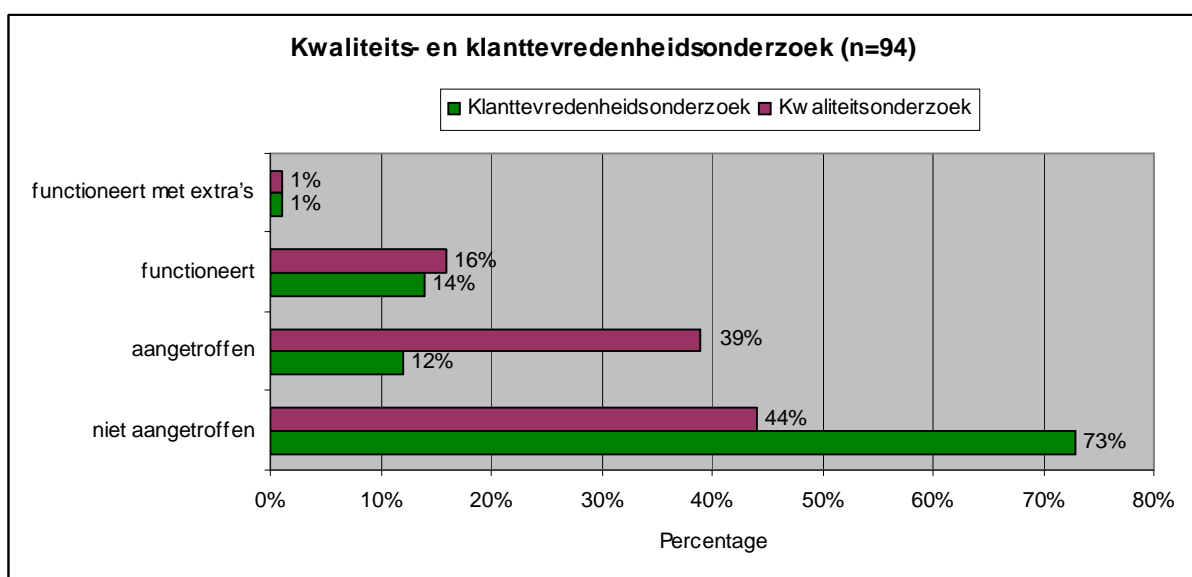
Er is onderzocht welke documenten ziekenhuizen op hun website aanbieden. Er zijn allerlei documenten waardoor een bezoeker van een website kan zien hoe transparant een ziekenhuis is.

#### *Klanttevredenheid*

Er is gekeken of er afgeronde klanttevredenheidsonderzoeken op de website gepubliceerd zijn. Dit is bij een groot deel van de websites niet het geval. Ruim 73% van de sites heeft geen klanttevredenheidsonderzoek online. Uiteindelijk heeft maar 15% van de ziekenhuizen een actueel klanttevredenheidsonderzoek op de website gepubliceerd.

#### *Kwaliteitsrapport*

Ook de publicatie van een kwaliteitsrapport is belangrijk. Bezoekers willen graag meer lezen over de kwaliteit van het ziekenhuis waar zij behandeld (willen) worden. Van de 94 onderzochte websites heeft 44% geen kwaliteitsrapport op de website gepubliceerd.



### *Ondersteuning consulentendiensten*

Met de digitale ondersteuning van consulentendiensten wordt bedoeld dat een patiënt via de website in contact kan komen met een specialist, om zo gezamenlijk een diagnose te stellen. Dit maakt dat een patiënt hiervoor niet naar het ziekenhuis hoeft te komen. Er zijn weinig ziekenhuizen die hiervan gebruik maken. Dit is ook wel begrijpelijk, aangezien het niet eenvoudig is om online een diagnose te stellen. Bijna 98% van de ziekenhuizen biedt deze dienst niet aan. 2% van de ziekenhuizen biedt hem wel aan, maar op deze sites werkt de dienst niet goed. Dit betekent dus dat geen van de onderzochte ziekenhuizen een goed functionerende digitale ondersteuning consulentendienst heeft.

### *Melding Incidenten Patiënten*

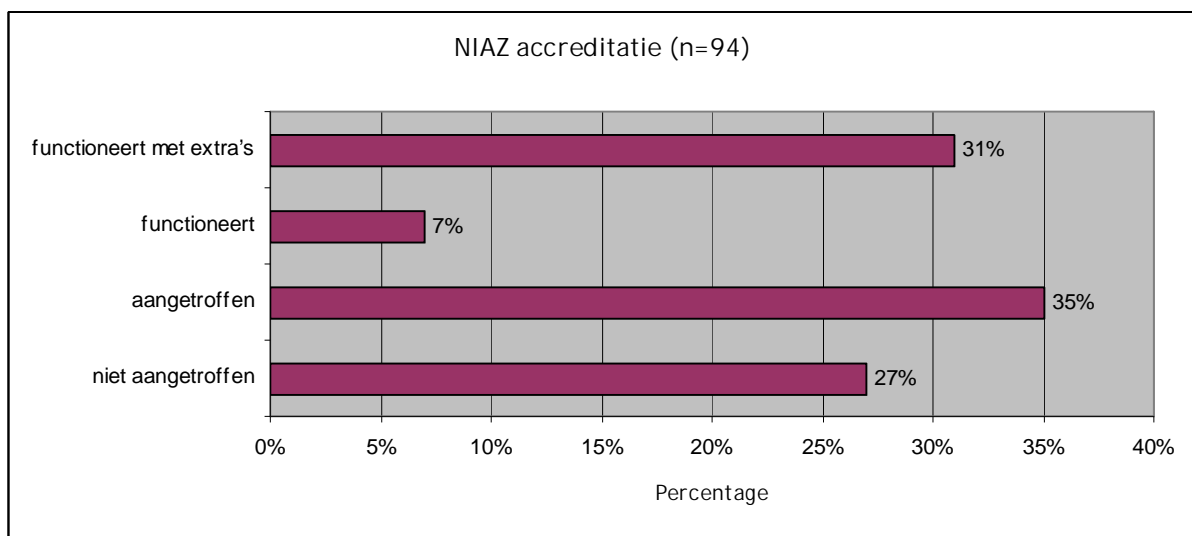
Het is ook belangrijk om te weten wat het ziekenhuis doet met klachten, opmerkingen en suggesties. Met behulp van een MIP-systeem (Melding Incidenten Patiëntensysteem) worden alle klachten geordend en verwerkt. Heel veel ziekenhuizen hebben deze functie op de website staan, maar bij slecht enkele ziekenhuizen functioneert deze functie goed. Bij 43% van de ziekenhuizen is deze functie helemaal niet aanwezig.

### *Mijn dossier*

Tegenwoordig is het mogelijk om patiëntgegevens in een digitaal dossier te zetten. Dit wordt nog door veel ziekenhuizen nog niet gedaan. Bij slechts twee van de 94 onderzochte ziekenhuizen is een goed werkend digitaal patiëntendossier aangetroffen. Dit is dus ongeveer 2% van de onderzochte ziekenhuizen.

### *NIAZ accreditatie*

De NIAZ accreditatie is een kwaliteitskeurmerk waarmee de kwaliteit van een ziekenhuis gewaarborgd wordt. Er is gekeken of ziekenhuizen de NIAZ accreditatie ook vermelden op de website. Op 38% van de onderzochte sites is de accreditatie gepubliceerd. Bij 35% van de ziekenhuizen functioneert de link naar de accreditatie niet. Ongeveer 27% van de onderzochte ziekenhuizen heeft de NIAZ accreditatie niet op de website vermeld.



## 6 CONCLUSIES

---

Nu alle onderdelen van het onderzoek afzonderlijk besproken zijn, volgen in dit hoofdstuk de conclusies van de webmonitor van 2008.

### 6.1 Gebruiksvriendelijkheid

Bijna alle ziekenhuizen hebben een duidelijke doelgroep indeling. Helaas heeft bijna tweederde van de websites geen apart gedeelte voor kinderen. Kinderen zijn een belangrijke doelgroep. Zij hebben juist informatie nodig ter voorbereiding op hun verblijf of bezoek in het ziekenhuis.

Ook heeft 80% van de websites geen apart gedeelte van de website voor mensen die geen Nederlands spreken. Dit is apart, want Nederland is een land waar erg veel verschillende nationaliteiten wonen. Je zou verwachten dat de meeste websites toch in ieder geval de belangrijkste informatie in het Engels zouden weergeven.

Op bijna alle websites is een (eenvoudige) zoekmachine aanwezig. Sommige websites hebben zelfs geavanceerde zoekmogelijkheden. Twee andere zaken die het zoeken op een website vergemakkelijken zijn de trefwoorden/A-Z lijst en de rubriek veelgestelde vragen. Ruim 37% van de websites heeft geen trefwoorden/A-Z lijst op de website, terwijl ongeveer 49% van de onderzochte websites niet een rubriek met veelgestelde vragen heeft.

Iets anders dat het zoeken vereenvoudigd is de aanwezigheid van een sitemap. Een sitemap geeft de structuur van de website weer in één oogopslag. Ruim 72% van de onderzochte websites heeft geen sitemap. Het percentage websites dat een trefwoorden/A-Z lijst en een rubriek 'veelgestelde vragen' heeft, zou eigenlijk veel hoger moeten zijn. Professionele websites hebben toch in ieder geval één van beide rubrieken.

Het broodkruimelpad laat zien welke stappen je hebt genomen om in je huidige scherm te komen. Dit zorgt ervoor dat je eenvoudig een stap terug kan doen en niet 'verdwaald' raakt op een website. 69% van alle website gebruikt een broodkruimelpad. Ook dit percentage moet eigenlijk hoger zijn.

Gelukkig is 80% van de websites toegankelijk voor slechtziende doordat het lettertype te vergroten is. Dit is een goede zaak. Hopelijk is dit aantal volgend jaar nog hoger! De readspeaker (voorleesfunctie) wordt door slechts 17% van de websites gebruikt. Waarschijnlijk is dit doordat deze websites al een schaalbaar lettertype hebben.

De helft van de websites heeft de contactgegevens op de homepage vermeld. Dit zorgt ervoor dat mensen ze heel eenvoudig kunnen vinden. 99% van de websites heeft het telefoonnummer op de website vermeld. Bij 67% van alle websites zijn emailadressen vermeld. Dit percentage kan hoger. Tegenwoordig moet je eigenlijk met ieder ziekenhuis per email contact kunnen opnemen. Ditzelfde geldt voor online digitale formulieren. De helft van de onderzochte websites heeft een online formulier voor algemene vragen. Dit percentage zou eigenlijk ook iets hoger moeten zijn.

Wat erg belangrijk is, maar wat veel ziekenhuizen niet op de website vermeld hebben is een proclaimer en een privacystatement. Beiden zijn bij meer dan 2/3 van de websites niet te vinden. Dit

terwijl mensen graag willen weten wat er met de persoonlijke informatie gebeurt die op de website ingevuld wordt. Ook wil men graag weten wat de site hen bieden heeft.

## 6.2 Interactie

Aan de mate van interactie kan nog het één en ander verbeteren op de onderzochte websites. Bij slechts 5% van de websites is het mogelijk je te abonneren op een digitale nieuwsbrief, terwijl dit juist een goed middel is om mensen betrokken te houden bij het ziekenhuis.

Op dit moment heeft 63% van de ziekenhuizen downloadbare folders en brochures. Dit is al meer dan de helft, maar hopelijk is dit aantal volgend jaar nog hoger. Als een ziekenhuis ervoor zorgt dat alle belangrijke informatie van de website is te downloaden, zorgt dit ervoor dat mensen minder snel bellen voor informatie.

Ruim 25% van de websites biedt videofragmenten aan. Dit percentage zal misschien in de toekomst nog wel iets stijgen, maar niet alle informatie is geschikt om op film te zetten. Tegenwoordig is op 22% van de websites een webcam aanwezig. Dit is een leuk initiatief waar vooral ouders met kinderen (vooral baby's) erg blij mee zijn. Hiermee kunnen zij toch een beetje contact houden met hun kind, ook ligt het in het ziekenhuis. Hopelijk is het percentage ziekenhuizen dat dit aanbiedt volgend jaar weer een beetje hoger!

Bij 72% van de ziekenhuizen is het nog niet mogelijk om online een afspraak te maken. Dit percentage zal in de toekomst waarschijnlijk kleiner worden, aangezien steeds meer zaken online te regelen zijn. Op dit moment biedt ongeveer 40% van de onderzochte websites haar bezoekers een online klachten-, suggestieformulier en 56% van de sites biedt een sollicitatieformulier. Ook deze percentages gaan in de toekomst waarschijnlijk omhoog.

Als laatste biedt 30% van de onderzochte ziekenhuizen haar medewerkers de gelegenheid om vanaf een externe locatie in te loggen op een privégedeelte in de website. Dit is erg handig om interne informatie te zoeken of de email te controleren.

## 6.3 Transparantie

Tegenwoordig is transparantie een veelbesproken onderwerp. Mensen willen graag weten hoe het met de kwaliteit van een ziekenhuis gesteld is. Uit dit onderzoek blijkt dat 73% van de ziekenhuizen geen klanttevredenheidsonderzoek online heeft staat, 44% van de ziekenhuizen heeft geen kwaliteitsrapport online staan, bij 43% van de ziekenhuizen is het MIP-systeem (Melding Incident Patiënt) niet aanwezig en bij 38% van de websites is de NIAZ accreditatie niet vermeld. Kortom, hier kan nog wel het één en ander verbeterd worden. Als laatste wordt het digitaal patiëntendossier slechts door 2% van de ziekenhuizen gebruikt. Dit percentage zal in de toekomst waarschijnlijk wel omhoog gaan.



## 7 VERGELIJKING

---

Voordat er vergelijkingen gemaakt worden tussen de onderzoeksresultaten van 2007 en die van 2008, hieronder eerst de onderzoeksresultaten van 2007. Hierna kunt u de vergelijkingen lezen.

### 7.1 Terugblik op 2007

In 2007 is dit onderzoek voor het eerst uitgevoerd. Hieronder volgt een opsomming van de conclusies van vorig jaar.

#### *Gebruiksvriendelijkheid*

- ongeveer 85% van de ziekenhuizen hield rekening met de verschillende doelgroepen;
- 17% van de ziekenhuizen heeft een pagina in een buitenlandse taal;
- Slechts 33% van de onderzochte websites heeft aparte informatie voor de kinderen;
- de meeste websites zijn goed toegankelijk voor slechtzienden. Op alle websites is het mogelijk om het lettertype te vergroten, maar er zijn niet veel websites met een readspeaker;
- bij 81% van de websites is een (eenvoudige) zoekmachine aanwezig;
- de rubriek 'veelgestelde vragen' (FAQ) is bij slechts 29% van de ziekenhuizen op de website te vinden;
- bij 35% van de sites kan je online je vragen stellen door een formulier;
- 38% van de ziekenhuizen heeft een trefwoorden/A-Z lijst op de website;
- 22% van de ziekenhuizen heeft een privacystatement op de website.

#### *Interactie*

- het downloaden van folders en brochures is op 64% van de websites mogelijk;
- het gebruik van een webcam (denk aan de babycam) neemt toe. Op dit moment gebruikt 11% van de onderzochte ziekenhuizen deze functie;
- er wordt niet veel gebruik gemaakt van videofragmenten;
- het doorgeven van suggesties en klachten is bij een beperkt aantal websites mogelijk;
- bij 70% van de ziekenhuizen is het mogelijk contact te leggen via de email.

#### *Transparantie*

- het merendeel van de onderzochte websites heeft een actueel kwaliteitsrapport op de website gepubliceerd;
- de digitalisering van consulentendiensten ontbreekt bij bijna alle ziekenhuizen;
- 32% van de websites vermeldt de behaalde NIAZ accreditatie.

Als je de bovenstaande punten leest, valt op dat er aan de digitale dienstverlening van de meeste ziekenhuizen nog veel te verbeteren valt.

## 7.2 Vergelijking 2007 & 2008

In deze paragraaf worden de conclusies van 2007 en die van 2008 met elkaar vergeleken. Hier zijn vooral de onderdelen die in 2008 veranderd zijn ten opzichte van 2007 beschreven.

### *Gebruiksvriendelijkheid*

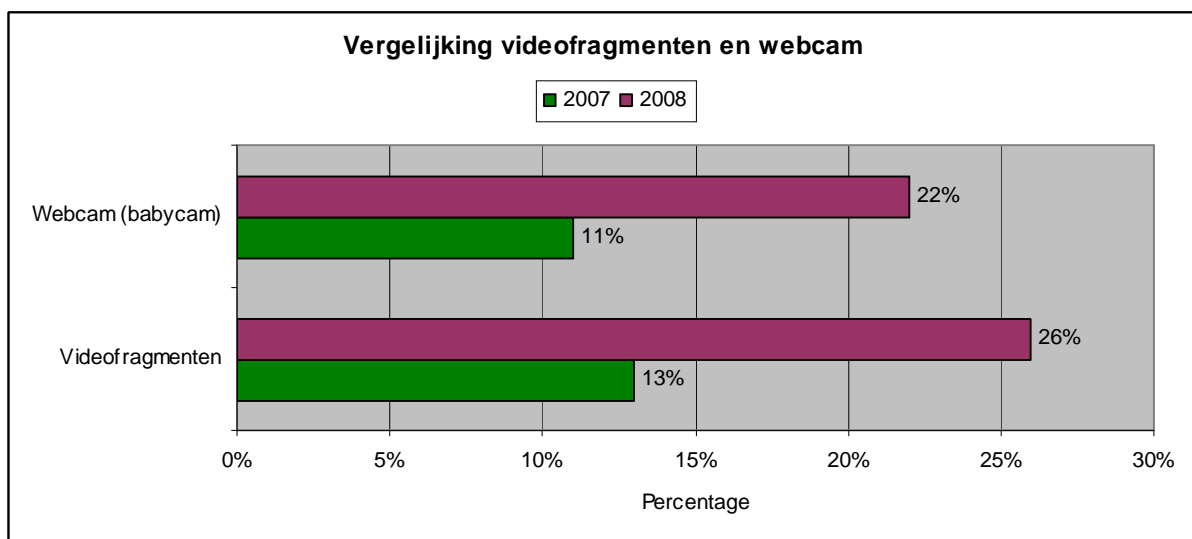
De gebruiksvriendelijkheid van de onderzochte websites is over het algemeen niet veel verbeterd. De sites zijn redelijk gebruiksvriendelijk, al mist er op veel websites wel het één en ander.

Dit jaar zijn er iets meer websites met een doelgroepindeling, een zoekmachine en een broodkruimelpad, maar alle andere punten zijn nagenoeg gelijk gebleven. Helaas is het aantal websites dat een apart gedeelte heeft voor kinderen niet veel gestegen ten opzichte van vorig jaar. Ook het aantal websites met een aparte pagina in een andere taal is gelijk gebleven.

Het aantal websites dat de contactgegevens op de homepage vermeld heeft is gestegen van 33% naar 51%. Ook zijn er meer websites die de mogelijkheid bieden om vragen te stellen via een online formulier.

### *Interactie*

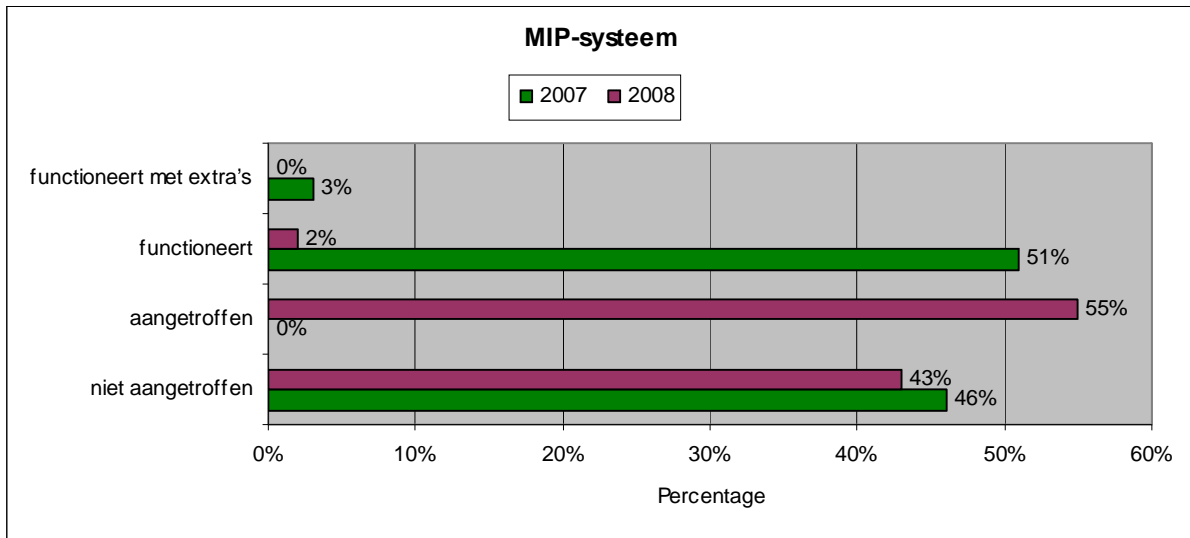
Ook deze percentages zijn over het algemeen gelijk gebleven of heel iets gestegen. Er zijn twee percentages die flink gestegen zijn. Het gebruik van videofragmenten is bijna verdubbeld. Ook het gebruik van de webcam (babycam) is toegenomen. Dit percentage is verdubbeld, van 11% naar 22%. Zoals u in onderstaande grafiek kunt zien is dit een positieve ontwikkeling!



### *Transparantie*

De transparantie van ziekenhuizen is over het algemeen iets verslechterd. In 2008 is op meer websites een online klanttevredenheidsonderzoek te vinden. Het aantal ziekenhuizen dat een actueel kwaliteitsrapport publiceert op de websites is gedaald. In 2007 had meer dan 85% van de ziekenhuizen dit rapport op de website staan, in 2008 was dit percentage een behoorlijk stuk lager. Er waren er veel websites die claimden het rapport online gepubliceerd te hebben, maar dit bleek niet zo te zijn.

Ditzelfde is het geval met het MIP-systeem. Ook dit percentage is in 2008 flink gedaald ten opzichte van 2007, zie onderstaande grafiek.



Het aantal websites dat de NIAZ accreditatie vermeld is iets gestegen ten opzichte van vorig jaar. Op dit moment bieden 2 ziekenhuizen online de mogelijkheid tot het raadplegen van een elektronisch dossier. Dit was in 2007 nog niet mogelijk, dus dit is een goede ontwikkeling.

## 8 AANBEVELINGEN

---

U heeft nu de conclusies van dit jaar en die van vorig jaar kunnen lezen. In dit hoofdstuk wordt beschreven wat in het algemeen de verbeterpunten zijn voor de websites van ziekenhuizen.

### 8.1 Stand van zaken

In de meeste gevallen zijn de onderzochte websites ten opzichte van vorig jaar gelijk gebleven of iets verbeterd. Op een paar gebieden zijn de websites fors vooruit gegaan. Denk hierbij aan het gebruik van een webcam of videofragmenten. Ook zijn over het algemeen de contactgegevens eenvoudiger te vinden dan voorheen, doordat veel ziekenhuizen deze op de homepage geplaatst hebben. Toch zijn er ook een aantal onderdelen waar zowel in 2007 als in 2008 niet hoog op gescoord is. Helaas zijn de websites er op het gebied van transparantie een beetje op achteruit gegaan.

Er kan nog het één en ander verbeterd kan worden aan de websites van ziekenhuizen. De aanbevelingen hiervoor leest u in de paragraaf hieronder.

### 8.2 Aanbevelingen

Er is nog het één en ander te verbeteren aan de websites van ziekenhuizen in Nederland. Hier volgen een aantal aanbevelingen op het gebied van gebruiksvriendelijkheid, interactie en transparantie.

#### *Gebruiksvriendelijkheid*

Over het algemeen zijn websites van ziekenhuizen redelijk gebruiksvriendelijk, al zijn er een aantal verbeterpunten. Zo zouden websites meer rekening kunnen houden met kinderen en met mensen die geen Nederlands spreken. Er zijn een aantal belangrijke onderdelen die veel ziekenhuizen niet op de website aanbieden:

- lijst met veelgestelde vragen (FAQ) of een trefwoordenlijst;
- sitemap;
- privacystatement en proclaimer;
- contactmogelijkheden per email;

Deze onderdelen horen eigenlijk wel op een goede gebruiksvriendelijke website te staan. Dit betekent dat ook ziekenhuizen deze functies op de website aan zouden moeten bieden.

#### *Interactie*

Ook op het gebied van interactiviteit valt er nog wat te verbeteren. De belangrijkste aanbevelingen hiervoor staan hieronder vermeld. Het is belangrijk dat ziekenhuizen:

- meer gebruik maken van een online klachten- of suggestieformulier
- meer folders en brochures online zetten;
- gebruik maken van bijvoorbeeld een digitale nieuwsbrief om bezoekers te betrekken bij het ziekenhuis;
- vooral doorgaan met het ontwikkelen van de babycam (webcam) en videofragmenten;
- meer digitale formulieren aanbieden op de websites.

### *Transparantie*

Ook aan de transparantie van de websites van ziekenhuizen moet nog het één en ander verbeteren.

Het is belangrijk dat meer ziekenhuizen:

- klanttevredenheidsonderzoeken online publiceren;
- kwaliteitsrapporten online publiceren;
- het MIP-systeem verbeteren;
- de mogelijkheden voor het gebruik van digitale patiëntendossiers onderzoeken;
- de NIAZ accreditatie online vermelden.



Notering	Naam	Score
1	St. Franciscus Gasthuis	162
2	Albert Schweitzer Ziekenhuis	155
3	Isala klinieken	147
4	Ziekenhuis De Gelderse Vallei	146
5	St. Jansdal	143
6	Westfries Gasthuis	143
7	VU Medisch Centrum	142
8	Medisch Centrum Haaglanden	142
9	Zuwe Hofpoort	142
10	Diakonessenhuis	141

De websites van de ziekenhuizen zijn beoordeeld aan de hand van zorgvuldig opgestelde vragen. De weging die een vraag meekrijgt heeft te maken met het onderscheidende vermogen van deze vraag. Het biedt de website van het ziekenhuis een extra functionaliteit.

Per vraag zijn vier mogelijkheden om te antwoorden, namelijk:

1. Niet aangetroffen
2. Aangetroffen
3. Functioneert
4. Functioneert met extra's

*Betekenis antwoorden*

1. Niet aangetroffen: geeft aan dat een functionaliteit niet op de website beschikbaar is.
2. Aangetroffen: geeft aan dat de functionaliteit wel op de website zichtbaar is, maar niet functioneert. Hierbij kan gedacht worden aan een niet werkende zoekmachine.
3. Functioneert: de functionaliteit is aangetroffen en functioneert op de website.
4. Functioneert met extra's: de functionaliteit heeft een extra toegevoegde waarde. Denk hierbij aan het uploaden van een CV bij het aanbieden van een online sollicitatieformulier.

De antwoorden geven de volgende logische puntentelling:

- ➡ Antwoord 1 = 1 punt
- ➡ Antwoord 2 = 2 punten
- ➡ Antwoord 3 = 3 punten
- ➡ Antwoord 4 = 4 punten

Deze punten worden vermenigvuldigd met de wegingsfactor. Op deze wijze komen de websites aan hun punten. De website met de meeste punten is uiteindelijk de website met de beste digitale dienstverlening!

Schema maximaal te behalen punten:

Onderdeel	Aantal vragen	Max. behalen punten
<i>Gebruikersvriendelijkheid</i>	19	116
<i>Interactie</i>	11	100
<i>Transparantie</i>	6	56
Totaal	36	272



*Gebruikersvriendelijkheid*

Nr.	Toelichting	Wegingsfactor
1	<i>Duidelijke doelgroepverdeling bij het aanbieden van informatie</i> Bij deze vraag gaat het niet om onderwerp indeling, maar specifieke weergave van doelgroepen. Is er rekening gehouden met relevante informatieweergave per doelgroep?	1
1a	<i>Aparte kinderwebsite of -pagina</i> Is een aparte kinderwebsite of -pagina beschikbaar die aangepast is aan kinderen? De kinderwebsite of -pagina is volledig op kinderen ingericht, zodat hij of zij op een interactieve, eenvoudige en leuke wijze informatie kan vinden die voor hem of haar relevant is.	3
2a	<i>Zoeken via Google-link</i> Kunnen bezoekers van de website interne en externe zoekresultaten opvragen? Op deze wijze vergroot je de zoekmogelijkheden van de bezoeker op de website.	1
2b	<i>Eenvoudig (enkelvoudig) zoeken via interne zoekmachine</i> Is het mogelijk om via een eenvoudige zoekmachine relevante informatie op de website te vinden? Hierbij is gelet op de relevantie van het zoekresultaat. Krijg je als bezoeker de juiste informatie die is weergegeven in de zoekresultaten?	1
2c	<i>Geavanceerd(er) zoeken via interne zoekmachine (filters, 'verfijnen zoekopdracht' etc.)</i> Is het mogelijk om via een geavanceerde zoekmachine relevante informatie op de website te vinden? Met het verfijnen van de zoekopdracht kunnen de bezoekers van de website gericht zoeken naar relevante informatie.	1
2d	<i>Sitemap</i> Met behulp van de sitemap kunnen de bezoekers van de website in één oogopslag de beschikbare onderwerpen overzichtelijk zien. Hierdoor hoeft de bezoeker van de website niet te zoeken naar informatie.	1
2e	<i>Trefwoorden/A-Z lijst</i> Met behulp van trefwoorden/ A-Z lijst vereenvoudig je voor de bezoeker het vinden van informatie, door het bijvoorbeeld alfabetisch weergeven van de verschillende onderwerpen op de site. Dit kan verschillen van specialismen tot behandelingen.	1
2f	<i>Broodkruimelpad of andere positiebepaling</i> Met behulp van een broodkruimelpad of een andere positiebepaling laat je de bezoeker zien welke 'weg' zij hebben gevolgd om tot de desbetreffende informatie te komen. Ook kan men hierdoor eenvoudig een stap terug klikken en hoeft men niet weer de website te doorzoeken naar diverse onderwerpen.	1

3	<i>Veelgestelde vragen (FAQ's)</i> Bij veelgestelde vragen komen vaak meest gevraagde onderwerpen naar voren. Op deze wijze kunnen bezoekers van de website eenvoudig en snel informatie vinden.	1
4	<i>Privacystatement (bijvoorbeeld in colofon, disclaimer, help)</i> Met behulp van een privacystatement informeer je de bezoekers van de website hoe het ziekenhuis omgaat met de (persoonlijke) gegevens die worden verstrekt/uitgewisseld via de website.	1
4a	<i>Proclaimer</i> Een proclaimer vertelt een bezoeker van een website wat deze van de website mag verwachten. Bijvoorbeeld dat de informatie up to date is en dat emails binnen een bepaalde periode beantwoord worden.	1
5	<i>Informatie/pagina's in buitenlandse taal</i> Biedt de website de mogelijkheid om informatie te vinden voor mensen die geen Nederlands spreken? Zijn alleen algemene gegevens of ook diverse behandelingen in een andere taal beschikbaar? Onder extra wordt verstaan dat een groot deel, circa 40% van de website, uit pagina's bestaan in een andere taal.	2
6a	<i>Schaalbare lettergrootte (uitleg of een speciale knop hiervoor valt onder extra's)</i> Het lettertype vergroten van de website is zeer belangrijk voor slechtziende mensen, zij hebben met deze functionaliteit ook de mogelijkheid om de inhoud te kunnen lezen. Ook is het belangrijk dat de website en buttons blijven werken.	2
6b	<i>Voorleesfunctie (zoals ReadSpeaker)</i> Voor slechtziende en blinde mensen is het belangrijk dat de website ook toegankelijk is. Zij moeten informatie kunnen vinden en het moet duidelijk zijn zodat zij zonder drempel en zelfstandig de website kunnen gebruiken.	3
7	<i>Contactgegevens op de homepage</i> Vaak komt het voor dat men snel de contactgegevens zoekt van het desbetreffende ziekenhuis. Door de contactgegevens op de homepage te plaatsen kunnen de bezoekers van de website eenvoudig en snel algemene contactgegevens vinden. Op deze wijze vereenvoudig je de informatieverstrekking voor de bezoekers van de website.	1
8a	<i>Contactmogelijkheid via telefoon</i> Via welke communicatiemiddelen kan men contact opnemen met het ziekenhuis? Ook wel multichanneling genoemd.	1
8b	<i>Contactmogelijkheid via e-mail</i> Is er een algemeen e-mailadres waar men algemene vragen/opmerkingen naar toe kan mailen.	1
8c	<i>Contactmogelijkheid via online formulier</i> Het gemak van een onlineformulier is dat de bezoekers van de website snel en eenvoudig hun vraag/opmerking kunnen plaatsen, zonder dat zij worden doorverwezen naar bijvoorbeeld Outlook.	3

8d	<i>Contactmogelijkheid via sms</i> Via welke communicatiemiddelen kan men contact opnemen met het ziekenhuis?	2
8e	<i>Contactmogelijkheid anders</i> Bij dit onderdeel is er gekeken of men via de website direct via 9292ov of via ANWB een routeplanner kan instellen.	2

### Interactie

Nr.	Toelichting	Wegingsfactor
9	<i>Aanmeldoptie voor een mailinglist of e-mailnieuwsbrief</i> Hebben de bezoekers van de website de mogelijkheid om op de hoogte te blijven van het laatste nieuws, zonder dat zij telkens de website opnieuw moeten bezoeken? Op deze wijze breng je de doelgroepen op de hoogte van het laatste nieuws. Tevens verhoog je de betrokkenheid van je doelgroepen bij het ziekenhuis.	2
10	<i>Downloadbare folders en brochures</i> Kunnen de bezoekers van de website eenvoudig informatie downloaden in de vorm van een folder, zodat zij niet meer naar het ziekenhuis moeten? Het gaat hierbij specifiek om folders en niet om pagina's binnen de website van het ziekenhuis.	1
11	<i>Online discussie</i> Met een online discussie kunnen patiënten en bezoekers met elkaar informatie uitwisselen/discussiëren, het kan hierbij gaan om uiteenlopende onderwerpen.	1
12	<i>Extranet</i> Kunnen medewerkers van het ziekenhuis extern inloggen op de website van het ziekenhuis? Op deze wijze vereenvoudig je de mogelijkheden van het opvragen van interne informatie of e-mail voor de medewerkers van de ziekenhuizen. Voor hen is het belangrijk dat zij relevante interne informatie overal kunnen opvragen.	2
13	<i>Online afspraken maken</i> Met de functionaliteit online afspraken maken, verlaag je de druk op andere communicatiemiddelen waardoor patiënten/bezoekers sneller geholpen kunnen worden. Men hoeft niet meer (lang) te telefoneren om een afspraak te maken.	4
14	<i>Videofragmenten</i> Een beeld zegt meer dan 1000 woorden. Door het gebruik van videofragmenten kunnen behandelingen of procedures eenvoudig worden uitgelegd. Bezoekers van de website kunnen op deze wijze sneller informatie tot zich nemen.	2

15	<i>Webcam</i> Hierbij kan men denken aan een babycam. Ouders kunnen hun pasgeboren kind bekijken met behulp van een webcam. Nadat zij zijn ingelogd op de website van het ziekenhuis, kunnen zij hun kind bekijken.	4
16	<i>Digitaal klachtenformulier</i> Dit is een eenvoudige methode voor bezoekers van het ziekenhuis om via de website klachten door te geven over het ziekenhuis of behandelingen. Met behulp van dit formulier kunnen zij snel en eenvoudig hun klachten doorgeven.	2
17	<i>Patiënten kunnen rechtstreeks mailen met de specialist.</i> Als patiënten de mogelijkheid hebben om te mailen met een specialist verklein je de afstand tussen patiënt en specialist waardoor de patiënt gerichter en sneller antwoord kan krijgen op vragen. De druk op persoonlijke afspraken neemt hierdoor af.	3
18	<i>Digitaal suggestieformulier</i> Dit is een standaard formulier wat de mogelijkheid biedt om de bezoekers van het ziekenhuis via de website opmerkingen door te geven over diverse onderwerpen.	2
19	<i>Online sollicitatieformulier</i> Het online sollicitatieformulier biedt de mogelijkheid om eenvoudig te solliciteren voor een functie. Onder extra valt hier het uploaden van een CV of een motiverende/toelichtende brief.	2

### *Transparantie*

Nr.	Toelichting	Wegingsfactor
20	<i>Publicatie actueel klanttevredenheidsonderzoek</i> Hierbij is het belangrijk dat een afgerond onderzoek op de website gepubliceerd is. Dat de bezoekers van de website kunnen meewerken aan een klanttevredenheidsonderzoek is dus niet hetzelfde, maar wordt wel in de beoordeling meegenomen.	1
21	<i>Publicatie actueel visitatierapport</i> Hieronder valt het presenteren van de prestatie-indicatoren op de website of via een link op de website. Een toelichting op de prestatie-indicatoren wordt meegenomen in de beoordeling.	1
22	<i>Digitale ondersteuning consulentendiensten</i> Kan men via de website in contact komen met diverse specialisten die gezamenlijk een diagnose kunnen vaststellen van een patiënt? Een patiënt kan eenvoudig een diagnose ontvangen, zonder dat hij of zij meerdere keren naar het ziekenhuis moet.	2

23	<p><i>MIP-systeem (Melding Incidenten Patiënten)</i></p> <p>Wat gebeurt er met de meldingen, klachten, opmerking, suggesties etc. van de patiënten. Worden deze geregistreerd? Met behulp van dit systeem wordt alles geordend en zo ook de dienstverlening verbeterd naar de patiënten van de ziekenhuizen.</p>	3
24	<p><i>Raadplegen van gepersonaliseerde informatie, zoals 'Mijn Ziekenhuis' of 'Mijn dossier'</i></p> <p>Het digitale dossier biedt de mogelijkheid voor patiënten om hun eigen gegevens online in te zien. Vaak moet dit nog gebeuren aan de hand van formulieren die moeten worden opgestuurd. Met behulp van het digitale dossier hoeft dit niet meer te gebeuren, maar kan men zeer eenvoudig eigen (beveiligde) gegevens inzien.</p>	5
25	<p><i>Vermelding behaalde NIAZ accreditatie</i></p> <p>Dit is een kwaliteitskeurmerk onder ziekenhuizen. Via de website kunnen de bezoekers van het ziekenhuis inzien hoe de kwaliteit van het ziekenhuis ervoor staat.</p>	2

