



FLITSPEILING PALLIATIEVE ZORG

Rapport – flitspeiling voor Ministerie VWS | 23 maart 2018

Situatie en centrale vraagstelling

Resultaten

Bijlagen
Onderzoeksverantwoording

In opdracht van:



Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport

Diede van Delft
Research Consultant
033 330 3327
Diede.vandelft@samr.nl

Lisanne van Drunen
Data Creative
033 330 3322
Lisanne.vandrunen@samr.nl

Situatie en vraagstelling

VWS heeft het idee dat burgers in Nederland beperkte kennis over palliatieve zorg hebben. Uit eerder onderzoek kwam naar voren dat slechts een kwart van de burgers weet wat palliatieve zorg inhoudt. Daarom heeft VWS nu een flitspeiling laten uitvoeren, om te onderzoeken of dit kennisniveau veranderd is t.o.v. de eerdere meting. Dit onderzoek geeft een actueel, maar ook een representatief beeld van het kennisniveau van het algemeen publiek.

Het onderwerp palliatieve zorg is niet zomaar een onderwerp; de associatie met het einde van het leven maakt het een onderwerp dat we goed moeten inleiden bij respondenten. Daarom hebben we de vragen ingeleid door het te hebben over 'verschillende vormen van zorg', waarvan palliatieve zorg er één was.

De centrale vraag is:

VWS wil weten wat het huidige kennisniveau is over palliatieve zorg, onder het algemeen publiek.

De volgende onderzoeksvragen gaan we beantwoorden:

- > Welk deel van de Nederlanders kent de term palliatieve zorg?
- > Wat verstaat men onder palliatieve zorg?
- > Wat zijn de associaties met palliatieve zorg?

Conclusies

PALLIATIEVE ZORG MEEST SPONTAAN GENOEMD

Van alle termen die spontaan genoemd worden als benaming voor 'zorg als je niet meer beter wordt, ofwel zorg aan het eind van het leven', wordt palliatieve zorg het meest genoemd. Een andere veelgenoemde term is terminale zorg.

34% NEDERLANDERS GOED BEKEND MET TERM PALLIATIEVE ZORG

34% van alle Nederlanders geeft aan de term 'palliatieve zorg' te kennen, en (vrij) precies te weten wat dit inhoudt. Dit aandeel is hoger onder de groep respondenten die in de eigen omgeving te maken heeft gehad met palliatieve zorg; daar is dit aandeel 48%, tegen 19% onder de rest.

(*de vraag naar de eigen ervaring is gesteld nadat de term palliatieve zorg toegelicht was)

BEKENDEN MET DE TERM NOEMEN VAAK PIJNBESTRIJDING

Respondenten die de term 'palliatieve zorg' kennen, gebruiken verschillende manieren om te beschrijven wat zij hieronder verstaan. De voornaamste zaken die worden genoemd zijn pijnbestrijding, en de zorg die erop gericht is om de kwaliteit van leven zo hoog mogelijk te houden in de laatste fase van het leven. Ook wordt stervensbegeleiding genoemd, euthanasie zeer zelden.

ONBEKENDEN NOEMEN VAAK HOSPICE ALS ZORG AAN EIND LEVEN

De respondenten die de term 'palliatieve zorg' niet kennen gebruiken relatief vaak de term 'hospice' voor de zorg aan het eind van het leven, als men niet meer beter wordt.

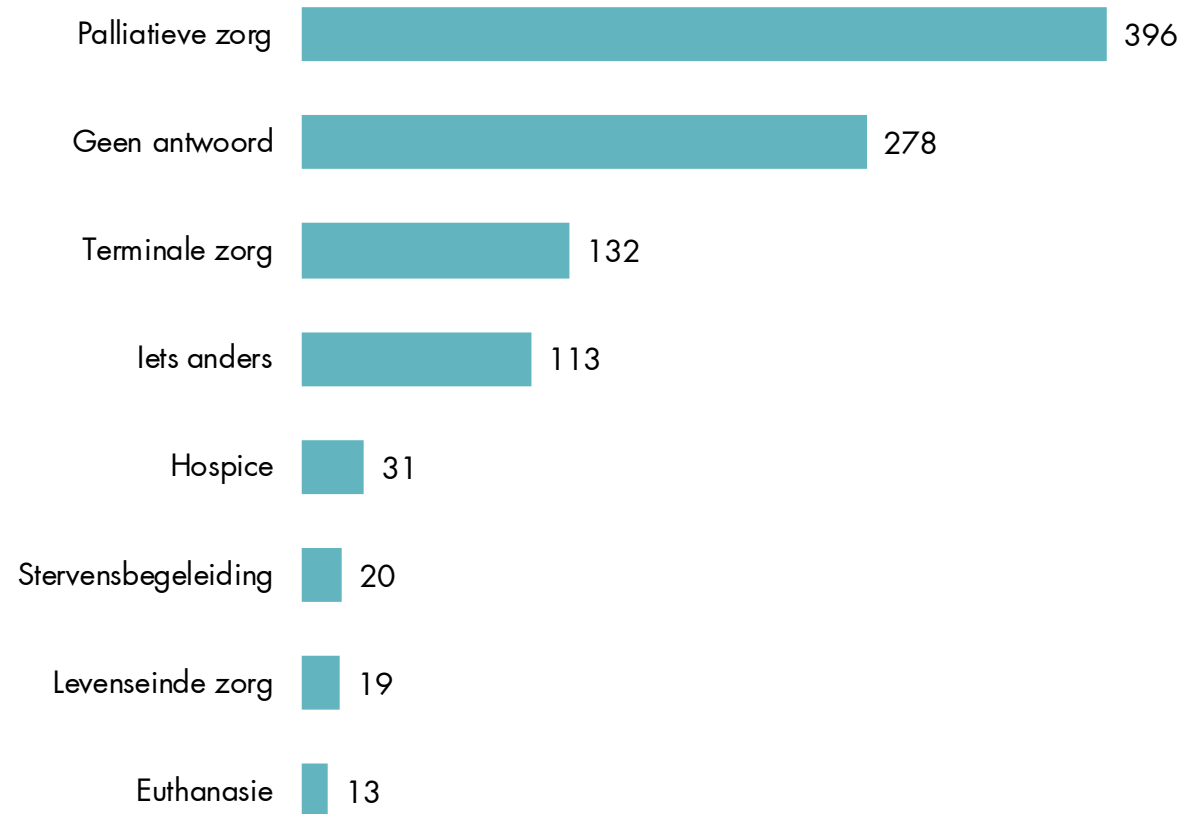
VERZORGEN EN MINIMALISEREN LIJDEN MEEST IN GEDACHTEN

De aspecten van palliatieve zorg die men het meest in gedachten heeft, zijn 'verzorgen en verplegen', 'minimaliseren van lijden tijdens sterven', 'symptomen bestrijden' en 'ondersteuning bij afronden van het leven'. Aspecten die (veel) minder in gedachten worden gehouden zijn 'waken', 'naasten helpen bij zorg en rouwproces' en 'aandacht voor psychische en sociale problemen'.

Wat is volgens jou de benaming voor “zorg als je niet meer beter wordt, ofwel zorg aan het eind van het leven”? – na grove codering:

Na grove telling in Excel komt naar voren dat 396 respondenten (ongewogen) de term ‘palliatieve zorg’ noemen. Daarnaast wordt ‘terminale zorg’ relatief vaak genoemd.

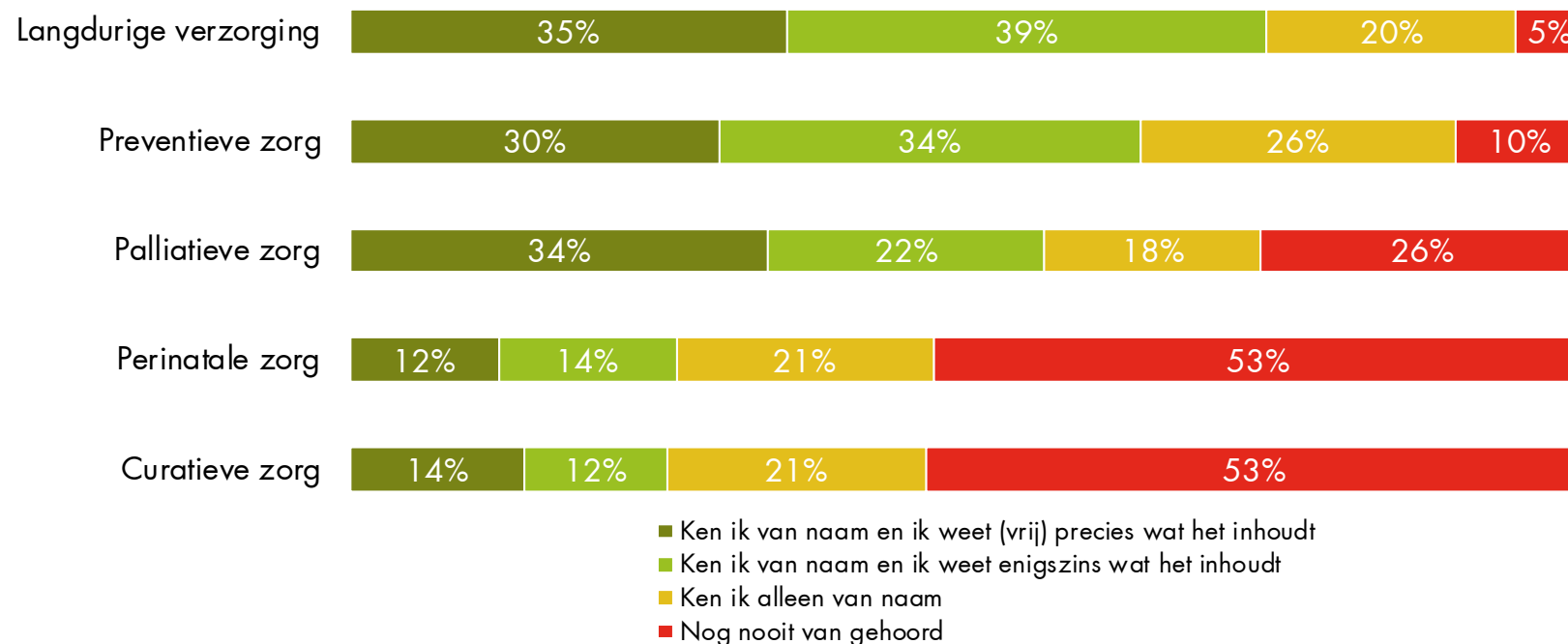
(n=1.009, ongewogen)



In hoeverre was je, voorafgaand aan deze vragenlijst, bekend met deze benamingen en wat ze betekenen?

34% van de Nederlanders kent palliatieve zorg van naam en meent (vrij) precies te weten wat het inhoudt. Dit aandeel is hoger onder respondenten die ooit te maken hebben gehad met palliatieve zorg in de eigen omgeving. Daarvan geeft 48% dit antwoord, tegen 19% van de respondenten zonder ervaring. Ook kennen vrouwen de term vaker goed dan mannen (39% vs. 29%), en hoog opgeleiden (46%) vaker dan midden (28%) en laag opgeleiden (25%). Jongeren (18-24) geven dit antwoord het minst vaak (14%).

(n=1.009, gewogen)



Na verzorgen en verplegen is het minimaliseren van het lijden tijdens het sterven hetgeen dat men het meest associeert met palliatieve zorg (of zorg aan het eind van het leven als men niet meer beter wordt). Aspecten van palliatieve zorg als aandacht voor psychische en sociale problemen, het helpen van naasten tijdens het rouwproces en het waken heeft men (veel) minder vaak in gedachten.

De mate waarin men de aspecten in gedachten had, verschilt tussen respondenten die in de eigen omgeving ervaring hebben met palliatieve zorg, en de rest van de respondenten. Respondenten met ervaring hadden alle aspecten significant vaker in gedachten. Dit verschil is het grootst in 'symptomen bestrijden' (met ervaring denkt 92% daar aan, zonder ervaring 73%).

Verschillen in de mate waarin men aspecten in gedachten had zien we daarnaast onder jongeren en tussen verschillende opleidingsniveaus. Opvallend daarin is, dat laagopgeleiden vaker 'waken' en 'naasten helpen' in gedachten hebben als het gaat om palliatieve zorg of zorg aan het eind van het leven. Bij andere aspecten laten hoogopgeleiden juist meer kennis zien. Zie hieronder de percentages waarin men deze aspecten **niet** in gedachten had (percentages in rood in grafiek rechts).

Verzorgen en verplegen:

18-24: 15% niet in gedachten
Hoog: 4%, Midden: 11%, laag: 17%

Minimaliseren lijden tijdens sterven:

Hoog: 6%, Midden: 17%, Laag: 22%

Symptomen bestrijden:

18-24: 24% niet in gedachten
Hoog: 10%, Midden: 18%, Laag: 29%

Ondersteuning afronden van het leven:

Hoog: 17%, Midden: 22%, Laag: 22%

Waken:

18-24, 25-34, 35-44: 38% niet in gedachten
Hoog: 38%, Midden: 28%, Laag: 27%

Naasten helpen bij de zorg en rouwproces

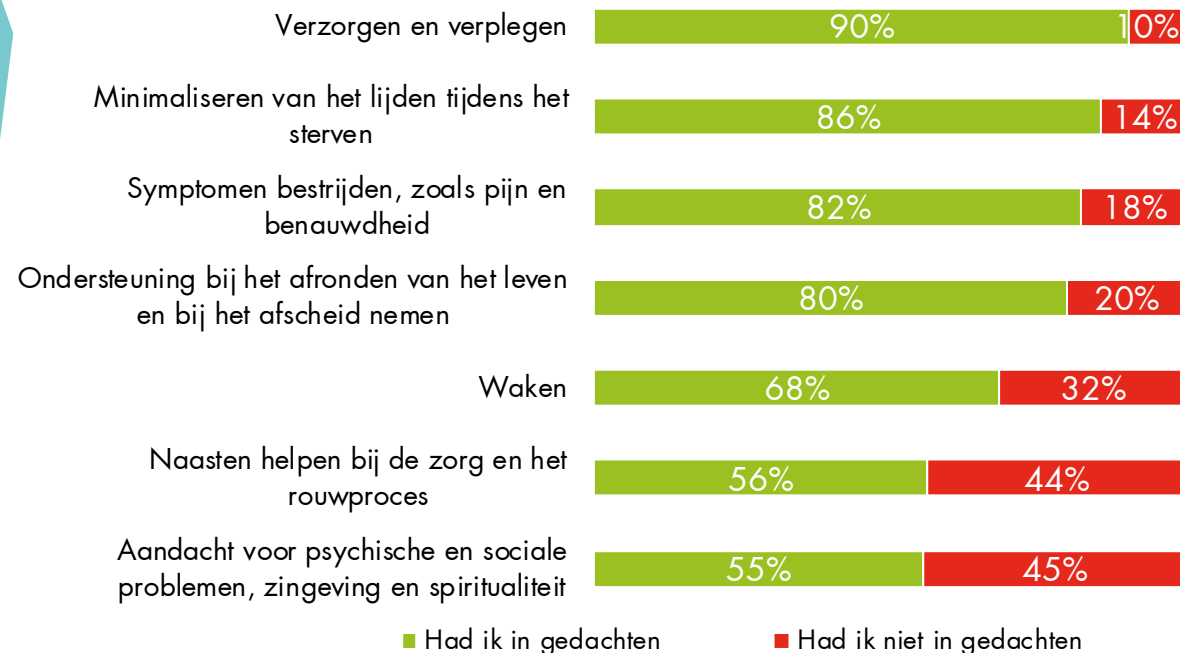
Hoog: 49%, Midden: 42%, Laag: 38%

Aandacht voor psychische en sociale problemen:

18-24: 53% niet in gedachten
Hoog: 36%, Midden: 48%, Laag: 52%

(n=1.009, gewogen)

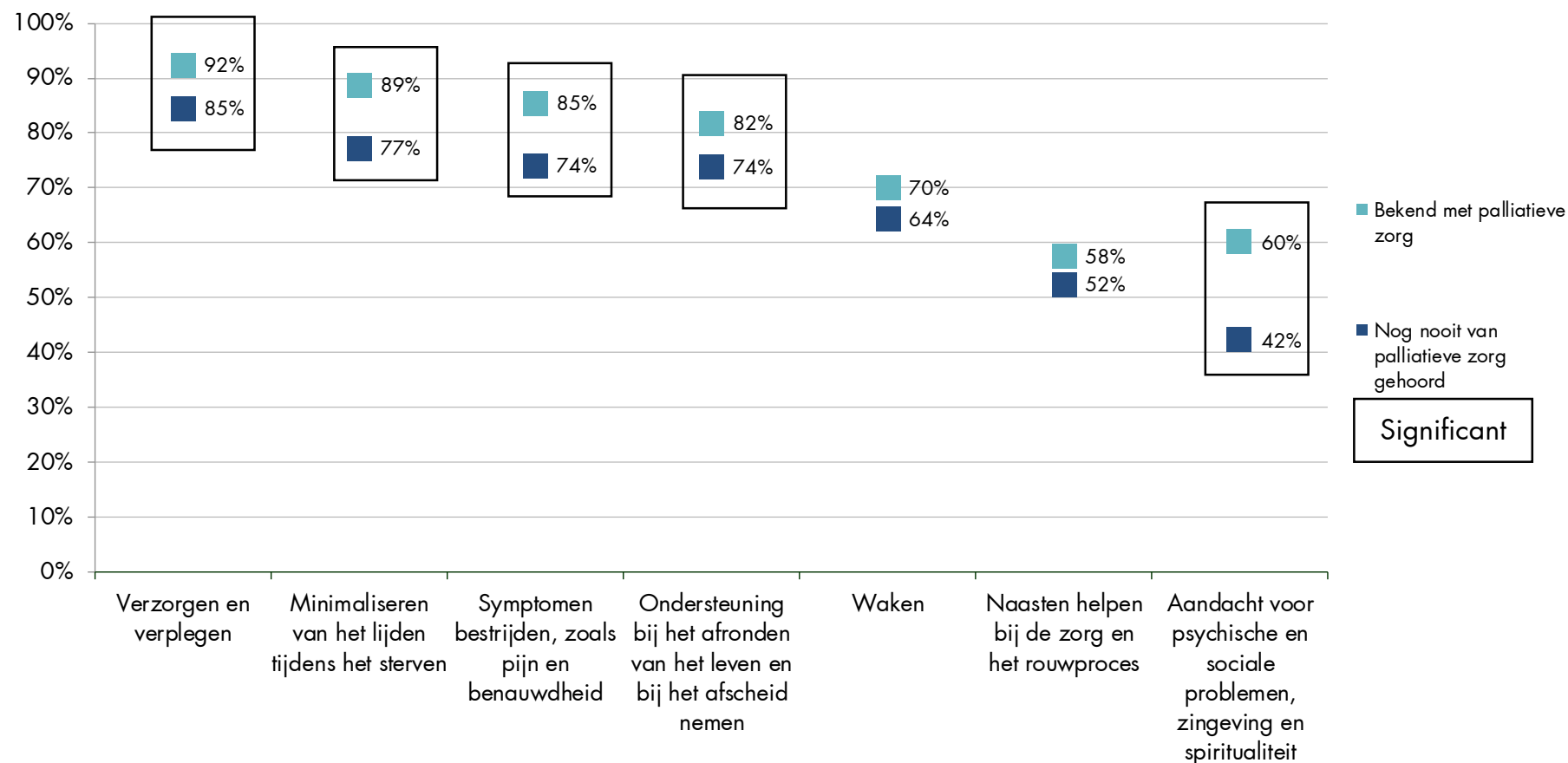
In hoeverre is dit wat je in gedachten had?



In hoeverre is dit wat je in gedachten had?

Respondenten is gevraagd, in hoeverre zij in gedachten hadden dat aspecten van palliatieve zorg (of zorg aan het eind van het leven) daar deel van uitmaakten. Als we de antwoorden van respondenten met (zelf-gerapporteerde) kennis van palliatieve zorg vergelijken met andere respondenten, zien we vooral verschillen in de mate waarin men verwacht dat 'minimaliseren van lijden', 'symptomen bestrijden' en 'aandacht voor psychische en sociale problemen' deel zijn van deze zorg.

(n=745 met kennis, n=264 zonder kennis, gewogen)

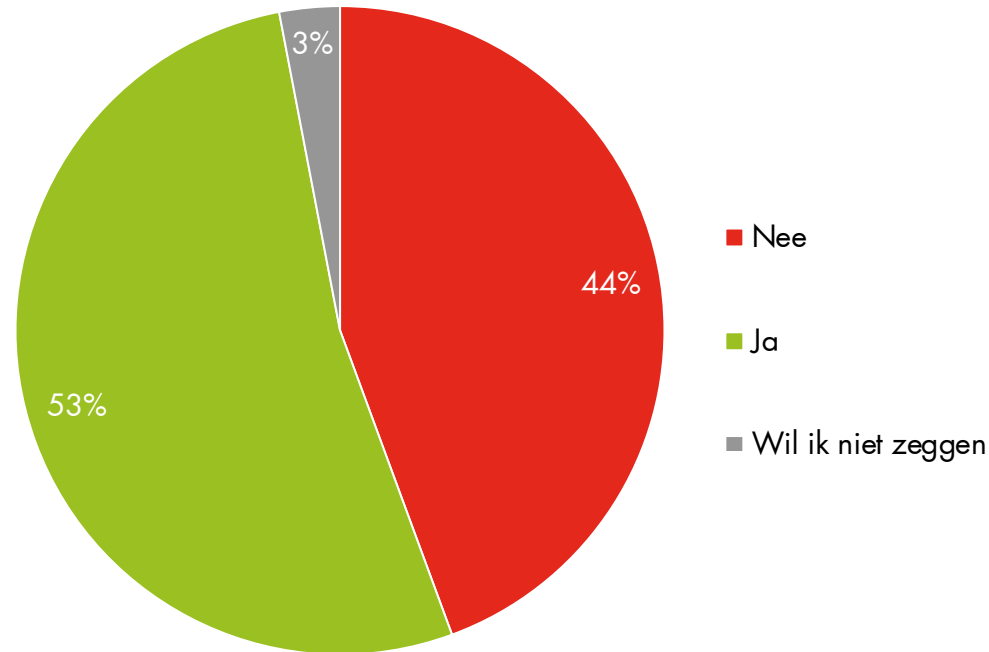


Heb je ooit in je omgeving te maken gehad met palliatieve zorg, bijvoorbeeld bij één van je naasten?

Van de respondenten die deelgenomen hebben aan deze flitspeiling heeft meer dan de helft (53%) in de eigen omgeving ervaring gehad met palliatieve zorg.

Dit aandeel is hoger in de groepen 55-64 (63%) en 65+ (58%).

(n=1.009, gewogen)



Onderzoek in vogelvlucht

METHODE

Kwantitatief online onderzoek
Aankondiging: online
Reminder: online

DOELGROEP EN STEKPROEF

Doelgroep: Nederlanders, 18+
Steekproefkader: SAMSAM, het consumentenpanel van SAMR
Steekproef: netto 1.009 respondenten

RESPONS

Totaal zijn 3.939 leden van SAMSAM uitgenodigd deel te nemen aan het onderzoek.
Netto hebben 1.008 klanten deelgenomen, een respons van 26%.

VELDWERK

Het veldwerk heeft plaatsgevonden vanaf 15 maart 2018 tot en met 21 maart 2018
De gemiddelde invultijd van de vragenlijst bedroeg: 5 minuten



Wees nieuwsgierig en je ziet dingen anders

Het zijn fascinerende tijden. Niet eerder volgden de veranderingen, buiten én binnen de organisatie, elkaar in zo'n rap tempo op. Dat vraagt nogal wat van je organisatie. Is je positionering wel toekomstbestendig? Hoe kom je tot een nieuwe propositie? Of een optimale customer experience? Dat vraagt om nieuwsgierigheid. Snappen wat er speelt in jouw markt. Begrijpen wat klanten beweegt.

Traditionele marktonderzoek- en strategiemodellen slagen er niet in de marktkansen van vandaag te benutten. Simpelweg, omdat deze tijd vraagt om anders kijken, anders doen.

Marktvinden™ is jouw nieuwe kijk op merken, mensen en markten

Marktvinden™, een unieke discipline die data combineert met gedragswetenschap, design thinking en implementatiekracht. Marktvinders leveren factbased inzichten en geven richting. Creëren een andere kijk. Uitzoomen voordat je inzoomt. Een manier van denken die kijkt naar je klant, de markt én je organisatie. En dan begint het pas: wij zorgen er óók voor dat het gebeurt. Zodat je alle kansen ook daadwerkelijk pakt.

Deze totaalaanpak komt allemaal samen in ons strategisch model: [360SAMR™](#).