

Dokter op Dinsdag is een lezingenserie waarmee het Jeroen Bosch Ziekenhuis laagdrempelige informatie biedt.

De eerste lezing op 24-10 gaat over borstkanker. Stel een vraag hierover via:

[brabantsdagblad.nl/dokteropdinsdag](http://brabantsdagblad.nl/dokteropdinsdag)

# Transparant zijn met Dokter op Dinsdag

Twitter, websites, Facebook, digitale discussies. Zorginstellingen hebben enorme behoefte om hun (potentiële) klanten te informeren. Ook het Jeroen Bosch Ziekenhuis. Dokter op Dinsdag is er een voorbeeld van.



door **Paul Roovers**

**DEN BOSCH** - Het is nog niet zo heel lang geleden dat patiënten voor hun informatievoorziening bijna helemaal afhankelijk waren van wat de specialist tijdens het kortstondige contact in de spreekkamer of bed bereid was te vertellen. Verpleegkundigen wilden vaak best wat meer vertellen, maar mochten niet.

Hoe anders is het anno 2011. Dankzij het wereldwijde web zuigen zorgconsumenten zich op voorhand vol met informatie over mogelijke aandoeningen, wenselijke kuren en second opinions. Hun belangen worden behartigd door de meest uiteenlopende patiëntenverenigingen; voor elke kwaal een club, zo lijkt het. De informatiestroom is schier onuitputtelijk.

Openheid is inmiddels ook het adagium van bijna elke zorginstelling. Ook het Jeroen Bosch Ziekenhuis in Den Bosch doet veel aan transparantie. Al veel langer bestaat het informatiecentrum met folders en informatrices. De website heeft met de komst van het nieuwe ziekenhuis een nieuw jasje gekregen. Ook op het gebied van de sociale media wil het JBZ een



Celia Noordegraaf

foto **Frans Andringa**

rol spelen; met een eigen twitteraccount en sinds kort twitterspreekuur.

Het ziekenhuis streeft ernaar ook lijfelijk in contact te komen met haar (mogelijke) patiënten. Bijvoorbeeld met de lezingenreeks Dokter op Dinsdag. Het JBZ startte er vorig jaar mee en de serie

**'We willen hiermee een gezonde leefstijl bevorderen'**

krijgt nu een vervolg. De nieuwe maandelijkse reeks van publiekslezingen door specialisten en (specialistische) verpleegkundigen wordt ondersteund met inhoudelijke artikelen in het Brabants Dagblad en op de website van het BD (zie elders op de pagina).

Onder meer deze publieksactiviteiten worden georganiseerd onder verantwoordelijkheid van de afdeling marketing en communicatie, waarvan Celia Noordegraaf de leiding heeft. Al deze initiatieven passen in de gedachte dat 'de mens

ook zelf verantwoordelijkheid moet nemen voor zijn gezondheid'. Zich verdiept in de nieuwste ontwikkelingen en zich houdt aan afspraken voor een gezondere leefstijl.

Tijdens Dokter op Dinsdag kan dat aan de hand van lezingen en gesprekken op de laatste dinsdag van de maand in het JBZ. Op deze bijeenkomsten, die gratis toegankelijk zijn, vertellen deskundigen over een onderwerp dichtbij de mensen en dat waar mogelijk inspeelt op de actualiteit.

„Het JBZ is een opleidingsziekenhuis waar veel kennis aanwezig is. Onder meer via de Medische Publicatiesacademie Jeroen Bosch willen we die kennis beschikbaar stellen aan een breder publiek. In deze nieuwbouw hebben we daar veel beter de mogelijkheid voor met het auditorium, waar 175 mensen in kunnen. We streven ernaar onderwerpen te kiezen die niet alleen interessant zijn als je er direct mee te maken hebt. Het is laagdrempelig, dichtbij de mensen, maar met inhoud en diepgang.”

Mensen hebben behoefte aan medische informatie, weet ook Celia Noordegraaf. Onderzoek leert dat ruim 80 procent van de mensen googlet op de naam van de arts. „Ze vinden het belangrijk hem of haar al te kennen. Daarom hebben we op onze website al langer een serie waarin we hen voorstellen. Onze artsen willen ruimte bieden voor vragen die leven en kiezen daarvoor ook nieuwe media. Ze gaan in gesprek met patiënten en houden er rekening mee, dat mensen al heel veel weten voordat ze in de spreekkamer komen. Maar dat geldt niet voor iedereen, en daarom zijn er nu ook deze publiekslezingen. Zonder op de stoel van de huisarts of de GGD te gaan zitten, willen we hiermee een gezonde leefstijl bevorderen.”