Landelijke huisstijl maakt huisarts

Het is voor patiënten die 's avonds, 's nachts of in het weekend hulp zoeken niet altijd duidelijk. Zijn ze nu bij de Spoedeisende Hulp of de huisartsenpost? En waar vinden ze de huisartsenpost? Om helderheid te scheppen heeft InEen een logo en huisstijl voor huisartsenposten laten ontwikkelen. Veel huisartsenposten hebben deze al ingevoerd, waaronder Huisartsenposten Oost-Brabant.

De behoefte ontstond zo'n twee jaar geleden, vertelt Hannie van der Hoeven, programmamanager bij InEen. "InEen werkt aan een project voor verbetering van de samenwerking en samenhang in de keten voor acute zorg." Onderdeel daarvan is de communicatie richting patiënten. Van der Hoeven: "We zijn gaan nadenken over de identiteit en herkenbaarheid van de huisartsenposten. Weten bezoekers wel het goede loket te vinden?" Huisartsenposten (hap's) zijn vaak gevestigd op een ziekenhuislocatie. Vanuit de patiëntgerichte zorg is het zaak dat mensen naar de hap gaan als dat kan en niet naar de Spoedeisende Hulp (SEH). En ook uit kostenoogpunt is het belangrijk voor de patiënt, zo benadrukt Van der Hoeven. "Huisartsenzorg is verzekerde zorg en een bezoek in de avond, nacht of het weekend valt niet onder het eigen risico. Maar een bezoek aan de SEH wel."
Dat betekent dat de hap altijd goed te vinden moet zijn. In de ledenvergadering van de huisartsenposten ontstond de vraag naar een uniform beeldmerk voor de herkenning als eerste aanspreekpunt bij spoed. Van der Hoeven: "Samen met een aantal leden hebben we dit idee verder uitgewerkt."

Loket en logo

Op een deelledenvergadering huisartsenposten van InEen kozen de leden vrijwel unaniem voor een van de vier gepresenteerde beeldmerken, het ontwerp van het bureau Taken By Storm. Het is een combinatie van een rood kruis met de letter 'P', waardoor de 'HP' van huisartsenpost ontstaat. Aan het

Hap's kunnen huisstijlmateriaal bestellen via een online loket of een eigen bureau aan het werk zetten.

enposten herkenbaar

logo zijn de woorden 'Voor Spoed' toegevoegd. "Het beeldmerk kan in twee varianten worden gebruikt", legt Hannie van der Hoeven uit, "als logo met toevoeging van de eigen naam van de hap binnen de landelijke huisstijl, of als toegevoegd vignet binnen de eigen oude huisstijl." Vanaf begin vorig jaar is het beschikbaar voor alle leden. In mei is er een zogenaamd 'loket' ingericht, een online bestelsysteem voor communicatiemiddelen. Na inloggen kunnen huisartsenposten daar drukwerkartikelen en andere producten bestellen, kiezen voor huisstijlsjablonen of een basis wordpress-website. Alle producten zijn tegen een geringe vergoeding te verkrijgen. "De huisstijl is collectief ontwikkeld, dus de leden hoeven daar niet apart voor te betalen", laat Hannie van der Hoeven weten. Overigens staat het iedere hap vrij om met eigen leveranciers te werken. Het gebruik van de huisstijl is niet gekoppeld aan het gebruik van het loket.

Oost-Brabant is om

Huisartsenposten Oost-Brabant heeft de sjablonen laten uitwerken door bureau Orange Pepper. De Brabantse organisatie was een van de eersten die overstapte. "Het kwam goed uit omdat er net een nieuwe fusie-organisatie is ontstaan", legt Harrie Geboers, lid van de raad van bestuur, uit. "We openden huisartsenposten in nieuwbouw en vernieuwde bouw bij het Sint Anna Ziekenhuis in Geldrop en het Jeroen Bosch Ziekenhuis in Den Bosch. In februari openen we een post in Oss en we zijn nog in onderhandeling met drie ziekenhuizen." De nauwe samenwerking met de ziekenhuizen gaat al jaren terug, vertelt Geboers. "Al vanaf 2008 streven we naar integratie tussen hap's en SEH's. Dat ging eerst onder de naam 'spoedpost'." Die naam is tekenend voor de onduidelijkheid die InEen en de huisartsenposten nu tegen willen gaan, illustreert Geboers met een anekdote. "Drie jaar geleden stond er bij ziekenhuis Bernhoven in Uden een richtingbord. Daarop stond letterlijk: 'Huisartsenpost volg Spoedpost, Spoedeisende Hulp volg Spoedpost'. Tja,

dan weten de mensen niet waar ze zijn of moeten zijn. Vanuit dat idee ontstond in de samenwerking met de Spoedeisende Hulp van Bernhoven een werkgroep die ervoor moet zorgen dat in de uitingen van de hap en SEH twee doelstellingen zijn verweven: duidelijkheid voor de patiënt waar hij of zij is, en de integratie tussen de organisaties. Dat lijkt paradoxaal, maar dat hoeft het niet te zijn. In de interne communicatie staat de integratie voorop. Naar de buitenkant presenteer je de huisartsenpost met het landelijke beeldmerk."

ANWB-borden

Het verschilt per hap wanneer de overstap naar de nieuwe huisstijl wordt gemaakt, dus de invoering verloopt geleidelijk, vertelt Hannie van der Hoeven. "Inmiddels is de helft van onze leden ermee bezig." Ondertussen werkt InEen aan een volgende belangrijke stap: zij wil het huisartsenpostenlogo op de ANWB-borden krijgen. "Dat zou ontzettend veel schelen voor de vindbaarheid", onderschrijft Harrie Geboers. Maar dit blijkt een langlopende procedure. Medio dit jaar doet een verkeers- en vervoerexpertgroep uitspraak of de logo's op de borden mogen. Vervolgens moeten alle provincies worden benaderd. Van der Hoeven heeft nog geen idee hoe lang dat gaat duren. Er zijn veel bureaucratische haken en ogen, maar InEen gaat ervoor. Alles voor een vindbare en herkenbare huisartsenpost. <<

Leendert Douma

InEen wil het huisartsenpostlogo op de ANWB-borden krijgen, alles voor een vindbare huisartsenpost