

# Wat de zorg kan leren van... de cosmeticabranche

22 februari 2021



Sommige cosmetica houden dus het lichaam in goede staat en voorkomen verslechtering: bijvoorbeeld producten voor mond- en huidverzorging. De kosten voor deze preventieve producten betalen gebruikers zelf. Ze doen er dus actief moeite voor om deze te verkrijgen en te gebruiken. Dat is nogal een contrast met preventieve zorg die zorgprofessionals adviseren, zoals bijvoorbeeld meer bewegen, gezond eten en stoppen met roken.

Het lukt patiënten niet altijd goed om deze preventieve zorg succesvol vol te houden. Hoe doen ze dat in de cosmeticabranche, hoe motiveer je mensen om door te gaan met het goed voor zichzelf zorgen? Ik sprak hierover met Monica van Ee. Zij is directeur van [Hannah SIRC](#) en voorzitter van de Nederlandse Cosmetica Vereniging.

	2017	%	2018	%	2019	%
Bad- en doucheproducten	163,9	2,3	169,9	3,7	173,3	2,0
Decoratieve cosmetica	391,7	1,3	377,4	-3,6	375,2	-0,6
Deodorant	156,3	0,1	160,8	2,9	167,0	3,9
Geuren	431,3	2,7	436,3	1,2	442,4	1,4
Haarverzorging	356,3	0,1	353,1	-0,9	364,7	3,3
Huidverzorging	425,4	1,9	425,5	0,0	429,3	0,9
Mondverzorging	175,0	-2,9	194,3	11,0	202,8	4,4
Scheerproducten	21,4	-2,3	20,9	-2,3	20,5	-1,8
Zeep	44,4	0,2	46,7	5,0	47,0	0,7
Zonnecosmetica	75,7	3,0	90,5	19,5	88,4	-2,2
Overig	95,6	1,2	96,7	1,2	96,0	-0,8
Totaal	2.336,9	1,2	2.372,0	1,5	2.406,5	1,5

In 2019 werd er in Nederland voor 2,4 miljard euro aan cosmetica uitgegeven (zie tabel). Bron: [Nederlandse Cosmetica Vereniging](#).

## Intrinsieke versus extrinsieke motivatie

Een belangrijk verschil lijkt dat patiënten vaak extrinsiek gemotiveerd worden door hun zorgverlener. De patiënt moet iets doen of iets laten. Een huisarts adviseert bijvoorbeeld om meer te bewegen of door te gaan met het gebruiken van cholesterolverlagers. En dat terwijl dat vaak niet een heel direct merkbaar verband heeft met het doel dat wordt nagestreefd.

Dat werkt in bijvoorbeeld huidverzorging anders. Cliënten komen bij Hannah SIRC met een concrete vraag omdat ze bijvoorbeeld heel graag af willen van hun acne. Ze hebben dus een heel concrete intrinsieke motivatie: geen acne meer. Die motivatie zorgt er voor dat ze zelf een huidcoach zoeken en zich actief online en via vrienden/kennissen verdiepen in de mogelijkheden. Heel wat anders dan een advies van een zorgverlener waarbij de patiënt weinig alternatieven heeft. Je hebt namelijk maar één huisarts. Ook bij doorverwijzingen is de keuze vaak afhankelijk van de ervaring en het netwerk van de doorverwijzer.

## Tijd en persoonlijke aandacht

Een ander aspect dat in de zorg vaak grotendeels verdwenen is, is de oprechte tijd en persoonlijke aandacht die een cliënt van zijn huidcoach krijgt. Dat maakt het voor cliënten in het algemeen dan ook een prettige ervaring om een behandeling te krijgen. Ook wordt er uitgebreid stilgestaan aan hoe de cliënt thuis aan de slag moet.

Natuurlijk staat daar een betaling tegenover, maar het is de vraag of de rekening hiervoor veel hoger is dan de rekening die in de zorg naar de zorgverzekeraar gaat. Deze rekening is alleen veel minder zichtbaar. Het is niet ondenkbaar dat door de prettige ervaring en de persoonlijke aandacht, cliënten beter de adviezen opvolgen en daardoor het langetermijneffect beter is.

## En de zorg dan?

Het is voor mij geen eye opener dat intrinsieke motivatie een betere garantie geeft op het bereiken van een doel. Wat ik wel fascinerend vind, is dat wij in de zorg vaak inzetten op

extrinsieke motivatie. Zeker als het gaat om [preventieve zorg](#). Elke patiënt weet wel dat meer bewegen, gezonder eten en stoppen met roken (uiteindelijk) beter voor hen is. Maar zulke oneliners zijn geen garantie voor succes.

Kunnen we die extrinsieke motivatie niet ombuigen naar intrinsieke motivatie? En daar komen mijns inziens de lessen van de cosmeticabranche samen: besteed meer aandacht en tijd om patiënten te begeleiden. Zoek samen met de patiënt naar de plek waar hij het beste geholpen kan worden zijn doel te bereiken. Misschien wel een personal trainer of een cursus om gezonder te koken in plaats van de geijkte oneliners.

Neem [samen beslissingen](#), maar geef de patiënt ook de verantwoordelijkheid in zijn eigen behandeling. Zodat de motivatie verschuift van extrinsiek naar intrinsiek en de kans van slagen groter wordt.

*Ik wil Monica van Ee, directeur van Hannah SIRC en voorzitter van de Nederlandse Cosmetica Vereniging, bedanken voor haar tijd en enthousiasme.*