

PERSBERICHT

Famed benchmark 'De mondzorg in cijfers'

Forse stijging preventieve behandelingen in de mondzorg

Het aantal preventieve behandelingen in de mondzorg is in 2017 met 41% gestegen ten opzichte van 2014. Patiënten geven dus steeds meer uit aan preventieve behandelingen. Dat concludeert Famed op basis van eigen inzichten en onderzoek, gebaseerd op data uit de [Famed Benchmark](#) voor mondzorgprofessionals.

De trend van preventie is zowel onder jongeren als volwassenen zichtbaar. Onder jongeren stijgt de preventie zelfs sneller dan onder volwassenen. Het aantal preventieve behandelingen onder jongeren is in 2017 met 30% gestegen ten opzichte van 2014. Voor volwassenen was een stijging van 24% zichtbaar.

Toename betaalbaarheid vanaf 2015

De betaalbaarheid van de mondzorg is in 2015 verbeterd doordat de Nederlandse Zorgautoriteit (NZa) destijds de maximale tarieven heeft verlaagd. Terugkijkend op de afgelopen jaren waren de tandartstarieven in 2016 9% hoger dan in 2006, terwijl de inflatie in dezelfde periode ongeveer 17% bedroeg. De kosten van de tandarts afgezet tegen de inflatie zijn in tien jaar tijd dus met 5% gedaald. De betaalbaarheid van de tandarts is daarmee sterk verbeterd. Deze cijfers vormen mogelijk een logische verklaring voor de populariteit en stijging van het aantal preventieve behandelingen. Gecombineerd met het feit dat er vanuit de branche steeds meer aandacht is voor preventieve mondzorg, zijn dit in ieder geval goede ontwikkelingen voor de totale mondgezondheid in Nederland.

Patiënten geven meer uit in de tandartspraktijk

Waar de regeldruk is toegenomen en dit vanaf medio 2015 ook impact heeft gehad op de inkomsten per patiënt, ziet Famed het gemiddelde bedrag dat patiënten uitgeven in de tandartspraktijk stijgen. In 2017 gaven zij gemiddeld € 243,70 uit aan tandheelkunde, nog steeds 6,1% minder dan in 2014 maar wel 2,7% meer dan in 2016. Vergeleken met de tariefsverhoging van de NZa, wordt duidelijk dat de inkomsten per patiënt iets harder stijgen dan de prijzen (2,7% ten opzichte van 1,8%). Daarnaast zag Famed dat patiënten in de afgelopen twee jaar sneller hun rekening betaalden.

Effecten in de toekomst

Naast de stijging van preventieve behandelingen, ziet Famed een daling in het aantal vullingen dat wordt gedeclareerd. Zo zijn er in 2015 bijvoorbeeld 35% minder vullingen gedeclareerd dan in 2014. Deze daling is – net als de stijging van preventieve behandelingen – hoopgevend, maar in sommige gevallen ligt dit iets complexer. Op 1 januari 2015 is er namelijk een stelselwijziging doorgevoerd door de NZa. Het aantal declaraties voor vullingen is daarmee afgenomen, maar niet het aantal daadwerkelijk geplaatste vullingen. Dus of preventie ook echt succesvol is, is op basis van de cijfers nog niet vast te stellen. Famed wil hier in de komende jaren een duidelijkere uitspraak in doen. De voortekenen zijn in ieder geval bemoedigend.

Expertise in de mondzorg vertalen in toegankelijke kennis

Bart Hogendoorn, CEO van Famed: "In onze organisatie kijken we graag naar cijfers. En als er iets interessant is, dan is het wel het vergelijken van soortgelijke zorgorganisaties die actief zijn in dezelfde branche. Deze informatie delen wij graag, want het levert niet alleen nuttige inzichten, maar het geeft ook een gevoel bij de ontwikkelingen binnen een bepaalde branche. Met de Famed Benchmark voor mondzorgprofessionals vergelijken we verschillende mondzorgpraktijken. Zo behandelen de ruim 2.800 bij Famed aangesloten mondzorgpraktijken in 2017 bijna 4 miljoen patiënten. Een geweldige basis om verder in te zoomen op een aantal onderwerpen met betrekking tot de mondgezondheid van Nederlanders. Zo vertalen we onze expertise in de mondzorg in toegankelijke kennis die mondzorgprofessionals echt verder helpen."

Alle inzichten en feiten van de Famed Benchmark zijn gebundeld in een gratis te downloaden whitepaper 'De Mondzorg in cijfers' op famed.nl/benchmark.

Over Famed

Famed bestaat sinds 1988 en ontzorgt inmiddels meer dan 4.500 zorgaanbieders van hun financiële administratie. Dit helpt zorgaanbieders hun (medische) vak nog beter te vervullen, verlost van alle factureringszorgen en met blijvend tevreden zorgconsumenten en zorgverzekeraars. Voor meer informatie zie: www.famed.nl

Redactie, gelieve voor meer informatie contact opnemen met:

Famed

Jeroen van Geelen (Business Development, Marketing en Corporate Communicatie)

E: communicatie@famed.nl