

‘De overheid moet actief campagne voeren om gehoorverlies en de gevolgen ervan bespreekbaar te maken’

DE HOORBRANCHE ONTWIKKELT ZICH SNEL DANKZIJ TECHNOLOGISCHE VOORUITGANG, MAAR OOK DOOR EXTERNE FACTOREN ZOALS DEMOGRAFISCHE VERSCHUIVINGEN, VERANDERENDE REGELGEVING EN HET VERANDERENDE CONSUMENTENGEDRAG. HOORZORGPROFESSIONALS MOETEN ALTIJD SCHERP BLIJVEN OM TIJDIG OP DEZE NIEUWE ONTWIKKELINGEN IN TE SPRINGEN. IN SAMENWERKING MET DE NEDERLANDSE VERENIGING VAN AUDICIENSBEDRIJVEN (NVAB) BIEDT VAKTIJDSCHRIFT HOORDETAIL DAAROM NU DE MOGELIJKHEID OM HOT TOPICS IN DE BRANCHE BESPREEKBAAR TE MAKEN VIA DE RUBRIEK ‘WAT VINDT...’. IN ELKE EDITIE GEEFT EEN ROULEREND PANEL, WAARIN TELKENS EEN BESTUURSLID VAN DE NVAB ZAL PLAATSNEMEN, EEN REACTIE OP EEN ACTUELE STELLING. IN DEZE UITGAVE DELEN VIER PANELLEDEN HUN MENING OP BASIS VAN DE VOLGENDE STELLING: ‘DE OVERHEID MOET ACTIEF CAMPAGNE VOEREN OM GEHOORVERLIES EN DE GEVOLGEN ERVAN BESPREEKBAAR TE MAKEN.’

”



MEINDERT STOLK
VOORZITTER NVAB

“Mensen met gehoorverlies stellen het vaak lang uit voordat ze overgaan tot het aanschaffen van een hoortoestel. Gemiddeld is dat wel vijf tot zeven jaar. Het wordt steeds duidelijker dat dat allerlei negatieve gevolgen heeft. Mensen met gehoorverlies ervaren vaker sociaal isolement en vallen vaker uit door ziekte. Ook zijn er steeds meer onderzoeken die aangeven dat er een nadrukkelijk verband bestaat tussen gehoorverlies en klachten die samenhangen met dementie. De kosten van deze negatieve gevolgen zijn aanmerkelijk hoger dan de kosten van een goed hoortoestel.

Het zou goed zijn wanneer alle betrokken partijen zich met elkaar inzetten om die ‘wachttijd’ te bekorten. Uiteraard kunnen de audicienbedrijven hierbij een actieve rol spelen, maar het belang is veel breder. Wat mij betreft zou de overheid in een Sire-achtige campagne gehoorverlies bespreekbaar moeten maken met als doel om gehoorverlies waar mogelijk te voorkomen en het taboe van een hoortoestel te doorbreken. Ook het verlagen of afschaffen van de eigen bijdrage voor een hoortoestel zou de drempel kunnen verlagen. Verzekeraars geven tijdschriften uit voor hun klanten. Ook dat zou een goed kanaal zijn om te communiceren over het belang van tijdige hoorzorg. Gezamenlijk kunnen we zorgen voor meer gezondheid en levensgeluk en minder maatschappelijke kosten.”

”

WIL VERSCHOOR
DIRECTEUR PATIËNTENORGANISATIE HOORMIJ.NVVS

“Bij dit soort stellingen probeer ik me altijd te verplaatsen in de overheid, of liever gezegd in de ambtenaren die het overheidsbeleid uitvoeren. Als ambtenaar zou ik dan geloof ik struikelen over het woord ‘moeten’. Want de overheid moet al zoveel en soms is het ook wel heel makkelijk om iets op het bordje van die overheid neer te leggen.

Klinkt het niet veel beter als we zouden zeggen: ‘De hoorbranche, patiëntenorganisaties, zorgverzekeraars en de overheid werken eendrachtig samen aan een campagne om gehoorverlies en de gevolgen daarvan bespreekbaar te maken?’ En daar zou ik dan nog graag aan toevoegen: ‘Behalve aan gehoorverlies zal de campagne ook aandacht besteden aan preventie’. Want sommige gehooraandoeningen zijn echt te voorkomen, bijvoorbeeld met goede gehoorbescherming. Dan zijn we in mijn ogen goed bezig: partijen die de samenwerking opzoeken, een doelgroep die gesteund wordt in het bespreekbaar maken van de gevolgen van gehoorverlies en daarnaast een andere doelgroep die die status hopelijk nooit bereikt omdat er door preventie helemaal geen gehoorverlies plaatsvindt. Misschien een beetje naïeve gedachte, maar wie hart heeft voor horen, kan hier toch niet op tegen zijn?”



ROY PETERS
GAIN-LID

“GAIN moedigt een overheids campagne zeker aan. Dit helpt het taboe rondom slechthorendheid te doorbreken en bespreekbaar te maken. GAIN stelt dat goed horen van essentieel belang is en vindt dat toegankelijke hoorzorg, tijdige behandeling en oplossingen op maat voor iedereen vanzelfsprekend moeten zijn. Het thema gehoorverlies wordt steeds actueler door de toenemende vergrijzing. De doelgroep groeit en het bewustzijn over de impact van gehoorverlies is erg laag. Ook voor jongeren is dit actueel. Een toenemend aantal studies laat een verband zien tussen goed horen en het algeheel welzijn. Het zou zelfs kunnen beschermen tegen dementie. Met een toenemend verslechterend gehoor dooft in feite de kwaliteit van leven ook langzaam uit. Dat moet voorkomen worden. Naast dat het belang van de consument altijd voorop moet staan, is er ook een maatschappelijk belang gebleken uit onderzoek van strategisch adviesbureau SiRM. Ouderdomsslechthorendheid kost de maatschappij namelijk jaarlijks € 3,6 miljard.

Voorlichting is één van de speerpunten van GAIN. Hierbij willen we dat consumenten een beter beeld krijgen van de mogelijkheden en kunnen belemmeringen sneller worden weggenomen. Zo hebben wij het verband tussen gehoor en dementie eerder onder de aandacht gebracht en zijn wij net als het merendeel van de Nederlanders voor een verplichte gehoorcontrole voor 50-plussers. Onze campagne ‘Geen geiep. Gebruik je doppen’ richt zich op de jongere doelgroep. Op deze manier willen wij bijdragen aan het bespreekbaar maken van gehoorproblemen en hoorhulp laagdrempeliger maken. De overheid kan een grote rol spelen in het creëren van bewustzijn. GAIN verleent graag haar medewerking aan een dergelijke overheids campagne!”

”

OLAV WAGENAAR
KLINISCH NEUROPSYCHOLOOG, PSYCH. SPECIALIST GEHOOR, GEHEUGEN & GEDRAG

“Vanuit neuropsychologisch perspectief ben ik het eens met deze stelling, omdat het doel preventie mijns inziens niet zonder bewustzijn (besef) en urgentiegevoel (inzicht) haalbaar is. Gehoorverlies kost iedere generatie - en daarmee de maatschappij - niet alleen aan individueel welzijn en gezondheid, maar ook miljarden euro's aan onder andere medische consumptie en productieverlies. Het is daarmee een collectief onderwerp, in plaats van een individueel probleem. Gehoorverlies gaat hand in hand met leven en levensstijl. Het onderwerp ‘gehoorverlies en de gevolgen ervan’ gaat dus ook over gedragsverandering en gedragsaanpassing.

Zo moeten jongeren bewust worden van hun eigen rol in (voorkómen van) onnodige beschadiging van hun gehoor, volwassenen met gehoorverlies bewust worden van hun eigen rol in (voorkomen van) teveel luisterinspanning en invaliderende tinnitus en ouderen bewust worden van hun eigen rol in (voorkomen van) eenzaamheid en geheugenklachten. Bewustzijn en urgentiegevoel komen in de regel echter alleen vanzelf, wanneer het te laat is. Er zit simpelweg teveel tijd tussen gehoorbeschadiging en invaliditeit daarvan. Dat geldt óók voor tinnitus; vaak een losstaand probleem, maar in essentie meestal een gevolg van gehoorverlies. Invaliditeit ten gevolge van tinnitus is niet gerelateerd aan de audiologische kenmerken, maar aan conditionele en persoonlijkheidsfactoren die niet acuut zijn, maar tijd nodig hebben om tinnitus tot volle intensiteit te laten komen. Dergelijke indirecte factoren spelen een rol bij diverse lange termijn gevolgen van gehoorverlies. We denken meestal echter in korte(re) termijnen. Dat geldt voor verschillende generaties in verschillende mate, maar gaat wel degelijk op voor iedere generatie als het gaat om gewoontegedrag, waar zowel leven als levensstijl uit bestaat.

Met internet op zak bepaalt vooral het moment het gedrag en viert impulsiviteit hoogtij. Van die nood kan een deugd gemaakt worden door middel van een overheids campagne. Neuropsychologische behandeling, of moderner: neuropsychotherapie, bestaat uit gestructureerde interventies op maat voor mensen die noodgedwongen, want door pech geraakt, hun leefstijl moeten aanpassen. De ‘verbeter-methode’ start met psycho-educatie t.b.v. ziektebesef en -inzicht, bewustzijn en urgentiegevoel. Zonder de educatie is de behandeling gedoemd te mislukken; de gedragsaanpassing is immers per definitie onvrijwillig. Verandering van gedrag of leefstijl is óók onvrijwillig als het gaat om preventie van gevolgen van gehoorverlies die je nog niet kunt overzien. Een actieve campagne kan op aansprekende wijze het bewustzijn (en daarmee urgentie) van eigen invloed creëren. Dat is de eerste stap naar preventie van problemen door gehoorverlies, met op de lange termijn effecten die generaties meegaan. Collectieve psycho-educatie is mijns inziens dan ook noodzakelijk.”

