

Eisen en tips voor de inhoud van de website

Je hebt een eigen website of bent van plan die te gaan maken. Dan is het belangrijk dat je daarmee voldoet aan wettelijke eisen en aan de richtlijnen van zorgverzekeraars. Maar het is natuurlijk ook belangrijk dat bezoekers van jouw website geïnteresseerd blijven in wat je te bieden hebt. Waar heb je dan allemaal rekening mee te houden en wat zijn nuttige tips? In volgorde van prioriteit volgt hier een overzicht van wettelijke eisen, richtlijnen van zorgverzekeraars en overige aandachtspunten.

- Adresgegevens praktijk
- Bereikbaarheid therapeut (telefonisch/email en auto/OV/parkeermogelijkheid)
- KvK nummer (BTW nr. niet op de website, wel op de factuur)
- Naam beroepsvereniging evt. met logo (licentienr. niet op de website, wel op de factuur)
- Naam koepel met logo (licentienummer niet op de website, wel op de factuur)
- Opleidingen die ten grondslag liggen aan het uitvoeren van genoemde diensten
- Klacht- en tuchtrecht voor cliënt
- Informatie over vergoeding door marktpartijen / zorgverzekeraars (het moet duidelijk zijn wanneer bepaalde diensten sowieso niet vergoed worden)
- Begrijpelijke en ondubbelzinnige informatie over de diensten of soorten behandeling
- Bied je cadeaubonnen aan, dan uitsluitend voor behandelingen die niet voor vergoeding in aanmerking komen.
- Tarieven behandeling(en)
- Van groot belang is dat je op je website, maar ook in folders en zeker op facturen, je datgene vermeldt wat je doet. Wat er op je factuur staat, moet overeenkomen met de informatie op je website.
- Maak ook op je website een duidelijk onderscheid tussen wat wel en niet onder de vergoeding door zorgverzekeraars valt. Vermeld niet 'natuurgeneeskundige behandeling' als je je uitsluitend bezighoudt met voedingsadviezen, afslankkuren, preventieve behandelingen, etc..
- Hulpverlening zoals hieronder genoemd valt voor de therapeut buiten het VBAG lidmaatschap (en daarmee buiten de aansprakelijkheidsverzekering), vergoeding door zorgverzekeraars en btw-vrijstelling, en zal de cliënt dus zelf moeten financieren: groepsbehandelingen en consulten voor: preventie, welbevinden en/of zelfontplooiing, Wellness, ontspanning, coaching, sociaal-maatschappelijke dienstverlening (waaronder relatietherapie, behandeling van school gerelateerde problemen), schoonheidsbevordering, het geven van voedingsadviezen en bewegingsvoorlichting (trainen, afvallen, sporten), gezond blijven, life extension in verband met gewichtsproblemen (zonder medische klachten) of andere soortgelijke ondersteuning.

Wettelijke eisen

- Het is verboden om een behandeling op een zodanige wijze aan te prijzen dat je ten onrechte de suggestie wekt dat iemand daarmee van een bepaalde (ernstige) ziekte kan genezen of dat de ziekte na jouw behandeling niet langer progressief of levensbedreigend is.

- Conform de Wet oneerlijke handelspraktijken is er een algemeen verbod op misleidende en agressieve handelspraktijken. Hieronder valt ook het bedrieglijk beweren dat een product of behandeling ziekten, gebreken of misvormingen kan genezen.
- Alleen door de wet aangewezen deskundigen, te weten artsen, tandartsen en verloskundigen, mogen op eigen gezag handelingen verrichten als injecteren, weefsel verstorende ingrepen als snijden, uitvoeren van endoscopieën etc. Dergelijke handelingen mogen dan ook niet vermeld worden op jouw website.
- Verder zijn er nog restricties ten aanzien van titelgebruik. Je mag je niet 'dokter ...' noemen zonder arts te zijn of '...specialist', waarbij '...' dan een orgaan of ziekte is, bijv. vaatspecialist. Dit geldt ook voor praktijknamen. Een praktijknaam met 'medisch' erin, wekt de indruk dat er sprake is van reguliere zorg. Als het gaat om een natuurgeneeskundige praktijk is zo'n naam dus niet toegestaan.
- Een ander punt is nog dat je geen activiteiten aanprijst en uitvoert zoals bedrijfsgeneeskundige keuringen als je geen wettelijk erkende arbodienst bent. Ook mag je geen onderzoeken bij bevolkingsgroepen promoten, omdat dat nu eenmaal in de Wet op het Bevolkingsonderzoek geregeld is.
- Basis: ken je grenzen en blijf bij datgene wat je geleerd hebt.

Tips

- Een website kan een belangrijk medium zijn om jouw praktijk onder de aandacht te brengen en het is een handige manier om praktische informatie schriftelijk te communiceren.
- Vermeld een routebeschrijving naar je praktijk
- Zorg dat jouw website past bij wie jij bent en wat jij in jouw praktijk te bieden hebt. Maak het persoonlijk en laat zien wie je bent, wat je doet, wie je doelgroep is.
- Als je veel kennis en ervaring hebt met bepaalde gezondheidsklachten of ziektebeelden, benoem dit dan ook op je website. Of laat één van jouw cliënten aan het woord over wat de therapie voor hem of haar betekend heeft. Het komt veel sterker over als je aangeeft dat je iemand goed kan helpen bij bepaalde klachten (noem deze klacht(en) dan dat je aangeeft dat jouw therapievorm kan ondersteunen bij bijna alle voorkomende klachten.
- Vergeet niet dat de meeste (potentiële) cliënten niet dezelfde kennis en ervaring hebben op het gebied van holistische denkwijzen en het zelfgenezend vermogen van het lichaam. Woorden die voor ons vanzelfsprekend zijn (heling door bewustwording of met aandacht luisteren naar een klacht maar ook qi, meridianen, acupunctuurpunten e.d.) kunnen voor hen een heel andere betekenis hebben. Beschrijf zo concreet mogelijk jouw behandelwijze(n) en wat de cliënt daar aan heeft.
- Hou teksten kort en bondig; veel lezers hebben de neiging af te haken als er lange lappen tekst op een website staan.
- Gebruik foto's.
- Op de website van [MijnDomijn](#) staat tip m.b.t. wat jij kan doen voor de vindbaarheid van jouw website (SEO).
- Zorgverzekeraars adviseren om op je website te vermelden dat cliënten vooraf in hun polisvoorwaarden moeten kijken wat wel en niet vergoed wordt ten aanzien van alternatieve geneeswijzen. Hiermee maak je de cliënt bewust van het soort verzekering die hij/zij heeft.