

0-METING: PRESENTATIE **Inzicht in de positie en het imago van de mondhygiënist**

D V J I N S I G H T S © 2 0 2 4

RAPPORT VOOR

Carlijn Peters | Podium
Danielle Maes | Podium
Hennie Zoontjes | NVM
Anne Oosterveer-Jacobsen | NVM
Caroline Wetzels | NVM

RAPPORT DOOR

Frans Deelen Souza | Client Consultant
Zowie Dirks | Research Expert

DATUM

Januari 2024

HOOFDSTUKKEN



→ **Achtergrond**

Categorie associaties & bekendheid

Bezoek en kennis

Imago & drivers

Imago NVM & Lidmaatschap

Specifieke client groepen

Samenvatting en aanbevelingen

Appendix

ACHTERGROND – STEEKPROEF



STEEKPROEF 0-METING

- n=1.000 (NLD Breed)
- n=176 (Mondhygiënisten)



DOELGROEP: NEDERLAND NATIONAAL REPRESENTATIEF

- Man/vrouw; 16+ jaar
- Nationaal representatief op geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en regio.
- Veldwerk van 21-11-2023 tot en met 28-11-2023.



VIA NVM KANALEN / NVM ACHTERBAN

- Profiel: mondhygiënisten of mondhygiënisten in opleiding
- Veldwerk van 28-11-2023 tot en met 02-01-2023.

HOOFDSTUKKEN



Achtergrond

→ **Categorie associaties & bekendheid**

Bezoek en kennis

Imago & drivers

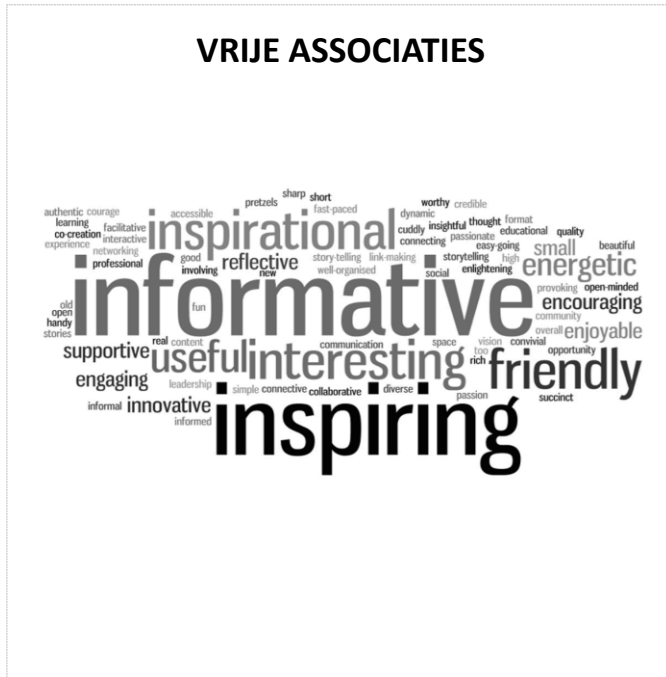
Imago NVM & Lidmaatschap

Specifieke client groepen

Samenvatting en aanbevelingen

Appendix

LEESWIJZER: VRIJE ASSOCIATIES



VRIJE ASSOCIATIES KPI'S

- **# associaties:** Het gemiddelde aantal associaties dat de categorie oproept
- **Positieve associaties:** Het % van de associaties dat door consumenten als positief is geclassificeerd
- **Onderscheidende associaties:** Het % van de associaties dat door consumenten als onderscheidend voor de categorie is geclassificeerd
- **Relevante associaties:** Het % van de associaties dat door consumenten als relevant voor het aankoopproces is geclassificeerd

INTERPRETATIE

- Met associaties achterhalen we de eerste reactie van consumenten richting beroep/categorie. Deze waardevolle kwalitatieve techniek geeft ons inzicht in de gevoelens en emoties van consumenten ten opzichte van het beroep/categorie. Deze perceptie ten opzichte van een categorie is erg belangrijk. Het laat zien hoe sterk en onderscheidend de categorie is en heeft een sterke correlatie met gedrag.

UITLEG VAN DE METHODE

Als consumenten aan een woord denken wordt direct een netwerk van associaties geactiveerd. DVJ Insights meet de grootte en kracht van een mentaal netwerk door gebruik te maken van vrije associaties. Deze associaties worden vervolgens door consumenten zelf geclassificeerd zodat ook kwantitatieve uitkomsten ontstaan. De kleuren geven weer of de score **hoger / rond / onder** (dan) de benchmark-score is.

CATEGORIE ASSOCIATIES (NLD BREED)

Tandarts komt het sterkst naar voren wanneer men denkt aan mondzorg. De mondhygiënist wordt veel minder genoemd. De associaties zijn overwegend positief.

Alle associaties met de categorie:



Positieve associaties (63%)



Neutrale associaties (27%)



Negatieve associaties (10%)



Q: Welke woorden, gedachten of gevoelens komen er bij u op als u denkt aan mondzorg? Zijn deze associaties Positief dan wel Negatief? Zijn deze associaties relevant wanneer u denkt aan mondzorg?
N=1000

BEKENDHEID EN ATTITUDE (NLD BREED)

Ook binnen de mondzorg beroepen is de tandarts sterk top of mind. Maar op geholpen bekendheid doet de mondhygiënist niet onder. Ook in de conversies naar overweging is weinig uitval, wel meer richting absolute voorkeur. Toch heeft **bijna 4 op de 10 Nederlanders een absolute voorkeur** voor de mondhygiënist en **bijna 7 op de 10 is positief**. Beide zouden nog kunnen groeien.

	MONDHYGIËNIST	TANDARTS	PREVENTIEASSISTENT	TANDARTSASSISTENT
TOP-OF-MIND BEKENDHEID	8%	83%	0%	0%
SPONTANE BEKENDHEID	60%	94%	3%	12%
GEHOLPEN BEKENDHEID	98%	100%	56%	98%
CONVERSIE BEKENDHEID → OVERWEGING	89%	84%	20%	15%
OVERWEGING	58%	60%	11%	10%
CONVERSIE OVERWEGING → VOORKEUR	66%	80%	29%	30%
VOORKEUR	38%	48%	3%	3%

ATTITUDE – POSITIEF (TOP2BOX)	65%	72%	55%	70%
ATTITUDE – NEGATIEF (BOTTOM2BOX)	7%	7%	7%	3%

Q: Als u denkt aan mondzorg, welke beroepen komen er dan in u op? Noteert u alstublieft alle beroepen die in u opkomen? (voorbeeld voor spontane bekendheid)

Q: Stelt u zich voor dat u last heeft van ontstoken tandvlees, welke van de onderstaande mondzorgspecialisten zou u overwegen te bezoeken voor hulp of advies.

Q: En welke van de volgende mondzorgspecialisten heeft uw voorkeur?

Q: Wat is uw houding ten opzichte van onderstaande beroepen?



Rondom de mondhygiënist hebben aanvullend verzekerden hebben een positievere attitude, hogere overweging en voorkeur dan niet verzekerden.

66-plussers hebben een positievere attitude en 50-plussers hebben vaker een voorkeur voor de mondhygiënist ten opzichte van jongere leeftijdsgroepen.

HOOFDSTUKKEN



Achtergrond

Categorie associaties & bekendheid

➔ Bezoek en kennis

Imago & drivers

Imago NVM & Lidmaatschap

Specifieke client groepen

Samenvatting en aanbevelingen

Appendix

BEZOEK (NLD BREED)

Slechts 14% van de Nederlanders bezoekt nooit of minder dan 1x per jaar een mondzorgprofessional. De tandarts wordt over het algemeen het vaakst bezocht, terwijl de mondhygiënist door 41% nooit of minder dan 1x per jaar wordt bezocht.

	Bezoek algemeen	Mondhygiënist	Tandarts	Preventie assistent	Tandarts assistent
Nooit	5%	26%	6%	52%	31%
Minder dan 1x per jaar	9%	15%	8%	14%	10%
1 keer per jaar	23%	24%	26%	19%	21%
2 keer per jaar	51%	28%	56%	13%	34%
Meer dan 2 keer per jaar	12%	7%	5%	3%	4%

14%

41%



Verzekerden bezoeken een mondzorgprofessional frequenter (2x per jaar of meer) dan niet verzekerden. Niet verzekerden, 66-plussers en laag opgeleiden bezoeken vaker nooit een mondzorgprofessional.

Q: Hoe vaak bezoekt u een mondzorgprofessional? Hoe vaak per jaar bezoekt u de volgende mondzorgprofessionals?

*Significant verschil ten opzichte van de mondhygiënist (positive/negative)

WAAROM GEEN BEZOEK MONDHYGIËNIST (NLD BREED)

~26% geeft dus aan de mondhygiënist niet te bezoeken. ‘Niet nodig’, de ‘tandarts doet het’ of ‘kosten’ zijn de voornaamste redenen. Hierin zien wij geen verschillen in geslacht of leeftijd.



Niet nodig	Tandarts doet het	Kosten
<p><i>“Heeft mijn gebit niet nodig. Goed en gezond gebit en tandvlees”</i></p>	<p><i>“Mijn tandarts doet alles op het gebied van mondzorg”</i></p>	<p><i>“Ik heb geen aanvullende verzekering en kan het niet betalen”</i></p>
<p><i>“Ik heb een kunstgebit dus geen belang bij tandarts en dergelijke”</i></p>	<p><i>“Onnodig, vindt dat tandarts dit alleen kan, zoals vroeger.”</i></p>	<p><i>“Omdat ik de kosten niet kan betalen”</i></p>
<p><i>“Niet nodig is geen advies van de tandarts.”</i></p>	<p><i>“Tandarts verwijdt dat beetje tandsteen tijdens jaarlijks controle. Heb nooit gaatjes of iets dergelijks”</i></p>	<p><i>“Omdat ik het al duur genoeg vind”</i></p>
<p><i>“Waarom zou ik... ik heb nooit iets en de tandarts zegt er ook niets over”</i></p>		<p><i>“Te duur en geen meerwaarde”</i></p>
		<p><i>“Te duur en wordt niet vergoed”</i></p>

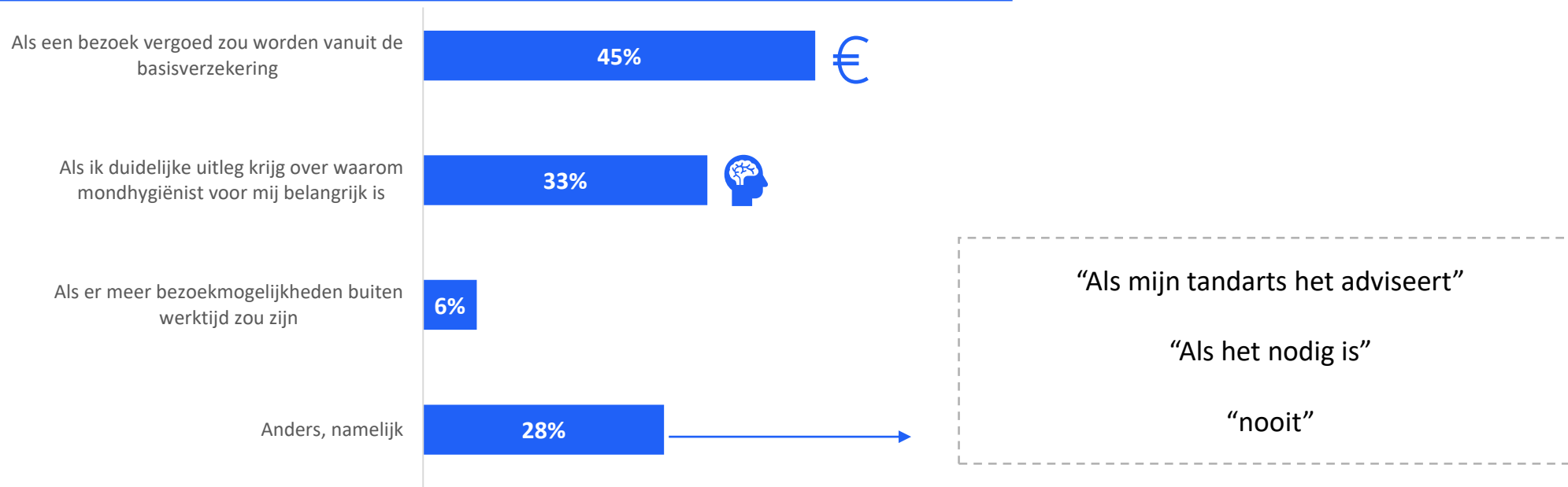
Nationaal Representatief Nederland 26% (N= 258)



WANNEER WEL BEZOEK MONDHYGIËNIST (NLD BREED)

Men zou de mondhygiënist wél bezoeken als het **vergoed zou worden vanuit de basisverzekering** en/of met **meer uitleg** over waarom een bezoek voor hen specifiek belangrijk is. Onder anders namelijk wordt met name verwijzing van de tandarts benoemt, of overweegt men het überhaupt niet.

26% BEZOEKT DE MH NOOIT; WANNEER WÉL BEZOEKEN?

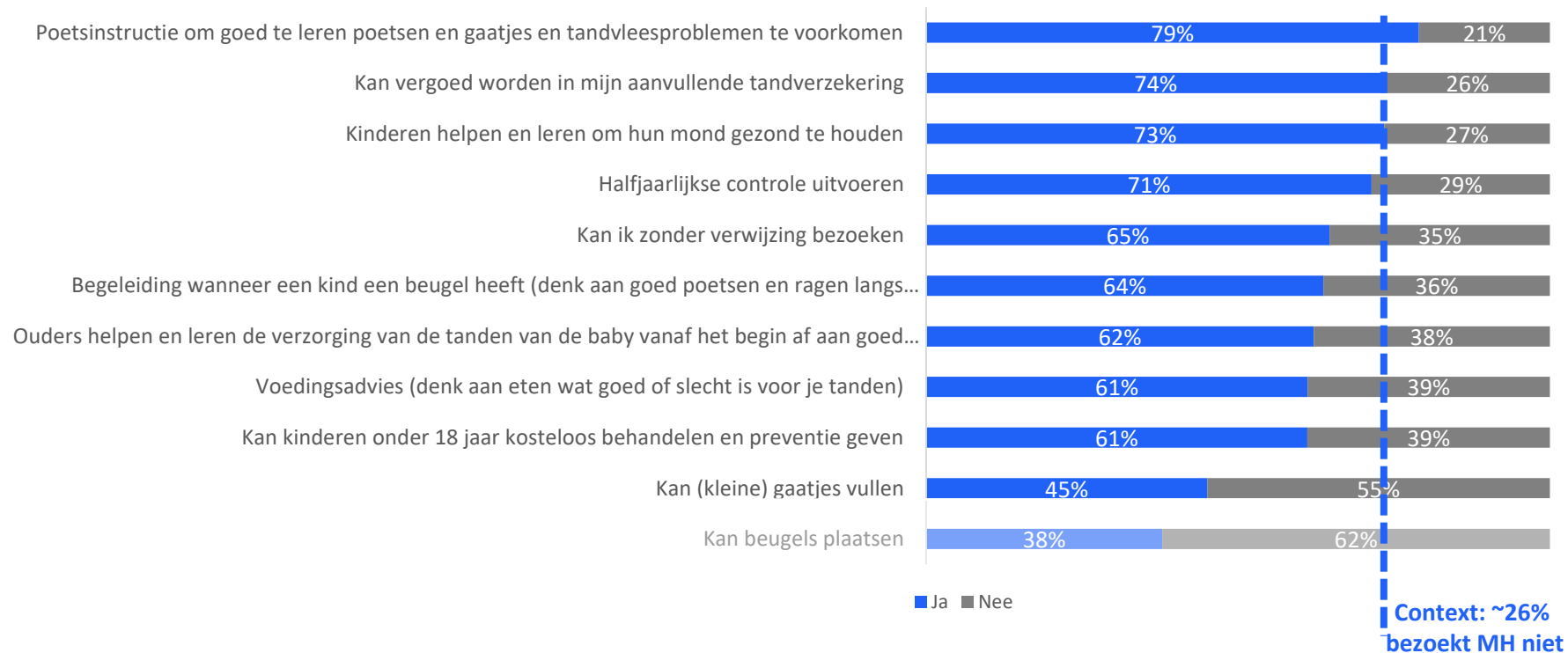


Q: Wanneer zou u de mondhygiënist wel bezoeken? N= 258

N.b. deze percentages verschillen niet tot nauwelijks wanneer men kijkt naar verschillende doelgroepen of 16-18jr eruit haalt.

BEKEND MET ANDERE DIENSTEN (NLD BREED)

Men is met name bekend met de **klassieke poetsinstructies** en dat bezoek wordt vergoed met een aanvullende tandverzekering. Daarnaast weet men dat de mondhygiënist kinderen kan leren hun mond gezond te houden én halfjaarlijkse controle uit te voeren. Deze scores zijn hoog in de context dat ~26% de mondhygiënist niet bezoekt. Over het algemeen is er nog veel ruimte om de bekendheid van **andere diensten te laten groeien**. Daarnaast is men is er minder mee bekend dat de mondhygiënist ook kleine gaatjes kan vullen en kosteloze behandeling <18jr.



i
Aanvullend verzekerden zijn vaker bekend met de diensten die de mondhygiënist aanbiedt.

Steekproef: bekend met mondhygiënist; 98% van NatRep Nederland

HOOFDSTUKKEN



Achtergrond

Categorie associaties & bekendheid

Bezoek en kennis

➔ **Imago & drivers**

Imago NVM & Lidmaatschap

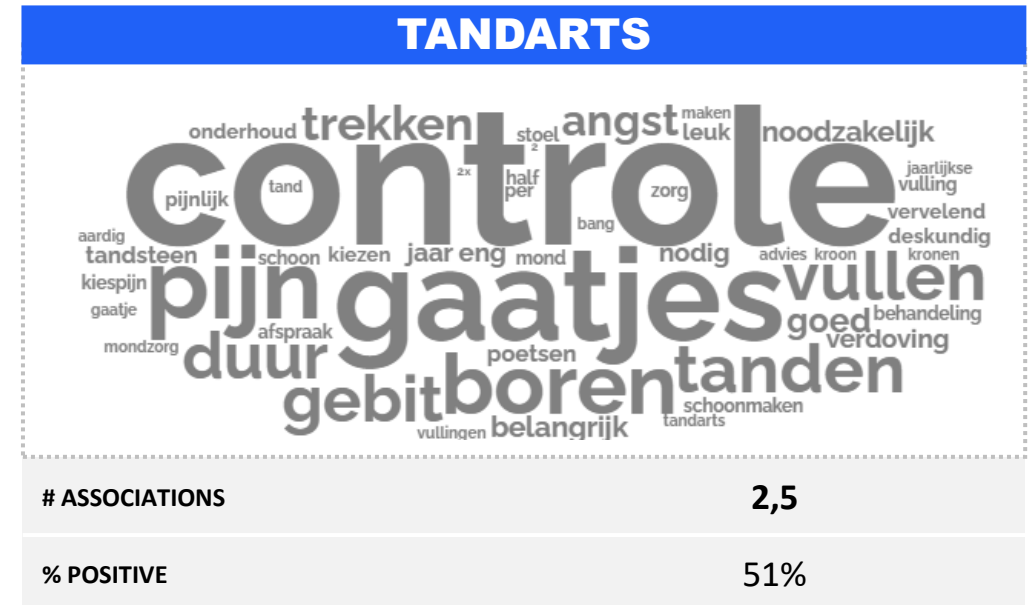
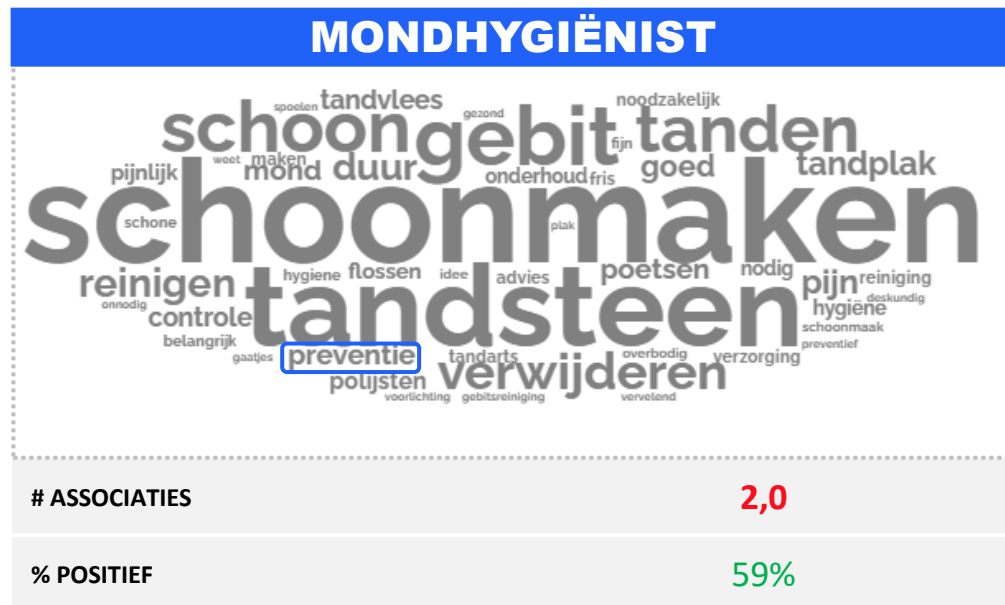
Specifieke client groepen

Samenvatting en aanbevelingen

Appendix

ASSOCIATIES BEROEPEN (NLD BREED)

De tandarts heeft **meer associaties** dan de mondhygiënist, wat ook past bij een **hogere top of mind**. Wel ligt het aandeel positieve associaties bij de mondhygiënist hoger. Terwijl de **mondhygiënist veel op 'schoonmaken'** zit is bij de tandarts **'controle'** dominant; maar ook pijn, gaatjes en boren komen terug.



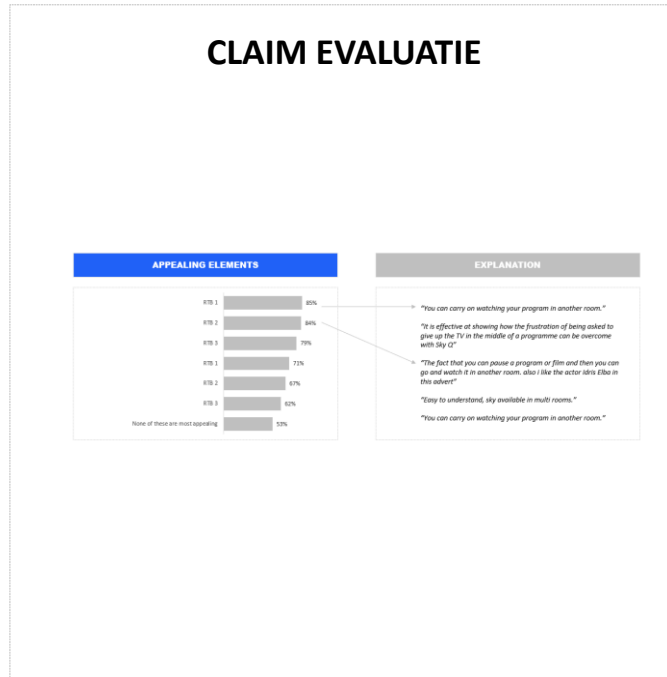
Q: Welke woorden, gedachten of gevoelens komen er bij u op als u denkt aan de mondhygiënist/de tandarts? Zijn deze associaties Positief dan wel Negatief?

ASSOCIATIES IN CONTEXT – BEIDE GROEPEN VERGELIJKING

Wanneer we Nederland breed versus de NVM achterban vergelijken zien we bij de tandarts een consistent beeld ‘controle’. Bij de mondhygiënist zijn er grote verschillen; met veel meer de holistische associatie ‘preventie’ i.p.v. schoonmaken; illustratief voor het klassieke kennis niveau van Nederlanders.



LEESWIJZER: MAX DIFF



CLAIM EVALUATIE

- **Difference score:** het gemiddelde aantal keer dat deze claim als meest belangrijk is gekozen *min* het gemiddelde aantal keer dat deze voorwaarde als minst belangrijk is gekozen.

INTERPRETATIE

- De Max Diff-benadering biedt een duidelijke rangschikking van alle attributen op basis van belang. Dit levert een duidelijke winnaar (en verliezer) op en helpt bij het selecteren van een focus voor uw product of dienst.

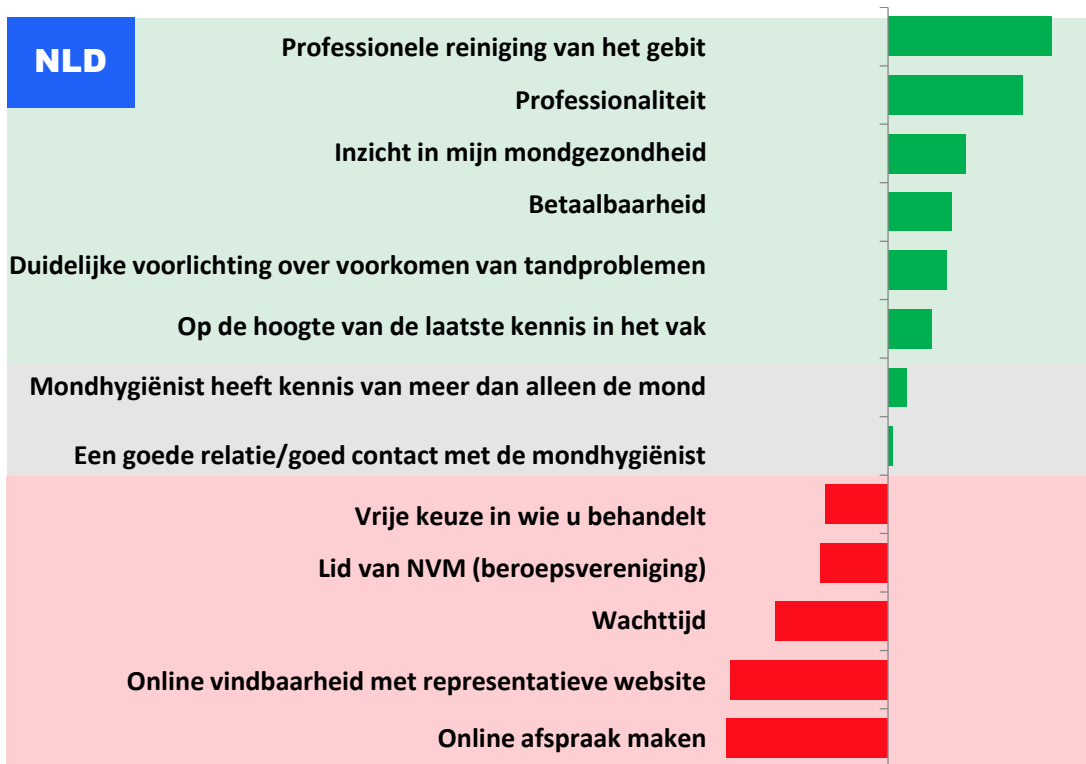
UITLEG VAN DE METHODOLOGIE:

Een Max Diff-benadering wordt gebruikt om uit alle claims de belangrijkste te selecteren. consumenten zien een korte beschrijving van iedere claim en worden gevraagd om de meest en minst belangrijke te selecteren. Deze aanpak geeft consumenten een keuze in plaats van het belang te vermelden met behulp van een numerieke schaal, omdat ze 'alleen' de belangrijkste en minst belangrijke voorwaarde hoeven aan te kruisen uit een lijst van 4. Elke voorwaarde wordt 3 of 4 keer aangeboden, telkens in een andere set met andere kenmerken.

BELANGRIJKSTE KENMERKEN (NLD BREED)

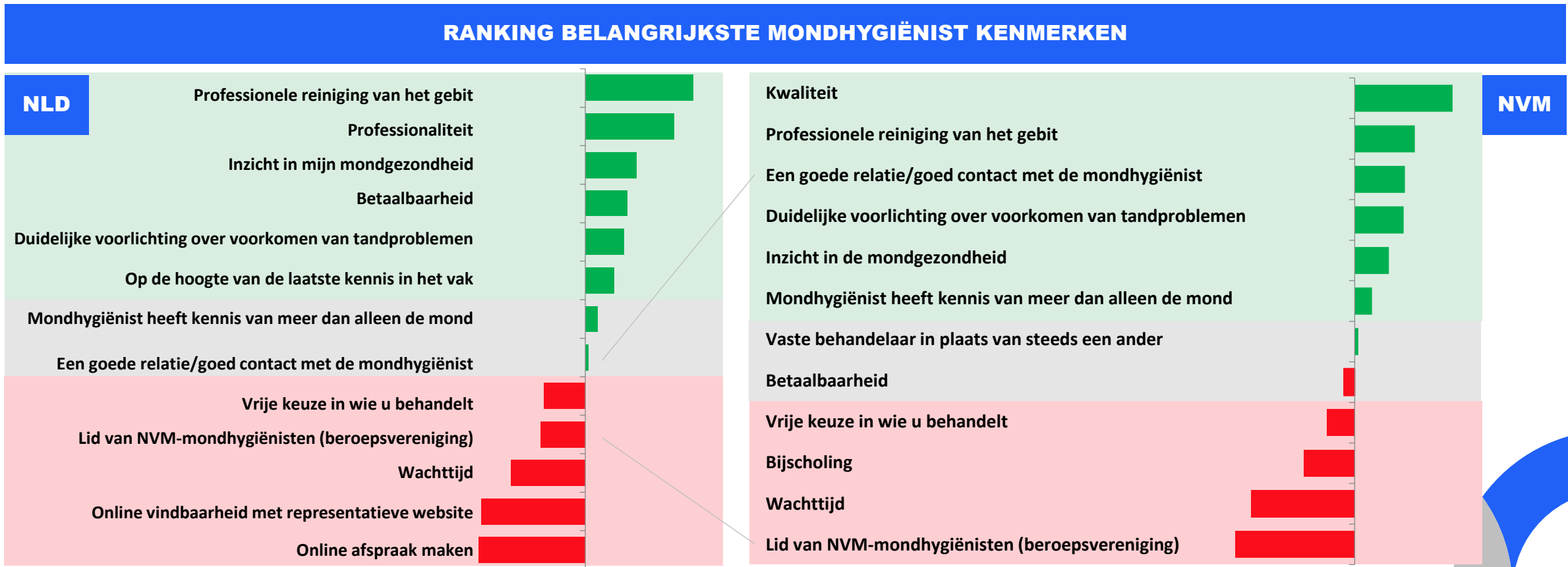
De belangrijkste aspecten voor bezoek aan de mondhygiënist zijn veelal rondom het **professionele reinigen, de kennis en kracht van het beroep**. Op de eerste plaatsen is het professioneel reinigen van het gebit, professionaliteit en inzicht in de mondgezondheid. Betaalbaarheid staat slechts op een vierde plaats. Online vindbaarheid en mogelijkheid om online afspraken is het minst belangrijk.

RANKING BELANGRIJKSTE MONDHYGIËNIST KENMERKEN



BELANGRIJKSTE KENMERKEN – BEIDE STEEKPROEVEN

Bij de NVM achterban gaan de belangrijkste aspecten ook over de kwaliteit en professionaliteit van reinigen. In vergelijking tot Nederland breed staat een goede relatie met de behandelaar hoger én de betaalbaarheid lager. Wachtijd en NVM lid vindt men het minst belangrijk in de afweging tot de andere kenmerken.



VERDIEPING KENMERKEN - (NVM ACHTERBAN)

De belangrijkste aspecten zijn veelal rondom **het professionele reinigen, de kwaliteit, kennis en kracht van het beroep**. Lidmaatschap NVM wordt hier (nog) niet direct aan verbonden, ook niet vanuit cliënten perspectief.

KWALITEIT

Zonder kwaliteit geen goede zorg

“goede kwaliteit geeft goede zorg en voorkomen van verdere tandvleesproblemen”

“De kwaliteit van de zorg is belangrijk voor een goed resultaat”

Men verwacht goed werk

“Ik wil mensen behandelen op de manier hoe ik behandeld wil worden, ik wil geen half werk leveren.”

“Omdat de patiënt hiervoor betaald”

PROFESSIELE REINIGING

Kerntaak

“Omdat dat is waarom ik naar de mondhygienist ga”

“kerntaak mondhygieniste”

“Dat is waar de patiënt uiteindelijk voor komt.”

Voorkomt problemen

“Als het niet goed schoon is, kan pat het zelf minder goed gezond krijgen.”

“Wanneer niet goed gereinigd is, kan het niet genezen en niet goed door de patiënt bij gehouden worden”

LID VAN BEROEPSVERENIGING

Vertelt niks over kwaliteit

“Dat zegt niet alles over de kwaliteit van behandelen.”

“Kwaliteit en zorg is niet afhankelijk van lidmaatschap.”

“Omdat je ook goede MH hebt die geen lid zijn”

Cliënt minder bekend mee

“De patiënt weet niet wie wel of niet lid is van de nvm, daarom is het voor mij niet erg belangrijk.”

“Patiënten/ cliënten weten soms niet een dat er een beroepsvereniging bestaat.”

WACHTTIJD

Er is geen lange wachttijd

“Planning op tijd dan hoeft ook geen wachttijd te ontstaan”

“Behandeling is meestal niet spoedeisend”

“Parodontale problemen zijn over het algemeen niet acuut”

Goede behandeling belangrijker

“Ik zou liever wat langer wachten om goede kwaliteit te krijgen dan sneller en minder goed geholpen worden”

“mensen willen langer wachten als de kwaliteit daarop beter wordt”

Q: U heeft aangegeven dat [...] het meest/minst belangrijk voor u is. Waarom vindt u dit attribuut het meest/minst belangrijk?

VERDIEPING KENMERKEN - (NLD BREED)

Wederom, niet verrassend ziet men het professionele **reiniging als kerntaak**. Daarnaast draagt dit bij aan een gezonde mond. Professionaliteit is belangrijk omdat het vertrouwen uitstraalt.

PROFESSIELE REINIGING

Dat is wat ze doen

“Dat is waarvoor je gaat.. het moet goed gebeuren”

“Dat is tenslotte waarvoor je daar naartoe gaat.”

Belang van schone mond

“omdat belangrijk voor een goed gebit en gezondheid”

“Professioneel reinigen draagt bij aan een goed gebit.”

PROFESSIONALITEIT

Vertrouwen

“geeft het meeste vertrouwen”

“Ik ben van mening dat de professionaliteit belangrijk is voor het vertrouwen in de behandelaar.”

Kennis

“ik vind het belangrijk dat ik behandel d wordt zoals het moet, weet wat die doet, mij goede adviezen kan geven.”

“Wil wel graag iemand die kennis van zaken heeft”

Q: U heeft aangeven dat [...] het meest/minst belangrijk voor u is. Waarom vindt u dit attribuut het meest/minst belangrijk?

ONLINE VINDBAARHEID + REPRESENTATIEVE WEBSITE

Doorverwijzing tandarts

“Mondhygiënist zit meestal in hetzelfde pand als de tandarts dus maakt dat de website overbodig.”

“Mijn tandarts werkt met iemand samen.”

Website niet noodzakelijk

“Omdat dat marketing, bijzaak is”

“Ik weet al waar ik moet zijn.”

“Omdat geen toevoeging is aan de een professionele behandeling. Het is alleen wel handig”

ONLINE AFSPRAAK MAKEN

Voorkeur voor bellen

“ik vind het niet erg om te bellen voor een afspraak.”

“Ik vind de andere zaken belangrijker. Ik vind het geen probleem om een telefonische afspraak te maken”

Na bezoek

“Meestal maak ik als ik er ben weer een nieuwe afspraak voor de volgende keer.”

“volgende afspraak maken doe ik altijd bij de laatste behandeling.”

IMAGO (NLD BREED)

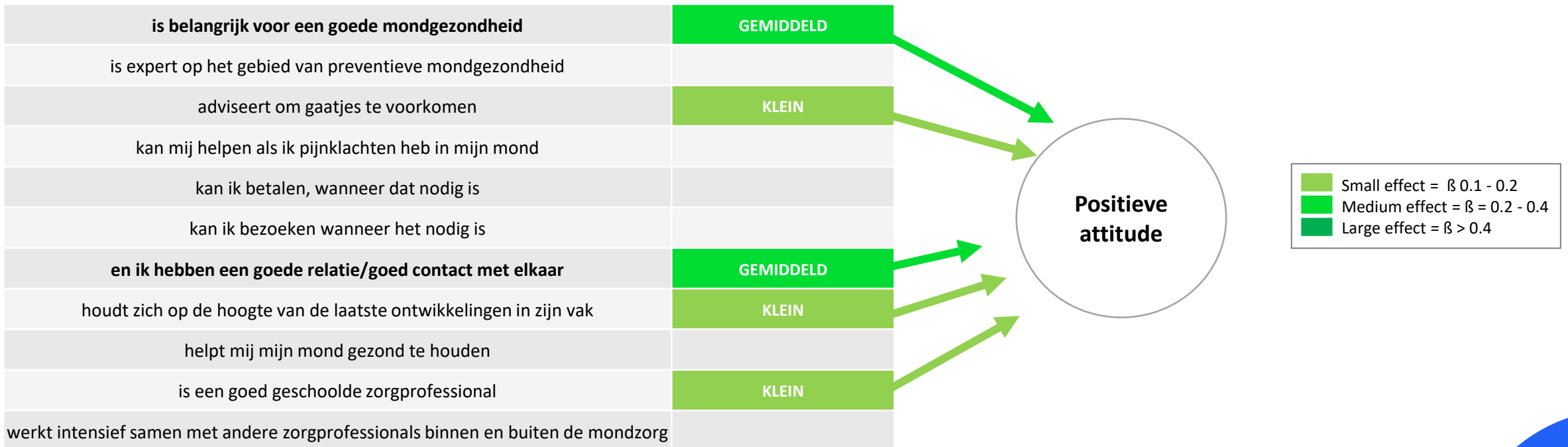
Beide beroepen scoren een positief imago met veel scores rond 70%; echter geeft de tandarts het ambitie niveau weer met nog hogere scores. Wel worden beide even vaak gezien als **expert op het gebied van preventieve mondzorg**. Ook is het opvallend dat kan ik bezoeken **wanneer het nodig is** achter blijft (consistent met 'kan zonder verwijzing' 65%) **nét** als een **goede relatie**.

	Mondhygiënist	Tandarts	Δ
is belangrijk voor een goede mondgezondheid	75%	85%	10%
is een goed geschoolde zorgprofessional	79%	85%	6%
helpt mij mijn mond gezond te houden	78%	83%	5%
adviseert om gaatjes te voorkomen	73%	79%	6%
kan mij helpen als ik pijnklachten heb in mijn mond, bijvoorbeeld aan tandvlees	72%	78%	6%
houdt zich op de hoogte van de laatste ontwikkelingen in zijn vak	69%	78%	9%
is expert op het gebied van preventieve mondgezondheid	75%	76%	1%
kan ik bezoeken wanneer het nodig is	62%	74%	12%
werkt intensief samen met andere zorgprofessionals binnen en buiten de mondzorg	62%	71%	9%
en ik hebben een goede relatie/goed contact met elkaar	53%	66%	13%
kan ik niet betalen, ook al zou ik het wel willen	32%	32%	0%

*Significant verschil ten opzichte van de mondhygiënist (positive) Q: In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? De mondhygiënist/tandarts.... (5-punt schaal) Top2Box mee eens. N=1000

DRIVER ANALYSIS (NLD BREED)

Dat mondhygiënisten **belangrijk zijn voor een goede mondgezondheid** en een **goede relatie met de mondhygiënist** zijn de belangrijkste drivers voor een positieve attitude. Advies, op de hoogte zijn van actuele kennis en goede schooling hebben ook positief, maar relatief klein. effect op de attitude.



Statistische driver-analyse: Deze analyse geeft aan welke variabelen (uit een specifieke set) een directe invloed hebben op een andere variabele (en dus drivers of voorspellers van die variabele kunnen worden genoemd).

WAAROM GEKOZEN VOOR MONDZORG? (VIA NVM ACHTERBAN)

Mensenwerk

"Omdat het omgaan met mensen mij boeit."

"Contact met mensen, zorgverlener"

Helpen

"Ik wilde een goed vak en mensen helpen"

"Vroeger angst patiënt geweest. Ik kan nu angst patiënten helpen en beter begrijpen"

Interesse

"Interesse in de mondgezondheid"

"Altijd al interesse gehad in de mond"

zelfstandigheid

"Zelfstandig kunnen werken"

"individueel, maar toch in een team"



HOOFDSTUKKEN



Achtergrond

Categorie associaties & bekendheid

Bezoek en kennis

Imago & drivers

➔ **Imago NVM & Lidmaatschap**

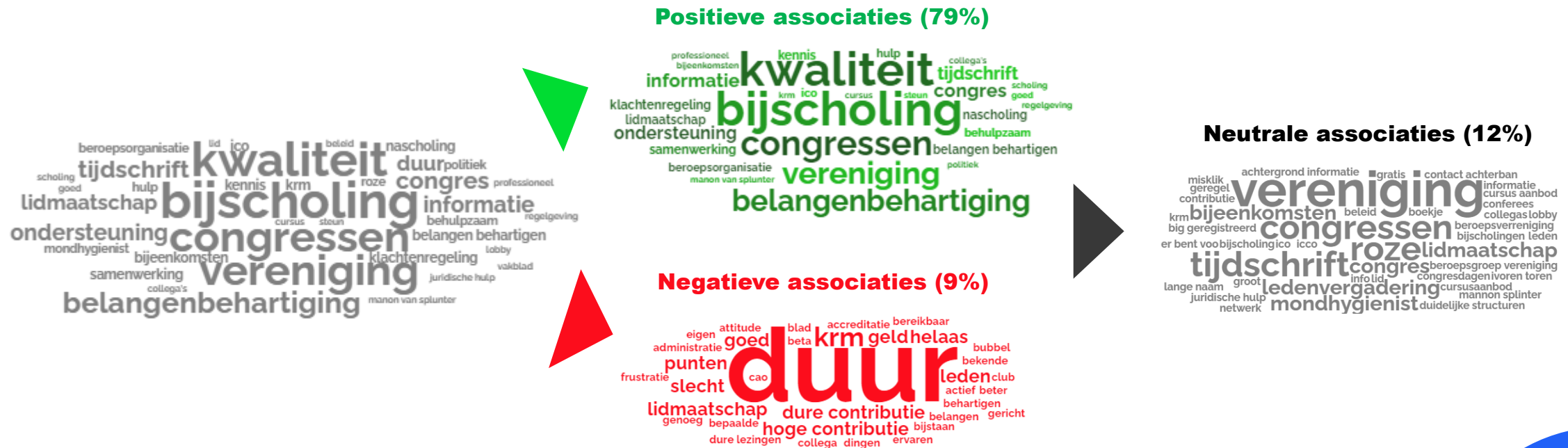
Specifieke client groepen

Samenvatting en aanbevelingen

Appendix

ASSOCIATIES NVM-MONDHYGIËNISTEN (VIA NVM ACHTERBAN)

Er worden veel én diverse associaties genoemd bij NVM-mondhygiënist, onder meer **kwaliteit, belangen behartiging, bijscholing en congressen**. Een groot aandeel van deze associaties is ook positief (79%). Met name het waarborgen van de kwaliteit, de belangenbehartiging en bijscholing worden gewaardeerd. Er zijn minder negatieve associaties, maar veel negatieve associaties komen neer een hoge contributie.



Q: Welke woorden, gedachten of gevoelens komen er bij u op als u denkt aan NVM-mondhygiënist? Zijn deze associaties Positief dan wel Negatief? Zijn deze associaties relevant voor NVM-mondhygiënist?
N=176

LIDMAATSCHAP NVM-MONDHYGIËNISTEN

Men is met name lid omdat ze het belangrijk vinden dat er een **belangenbehartiger is voor hen**. Daarnaast spreekt de toegang tot vakinformatie aan. Onder anders namelijk noemt men vaker dat het vanuit de opleiding is geregeld. Men betaalt het lidmaatschap voornamelijk zelf, soms wordt het lidmaatschap aangeboden via de opleiding of betaalt men deels zelf en deels de werkgever.

BETALING LIDMAATSCHAP

Wie betaalt het lidmaatschap voor NVM-mondhygiënist(en)?

Ik betaal zelf	76%
De praktijk waar ik werk betaalt	15%
Anders, namelijk:	8%

WAAROM LID?

Waarom bent u lid van NVM-Mondhygiënist(en)?

Ik vind het belangrijk dat iemand mijn belangen behartigt	80%
Toegang tot vakinformatie	71%
Ik ontvang juridisch advies wanneer ik dat nodig heb	64%
In contact komen en kennis delen met collega's	56%
Korting op het cursusaanbod	19%
Anders, namelijk:	8%

N=176

IMAGO VAN NVM (VIA NVM ACHTERBAN)

Men ziet NVM-Mondhygiënist als **belangenbehartiger, promotor en kwaliteitsbewaker en bevorderaar** van het beroep. In mindere mate ziet men het als onafhankelijke partij in beleids- en meningsvorming voor preventieve mondzorg. **7 op de 10** ziet MVM succesvol zijn in het bereiken van de **Nederlandse consument rondom overtuigen van het belang én preventieve mondzorg.**

NVM-mondhygiënist

staat voor belangenbehartiging van en voor de mondhygiënist in de ruimste zin van het woord	87%
promoot het beroep van mondhygiënist	85%
staat voor bewaken en bevorderen van de kwaliteit van de beroepsuitoefening, alsmede het bevorderen van de kwaliteit van de opleiding tot mondhygiënist	83%
probeert consumenten te bereiken en te overtuigen van het belang van een goede mondgezondheid	75%
is de autoriteit op het gebied van de preventieve mondzorg	72%
bevordert professionele, preventieve mondzorg voor alle nederlandse inwoners	70%
bevordert de contacten tussen mondhygiënist en andere zorgdisciplines	69%
biedt ondersteuning van het publieke belang	69%
is onafhankelijk in beleidsvorming en meningsvorming over preventieve mondzorg	67%

Q: In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? NVM-Mondhygiënist.... (5-punt schaal) Top2Box van (helemaal) mee eens.
N=176

WAT MIST NVM?

57% van de respondenten heeft geen opmerkingen wanneer we vragen wat ze missen bij de NVM-Mondhygiënist. Dit geeft wederom een zekere mate van tevredenheid aan. De opmerkingen die wel voorbij komen zijn erg divers. Meerdere malen worden de kosten genoemd, maar ook zichtbaarheid naar Nederlandse consumenten, KRM punten en de salarisschaal worden genoemd.

“overzicht van gratis cursussen en webinars t.b.v KRM punten”

“Grosso modo doen jullie het top! Maar dan KRM: Ik mis souplesse t.a.v. puntentoedeling accreditatiewaardige studie/ beroepsactiviteiten. Mensen, zo vaak kom ik tegen dat voor dezelfde activiteit het KRT meer punten toewijst.”

“Meer zichtbaarheid. Beter bescherming van de titel mondhygiëne. De patiënt weet het verschil niet tussen een mondhygiënist en een assistent van de tandarts die mondhygiëne doet. Zowel de tandarts als de preventie ass gebruikt codes van de mondhygiënist”

“Bekendheid bij nederlands publiek”

“Nee, alleen dat de contributie kosten erg hoog zijn waardoor ik overweeg om mijn lidmaatschap op te zeggen”

“Veel geld”

“Advies Salarisschaal”

HOOFDSTUKKEN



Achtergrond

Categorie associaties & bekendheid

Bezoek en kennis

Imago & drivers

Imago NVM & Lidmaatschap

➔ **Specifieke client groepen**

Samenvatting en aanbevelingen

Appendix

BEZOEK MET KIND (VS. NLD BREED)

De meeste ouders bezoeken minstens 1 keer per jaar een mondzorgprofessional met hun kind. De tandarts en tandartsassistent worden regelmatig bezocht dan de mondhygiënist. **52% van de ouders bezoekt de mondhygiënist vrijwel nooit met hun kind.**

	Bezoek algemeen	Mondhygiënist	Tandarts	Preventie assistent	Tandarts assistent
Nooit	5% 14%	26% 41%	6%	52%	31%
Minder dan 1x per jaar	9%	15%	8%	14%	10%
1 keer per jaar	23%	24%	26%	19%	21%
2 keer per jaar	51%	28%	56%	13%	34%
Meer dan 2 keer per jaar	12%	7%	5%	3%	4%
Nooit	9% 16%	41% 52%	9%	49%	32%
Minder dan 1x per jaar	7%	11%	4%	8%	6%
1 keer per jaar	19%	20%	22%	19%	18%
2 keer per jaar	60%	25%	61%	20%	42%
Meer dan 2 keer per jaar	5%	4%	4%	4%	3%

(NLD BREED)

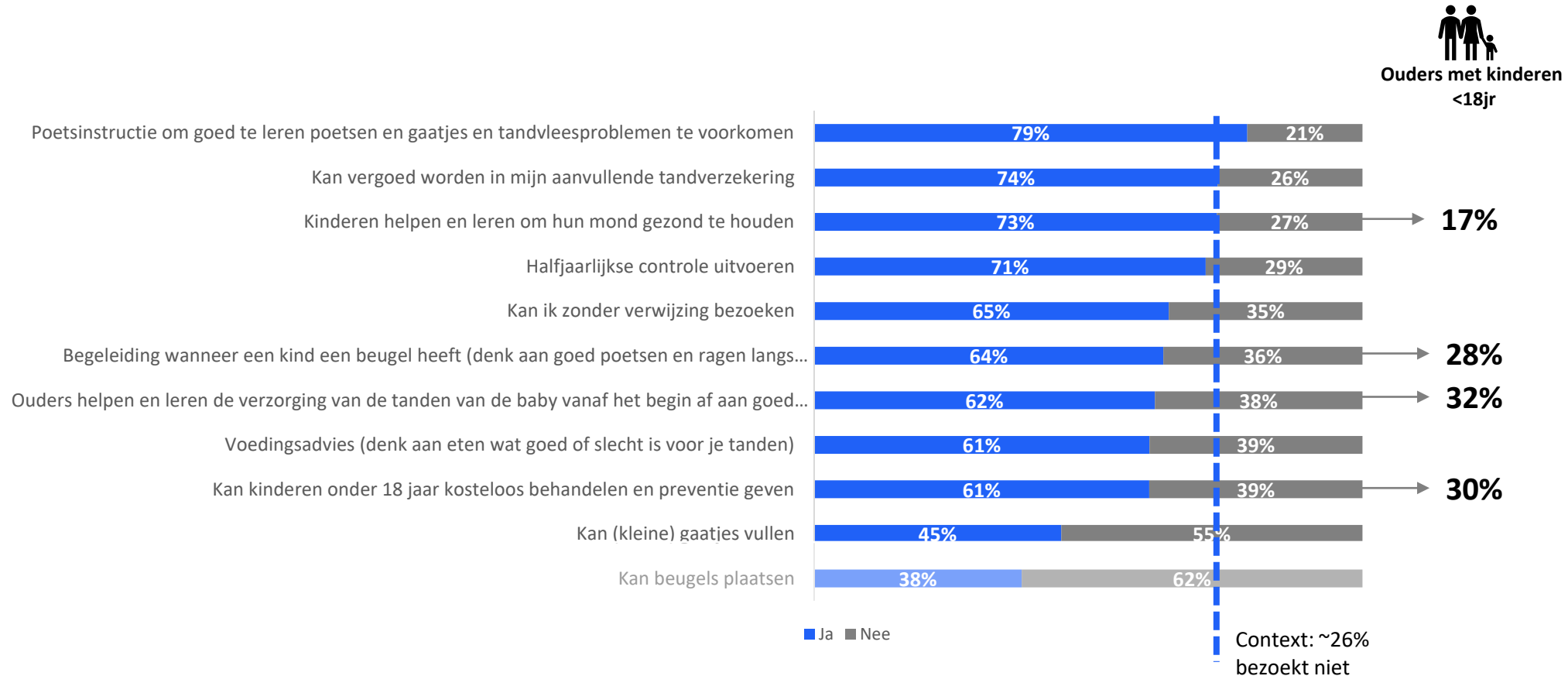


*Significant verschil ten opzichte van de mondhygiënist (positive/ negative)

Q: Hoe vaak bezoekt u een mondzorgprofessional met/voor uw kind? Hoe vaak per jaar bezoekt u de volgende mondzorgprofessionals met/voor uw kind? N=406

BEKEND MET DIENSTEN – OUDERS (NLD BREED)

Inclusief perspectief van ouders met kinderen <18jr valt op dat de bekendheid van de kind gerelateerde (andere) diensten enigszins hoger ligt, maar niet significant hoger. Dit is logisch maar duidt er tegelijk op dat **óók onder ouders nog kennis groei mogelijk is.**



Grafiek is NLD breed. Verschillen "niet" bekend aangegeven voor ouders. Deze zijn niet significant. Steekproef: iedereen bekend met mondhygiënist; 98% van NatRep Nederland. Ouders: N= 406



WAAROM GEEN MH - OUDERS MET KIND (NLD BREED)

Meest genoemde reden om de mondhygiënist niet te bezoeken met het kind is omdat men het **niet nodig acht**. Daarnaast vindt een deel hun kind te jong, of is bezoek aan de tandarts voldoende. **70% geeft aan dat ze weten dat kinderen tot 18 jaar** vanuit de basis zorgverzekering worden vergoed voor bezoek aan de mondhygiënist (vorige slide). Kosten zien we daarom niet terug in de redenen van geen bezoek.



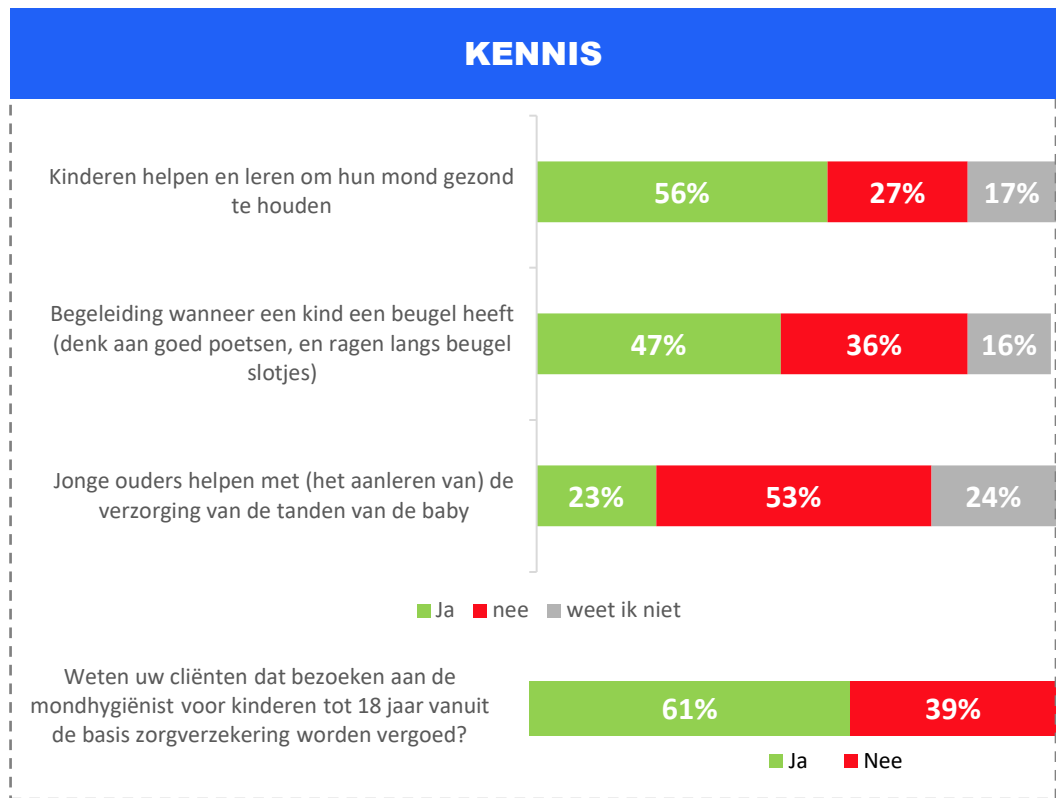
Niet nodig	Tandarts is voldoende	Te jong
<i>“Geen reden toe bij normale controle”</i>	<i>“Omdat de tandarts dit opzich neemt”</i>	<i>“Ik heb 1 kind die nog geen 2 jaar is. Bij de mondhygiënist moet een kind minimaal 2 jaar zijn waar ik ingeschreven sta.”</i>
<i>“Naast de tandarts en de aandacht op school, acht ik dat niet nodig”</i>	<i>“Omdat mijn tandarts vrijwel alles verzorgd, fluor, preventief sealen kiezen, mond reiniging”</i>	<i>“Mijn kind heeft nog niet veel tandjes”</i>
<i>“Is niet nodig volgens de tandarts”</i>	<i>“Omdat met de tanden van mij kind goed gaat tandarts is al genoeg”</i>	<i>“Mijn kind is 3,5 maand oud”</i>
<i>“Volgens mij nog niet nodig”</i>		<i>“Nog niet, nodig te jong”</i>

Ouders: N= 162



KENNIS OUDERS MET KINDEREN (NVM ACHTERBAND)

Volgens de mondhygiënisten is er **nóg meer winst te behalen onder de ouders met kinderen**. Zo weet volgens de MH slechts 56% van de ouders dat zij kunnen helpen de mond gezond te houden en is slechts 23% van de ouders bekend met aanleren van baby tanden verzorging. Dit zit deels in kennis maar ook in te weinig interesse en angst.



UITDAGINGEN

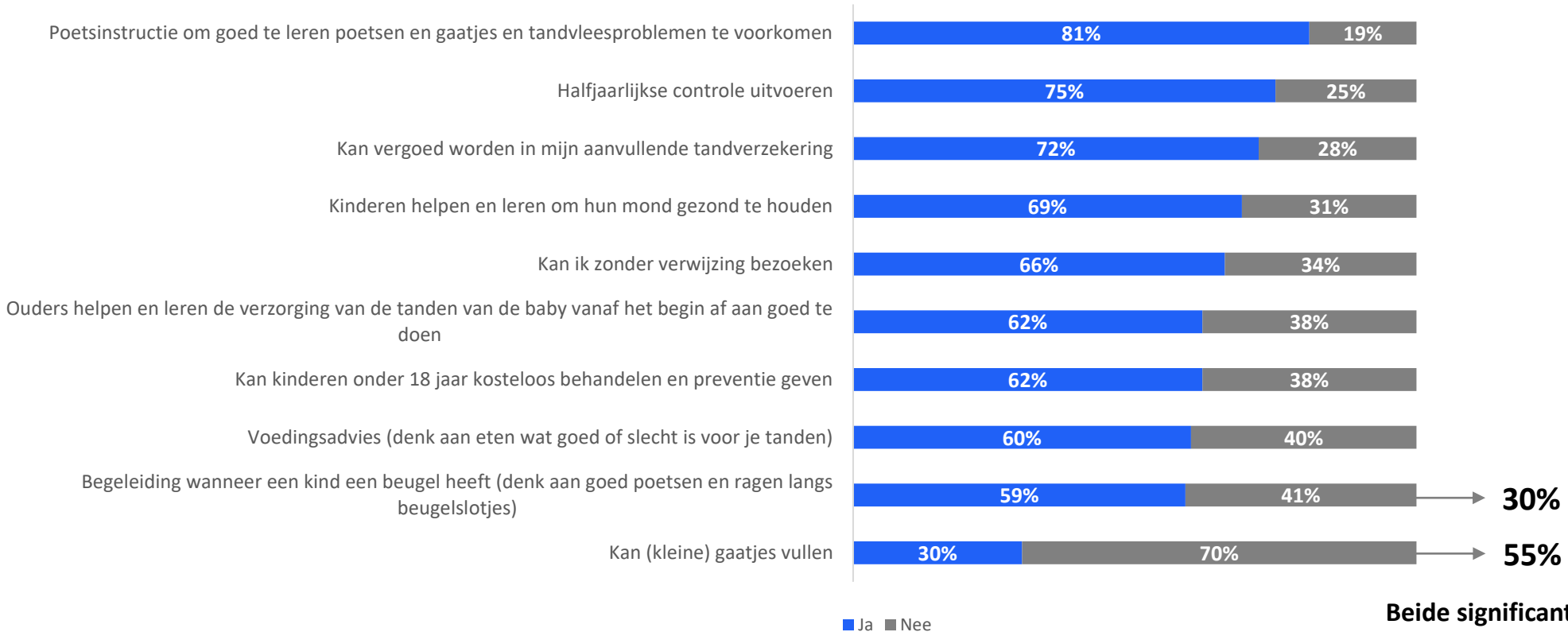
Weinig kennis bij ouders	70%
Weinig interesse bij ouders	52%
Angst	40%
Logistieke kennis (bijv. over kosten)	36%
Anders, namelijk:	19%

“laten het over aan het advies van de tandarts”
“Tegenwerking door tandartsen”
“Weinig tijd voor in agenda, gaan naar prev ass”
“Het belang van een gezonde mond is soms niet duidelijk”
“Ondersteuning bij poetsen door ouders”

Zijn ouders met kinderen bekend met de volgende diensten die mondhygiënisten aanbieden? | Welke uitdagingen komt u tegen bij kinderen rondom mondzorg? N=176

BEKEND MET DIENSTEN – OUDEREN (66+)

Wat opvalt is dat de kennis onder ouderen vergelijkbaar is met NL breed. Wel zien we dat men minder bekend is met het vullen van gaatjes door de mondhygiënist.



Ouderen (66+ jaar) N=218

BEZOEK OUDEREN 66+ (VS. NLD BREED)

Ouderen bezoeken bijna even vaak de MH.

	Bezoek algemeen	Mondhygiënist	Tandarts	Preventie assistent	Tandarts assistent	
Nooit	5% 14%	26% 41%	6%	52%	31%	(NLD BREED)
Minder dan 1x per jaar	9%	15%	8%	14%	10%	
1 keer per jaar	23%	24%	26%	19%	21%	
2 keer per jaar	51%	28%	56%	13%	34%	
Meer dan 2 keer per jaar	12%	7%	5%	3%	4%	
Nooit	10% 16%	30% 38%	11%	56%	40%	(66+)
Minder dan 1x per jaar	6%	8%	5%	12%	7%	
1 keer per jaar	21%	23%	27%	18%	20%	
2 keer per jaar	48%	29%	54%	12%	31%	
Meer dan 2 keer per jaar	16%	10%	3%	2%	3%	

*Significant verschil ten opzichte van de mondhygiënist (positive/ negative)

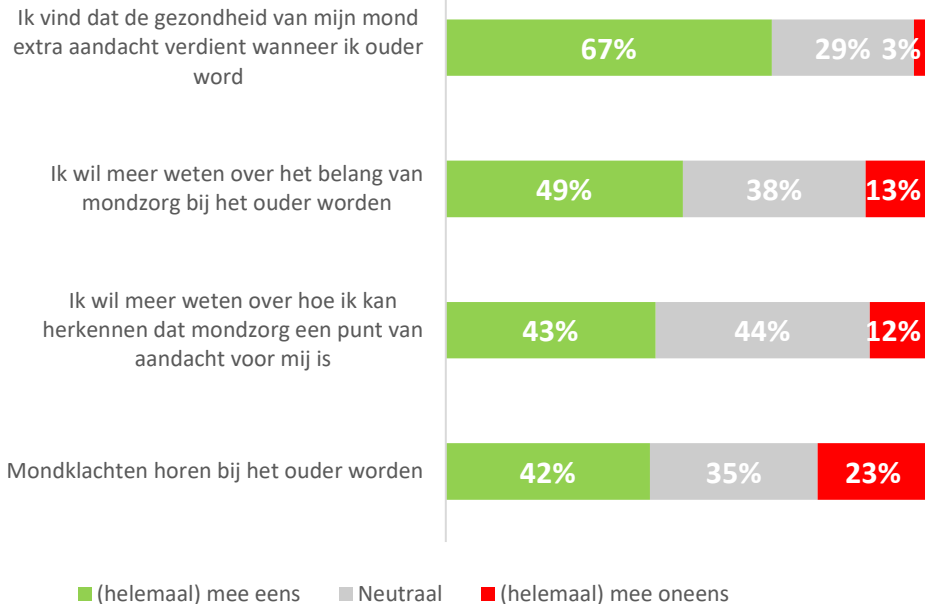
Q: Hoe vaak bezoekt u een mondzorgprofessional met/voor uw kind? Hoe vaak per jaar bezoekt u de volgende mondzorgprofessionals met/voor uw kind? N=406

OUDEREN (66+) (NLD BREED ÉN NVM ACHTERBAND)

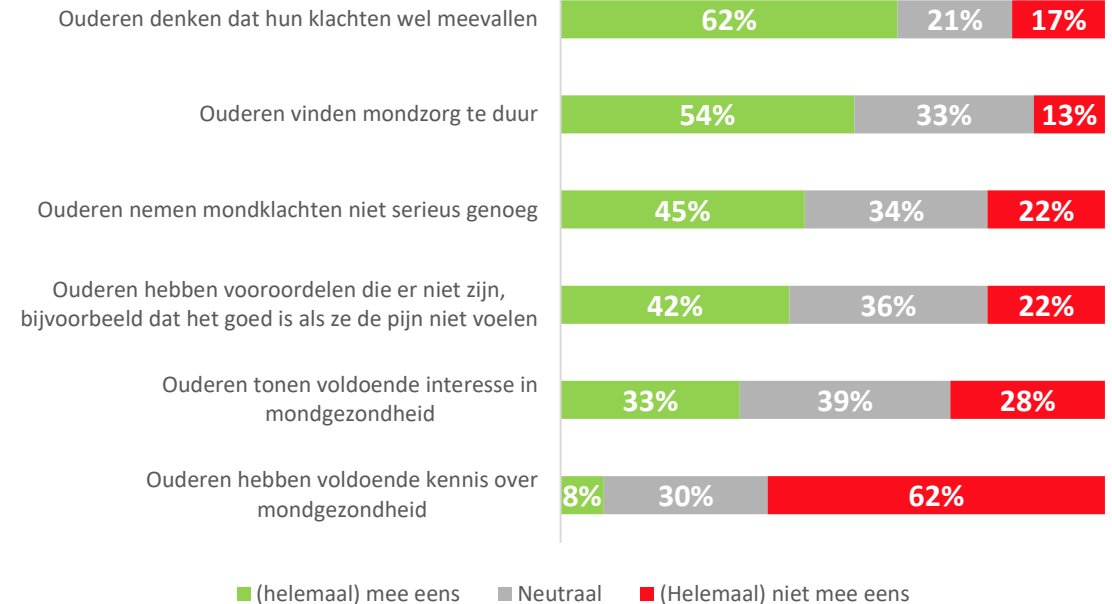
De meeste ouderen (66+) vinden dat de mondgezondheid extra aandacht verdient bij het ouder worden én bijna de helft wil ook meer weten. Ook hier ligt nog ruimte voor verbetering op kennis én activatie in vervolg campagnes.

STELLINGEN OVER OUDEREN (66+)

NLD



NVM



In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen rondom oudere cliënten? N=176

BEZOEK NIET-WESTERSE ACHTERGROND (VS. NLD BREED)

Een client met een niet-westerse achtergrond bezoekt even vaak, tot vaker de mondhygiënist.

	Bezoek algemeen	Mondhygiënist	Tandarts	Preventie assistent	Tandarts assistent
Nooit	5% 14%	26% 41%	6%	52%	31%
Minder dan 1x per jaar	9%	15%	8%	14%	10%
1 keer per jaar	23%	24%	26%	19%	21%
2 keer per jaar	51%	28%	56%	13%	34%
Meer dan 2 keer per jaar	12%	7%	5%	3%	4%

	Bezoek algemeen	Mondhygiënist	Tandarts	Preventie assistent	Tandarts assistent
Nooit	5% 16%	19% 35%	5%	27%	26%
Minder dan 1x per jaar	11%	16%	11%	21%	12%
1 keer per jaar	18%	23%	24%	25%	18%
2 keer per jaar	51%	31%	53%	22%	42%
Meer dan 2 keer per jaar	15%	10%	7%	5%	4%

(NLD BREED)



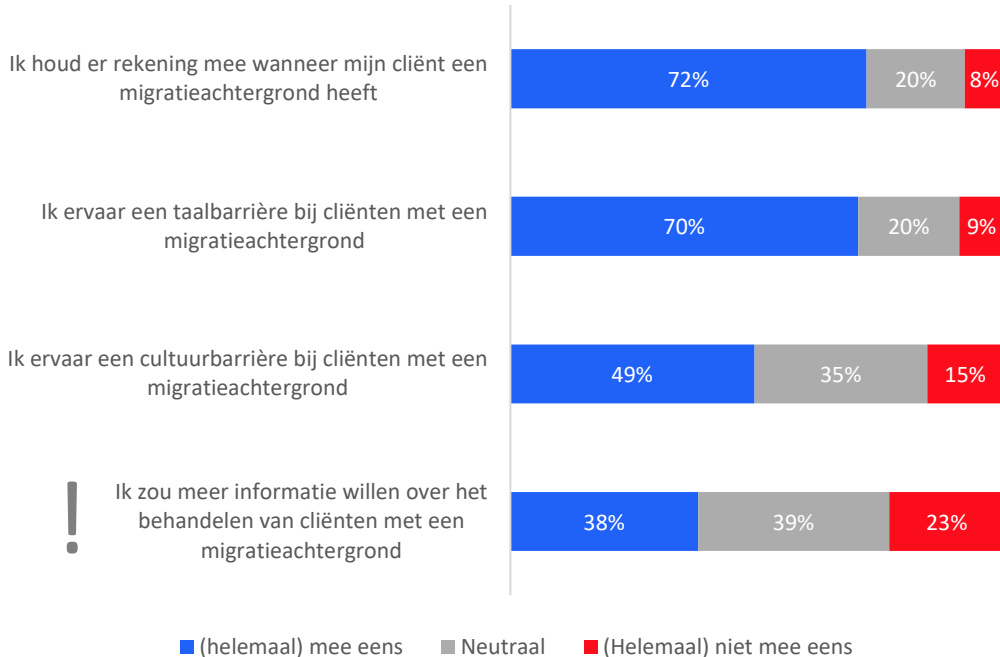
*Significant verschil ten opzichte van de mondhygiënist (positive/ negative)

Q: Hoe vaak bezoekt u een mondzorgprofessional? Hoe vaak per jaar bezoekt u de volgende mondzorgprofessionals? Niet-westerse achtergrond N=117

MIGRATIEACHTERGROND (NVM ACHTERBAN)

72% van de mondhygiënisten houden rekening met een cliënt met migratieachtergrond. 70% ervaart taalbarrières en de helft ervaart cultuurbarrières, toch lijkt dit probleem iets minder urgent omdat slechts 38% meer informatie over behandelen van mensen met een migratieachtergrond. Wanneer we vragen naar de barrières die men ervaart komen veel aspecten terug, waaronder communicatie, het nakomen van afspraken en dat men niet preventief langkomt, maar pas wanneer er klachten zijn.

STELLINGEN



CULTUURBARRIÈRES



Taal/ communicatie – Taal lastig instructie en informatie over te dragen.

Afspraken nakomen - m.b.t. voeding nakomen afspraken

Niet preventief - Dat ze preventie vaak niet nodig vinden. ze komen wel wanneer er pijn is

Andere eetgewoontes - De voedings gewoontes, het suiker gebruik

Man-vrouw verschillen - Bejegening vrouwen, respectloos

Kosten - Ze vinden het duur en niet nodig totdat ze pijn krijgen.

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen cliënten met een migratieachtergrond? | Wat voor cultuurbarrières ervaart u? N=176

HOOFDSTUKKEN



Achtergrond

Categorie associaties & bekendheid

Bezoek en kennis

Imago & drivers

Imago NVM & Lidmaatschap

Specifieke client groepen

➔ **Samenvatting en aanbevelingen**

Appendix

SAMENVATTING (1/2)

DE TANDARTS IS TOP OF MIND; MAAR DE MH IS OOK BEKEND ÉN SCOORT GOED OP OVERWEGING.

- **4 op de 10 Nederlanders heeft een absolute voorkeur** voor de MH en bijna 7 op de 10 is positief.
- Slechts 14% van de Nederlanders bezoekt nooit of minder dan 1x per jaar een mondzorgprofessional, voor de MH ligt dit significant hoger op **41% nooit of minder dan 1x per jaar**. Men zou de MH wél bezoeken als het vergoed zou worden vanuit de basisverzekering en/of met meer uitleg over waarom belangrijk.

DE MH IS STERK VERBONDEN AAN HET KLASSIEKE BEELD: POETSINSTRUCTIES ÉN SCHOONMAKEN.

- De associaties met de MH zijn 59% positief en zijn “schoonmaken” “tandsteen” en “tandsteen verwijderen”. Preventie ontbreekt als eerste associaties maar zien we wel geholpen terug bij het imago, zelfs op een zelfde niveau als de tandarts.
- Het **holistische “preventie”** is wél dominant onder de NVM achterban.
- Ook weet men dat het bezoek wordt vergoed met een aanvullende tandverzekering. Er is ruimte om de bekendheid van **andere diensten te groeien** zoals: kleine gaatjes vullen, kosteloze behandeling <18jr, voedingsadvies rondom tanden, aanleren ouders baby’s rondom belang mondverzorging.

DE BELANGRIJKSTE ASPECTEN VOLGENS NEDERLAND: PROFESSIONELE REINIGEN, DE KWALITEIT EN KENNIS.

- In vergelijking tot Nederland breed staat bij de NVM achterban een **goede relatie met de behandelaar veel** hoger. Mondhygiënist kiezen juist voor **mensenwerk**, het helpen van anderen en door een intrinsieke interesse, hier ligt potentiële ruimte.
- **NVM lidmaatschap is minder** belangrijk in de afweging tot de andere kenmerken, omdat men vanuit het cliënten perspectief deze niet direct verbind met kwaliteit.

SAMENVATTING (2/2)

MEN ZIET NVM-MONDHYGIËNISTEN ALS BELANGENBEHARTIGER, PROMOTER EN KWALITEITSBEWAKER.

- In mindere mate ziet men NVM als onafhankelijke partij in beleids- en meningsvorming voor preventieve mondzorg.
- 7 op de 10 ziet MVM succesvol zijn rol in het bereiken van de Nederlandse consument rondom het overtuigen van preventie.

GROEI IN BEZOEK ÉN KENNISNIVEAU VOOR OUDERS MET KINDEREN <18JR.

- **52% bezoekt de MH nooit** of minder dan 1x per jaar.
- Meest genoemde reden om de MH niet te bezoeken is omdat men het niet nodig acht, het kind te jong is of bezoek aan de tandartsen voldoende is. 70% geeft aan te bekend te zijn met de vergoeding vanuit de basis zorgverzekering, **kosten lijken geen hoofdreden**. Ook ligt de bekendheid van de kind gerelateerde (andere) diensten ligt enigszins hoger dan NL breed.
- Volgens de NVM achterban is er **nóg** meer winst te halen onder de ouders. Slechts 56% van de ouders weet dat MH kan helpen de mond gezond te houden. Dit zit deels in **gebrek aan kennis**, maar ook constateren zij **weinig interesse en angst**.

OUDEREN (66+) BEZOEKEN EVEN VAAK DE MH.

- 42% accepteren dat mondklachten bij het ouder worden horen. 67% vindt juist dat zijn mondgezondheid extra aandacht verdient.
- Ook qua kennis niveau ziet de MVM achterban nog veel verbetering; slechts **8% vindt dat ouderen (66jr+) voldoende kennis** hebben en 62% ziet dat ouderen hun klachten wel mee vinden vallen.

72% VAN DE MONDHYGIËNISTEN HOUDEN REKENING MET EEN CLIËNT MET MIGRATIEACHTERGROND.

- Een client met een niet-westerse achtergrond bezoekt even vaak, tot vaker de mondhygiënist. **35% gaat nooit** tot minder dan 1x per jaar.
- **70% ervaart taalbarrières** en de helft ervaart cultuurbarrières, toch lijkt dit probleem **minder urgent** omdat slechts 38% meer informatie wil over dit onderwerp. Genoemde barrières zijn: communicatie, het nakomen van afspraken, gemis aan preventie denken.

AANBEVELINGEN

1. Zet **als mondhygiënist sterker in op preventie**, naast klassieke gebitsreiniging en schoonmaken. Wees daarin concreet, bijvoorbeeld met haakje: “reinigen én gaatjes vullen, aanleren van mondverzorging bij baby’s”.....
2. Benut het potentieel **goede relatie met cliënten** om de positieve attitude én voorkeur te verbeteren en het belang onder Nederlanders te vergroten. Dit past bij de professional vanuit motivatie: ‘**mensenwerk**’.
3. De **mondhygiënist is enthousiast** om meer interesse en kennis onder ouders met kinderen (<18jr), ouderen (66+) en cliënten met een niet westerse achtergrond te helpen. Kies nu voor campagne voeren richting ouders met kinderen, daar zit meeste potentie.
4. Voor een **campagne rondom ouders met kinderen (<18jr)**, stel ten doel het bezoek te verhogen en de mythes ‘niet nodig’ te doorbreken. 100% vergoeding is één extra argument maar vele zijn al bewust.
5. Benadruk meerwaarde van het **NVM lidmaatschap**, om duur barrière te doorbreken. Er is wellicht ook ruimte voor meer symboliek en zichtbaarheid richting jullie leden én cliënten in de praktijk: win-win.
6. **Partner nog meer met de tandartsvereniging** om nóg samen op te trekken richting preventie. Ontkracht via dialoog waarom tandartsen MH niet nodig vinden.

HOOFDSTUKKEN



Achtergrond

Categorie associaties & bekendheid

Bezoek en kennis

Imago & drivers

Imago NVM & Lidmaatschap

Specifieke client groepen

Samenvatting en aanbevelingen

➔ **Appendix**

INFORMATIE OPZOEKEN (NLD BREED)

De belangrijkste informatiebron voor vragen over mondverzorging bij zowel kinderen als ouderen is de tandarts, gevolgd door het internet en google. De mondhygiënist komt in veel mindere mate terug. Dit past bij het beeld van een MH die minder top of mind is (dan de tandarts).

KINDEREN



OUDEREN



Indien u vragen heeft of zou hebben over mondverzorging bij uw kind(eren). Waar zou u op zoek gaan naar informatie? | Als u vragen heeft of zou hebben over mondverzorging bij ouderen. Waar zou u op zoek gaan naar informatie?

IMAGO – TOELICHTING (VIA NVM ACHTERBAN)

Men ziet NVM-Mondhygiënist als belangenbehartiger, promotor en kwaliteitsbewaker en bevorderaar van het beroep. In mindere mate ziet men het als onafhankelijke partij in beleids- en meningsvorming voor preventieve mondzorg.

bevordert professionele, preventieve mondzorg voor alle Nederlandse inwoners

“Ze faciliteren mondhygiënist, die dit weer uitdragen.” 70% mee eens

“Staan voor kwaliteitswaarborging voor het werk als mondhygiënist en daarmee bevorderen ze dus preventieve mondzorg voor inwoners”

“Het is een landelijke organisatie die onpartijdig de mondgezondheidsbelangen voor iedereen in het vizier heeft”

“De nvm is bezig de zichtbaarheid van de mondhygiënist, de toegankelijkheid en de professionaliteit in de maatschappij te bevorderen.”

“Voor alle leeftijden wordt mondzorg gepromoot. Ze willen iedereen helpen”

“Omdat we niet alle inwoners v Nederland bereiken.” 8% niet mee eens

“Omdat ik niet veel lees over de mondhygiënist... en waarom het nodig is”

“Niet voor alle inwoners lvm budget”

“Te weinig media aandacht, nog te onbekend”

“Dit zien inwoners toch niet”

is de autoriteit op het gebied van de preventieve mondzorg

“NVM was zeer betrokken bij ronde tafeloverleg van het ZIN” 72% mee eens

“Daar wordt veel aandacht aan geschonken en is daar ook de aangewezen partij voor”

“Omdat de belangrijkste organisatie is voor de mondhygiënist”

“Staan voor hun vak, kennis en kunde mede op preventief vlak”

“De NVM communiceert hierover als de preventie specialist. Andere thk organisaties nemen deze rol niet.”

“Veel beloftes, weinig uitvoeringen” 6% niet mee eens

“Een autoriteit staat hoog aangeschreven en staat er altijd voor zijn beroep. Nvm doet dat veel te selectief en komt te weinig op voor de beroepsgroep. Zeker het gebeuren rondom krm vind ik erg hypocriet”

“Helaas lijkt het te afhankelijk van de invloeden tandartsen”

“Nvm is met alles niet heel actief”

Q: In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? NVM-Mondhygiënist... (5-punt schaal) Top2Box

BEKENDHEID EN ATTITUDE – (NVM ACHTERBAN)

Alle mondhygiënisten zijn bekend met NVM-mondhygiënisten, ook overweegt een groot aandeel om zich bij deze organisatie aan te sluiten. Daarnaast worden het NVVP en KRM ook overwogen. Toch zien we met name een voorkeur voor aansluiten bij de NVM.

	NVM- Mondhygiënisten	KNMT	NZa	Omnios	NVVP	Vereniging voor Implantologie	KRM	KRT	NVvK	Ivoren Kruis
GEHOLPEN BEKENDHEID	99%	100%	94%	61%	98%	89%	99%	95%	89%	100%
CONVERSIE BEKENDHEID → OVERWEGING	79%	11%	10%	22%	60%	5%	60%	1%	18%	46%
OVERWEGING	78%	11%	10%	13%	59%	4%	59%	1%	16%	46%
CONVERSIE OVERWEGING → VOORKEUR	73%	26%	13%	9%	21%	0%	18%	0%	22%	4%
VOORKEUR	57%	3%	1%	1%	13%	0%	11%	0%	4%	2%
ATTITUDE – POSITIEF (TOP2BOX)	84%	41%	37%	42%	74%	34%	61%	31%	47%	73%
ATTITUDE – NEGATIEF (BOTTOM2BOX)	4%	9%	13%	9%	2%	4%	17%	8%	2%	2%

Q: In welke mate bent u bekend met de volgende mondzorgorganisaties?

Q: Stelt u zich voor dat u zich aan zou sluiten bij een organisatie voor mondzorg, welke van de onderstaande organisaties overweegt u?

Q: En welke van de volgende organisaties heeft uw voorkeur?

Q: Wat is uw houding ten opzichte van onderstaande organisaties?

VERZEKERD

6 op de 10 is aanvullend verzekerd voor bezoek aan de tandarts of mondhygiënist. Wanneer men dit verzekerd is, is dit met name om onverwachte uitgaven te voorkomen. Daarnaast spaart het kosten voor Nederlanders die regelmatig wat aan hun gebit hebben. Men is niet verzekerd om verschillende redenen; met name zegt men het niet nodig te hebben door bijvoorbeeld een kunstgebit of dat ze nooit iets hebben met hun tanden. Daarnaast geeft een deel aan dat het te duur is om af te sluiten.

Verzekerd?

Ja	59%
Nee	36%
Weet ik niet	5%

Verzekerd

“Omdat ik het anders niet kan betalen en zeker niet als er onverwachte kosten komen..”

“Voor de zekerheid, ik wil mijn gebit goed houden.”

“Om onvoorziene uitgaven te voorkomen”

“Dat spaart kosten uit. Een regelmatig bezoek aan deze specialisten voorkomt veel ellende en hoge kosten.”

“Ik heb slecht gebod en dan kunnen de kosten oplopen en 2 kinderen met beugel”

Niet verzekerd

“Ik heb een kunstgebit, dus ik vind een verzekering niet nodig..”

“Ik heb nog nooit wat aan mijn tanden gehad. Alleen kosten voor controle en beetje tandsteenverwijderen. Dat kan ik wel betalen en is goedkoper dan aanvullende verzekering”

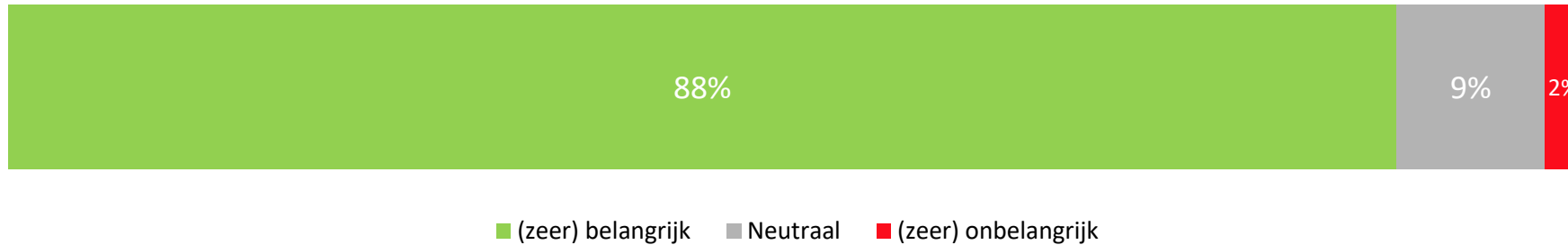
“Te duur. Ik moet de gok nemen geen problemen met mijn gebit te krijgen”

“Omdat de verzekering te duur is”

*Significant verschil ten opzichte van de mondhygiënist (positive/ negative) Q: Heeft u een aanvullende verzekering voor bezoek aan de tandarts of mondhygiënist?

STEEKPROEF ACHTERGROND

Hoe belangrijk is de gezondheid van uw eigen gebit voor u?

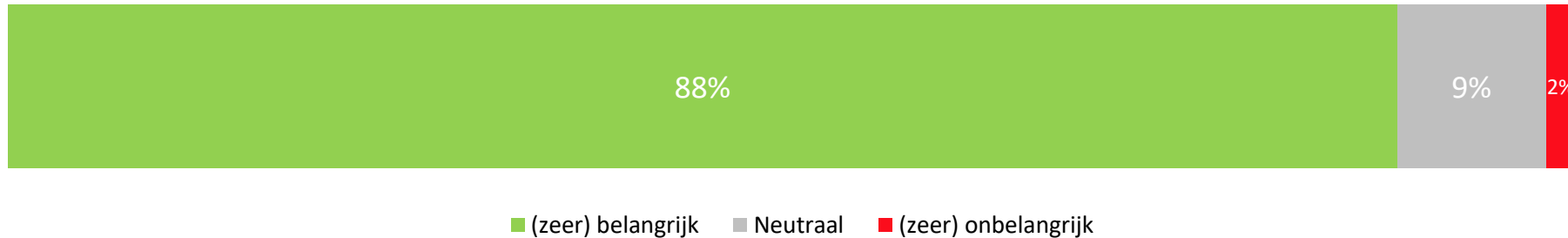


Hoe vaak poetst u uw tanden? Hoe vaak gebruikt u de volgende mondzorgproducten?

	Tandenpoetsen	Tandenstoker/ rager	Flosdraad	Mondspoeling	Elektrische tandenborstel
Vaker dan 2x per dag	12%	7%	3%	3%	7%
2 keer per dag	63%	13%	6%	11%	37%
1 keer per dag	22%	34%	21%	23%	24%
Minder dan 1 keer per dag	2%	27%	23%	22%	5%
Nooit	-	19%	47%	42%	27%

NIET-WESTERSE ACHTERGROND

Hoe belangrijk is de gezondheid van uw eigen gebit voor u?



Hoe vaak poetst u uw tanden? Hoe vaak gebruikt u de volgende mondzorgproducten?

	Tandenpoetsen	Δ	Tandenstoker/ rager	Δ	Flosdraad	Δ	Mondspoeling	Δ	Elektrische tandenborstel	Δ
Vaker dan 2x per dag	18%	7%	7%	-	3%	-	7%	4%	4%	-3%
2 keer per dag	64%	2%	17%	4%	6%	-	19%	8%	39%	2%
1 keer per dag	17%	6%	39%	5%	30%	+9%	24%	1%	21%	-3%
Minder dan 1 keer per dag	1%	-1%	20%	-7%	27%	+4%	27%	5%	9%	-4%
Nooit			17%	-2%	34%	-13%	23%	-19%	26%	-1%

Δ= verschil t.o.v. Nederland breed

STEEKPROEF ACHTERGROND – NLD BREED



Man 49%
Vrouw 51%



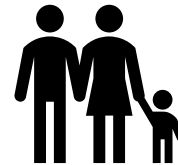
16-34 jaar 29%
35-49 jaar 22%
50-65 jaar 27%
66+ jaar 22%



Laag 20%
Midden 40%
Hoog 40%



Platteland 6%
Dorp 28%
Kleine stad 35%
Grote stad 30%

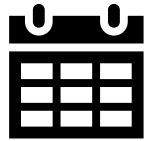


Nesters 33%
Empty nesters 36%
Pre-nesters 25%
Anders 6%

STEEKPROEF ACHTERGROND (1) – NVM ACHTERBAN



Man 2%
Vrouw 98%



16-34 jaar 18%
35-49 jaar 38%
50-65 jaar 43%
66+ jaar 2%



Platteland 2%
Dorp 39%
Kleine stad 29%
Grote stad 30%



Gemiddeld aantal jaren werkzaam in mondzorg 24 jaar

Bent u lid van NVM-Mondhygiënist(en)?

Ja	97%
Nee	3%

STEEKPROEF ACHTERGROND (2) – NVM ACHTERBAN

SPECIALISME

Biologisch/holisch	1%
Gericht op voeding	0%
Kinderen	6%
Parodontologie	53%
SBT	1%
Mindervaliden	2%
Ouderen instellingen	2%
Behandeling aan huis	2%
Anders	7%
Niet van toepassing	25%

ARBEIDSSITUATIE

In loondienst bij tandartspraktijk	23%
In loondienst bij mondhygiënistpraktijk	4%
In loondienst, bij een ander soort praktijk, namelijk:	6%
ZZP, in eigen praktijk	13%
ZZP, werkzaam in meerdere praktijken	21%
Praktijkeigenaar	28%
Anders, namelijk:	6%



**DANK VOOR UW
AANDACHT**

[dvj-insights.com](https://www.dvj-insights.com)

Frans Deelen Souza | Client Consultant DVJ Insight
+316 3453 5552 | frans.deelen@dvj-insights.com