

# Merkentrouw bij kunstknie kost ziekenhuizen miljoenen

Leverancier kan hoge prijs rekenen door loyaliteit specialisten



Een kunstknie (links) en een knie met artrose (rechts).

FOTO: ISTOCK

**Marieke ten Katen**  
Amsterdam

Als medisch specialisten hun 'merkentrouw' loslaten en vaker voor een hulpmiddel van een andere fabrikant kiezen, kunnen ziekenhuizen miljoenen euro's besparen op hun inkoop. Dat concludeert Intrakoop in een analyse van de markt voor knie- en heupimplantaten.

Volgens de inkoopcoöperatie is een jaarlijkse besparing van € 14,4 mln op de inkoop van knie- en heupimplantaten 'realistisch' als medisch specialisten meer bereid zouden zijn van product te wisselen. Orthopedisch specialisten zijn nu vaak loyaal aan het merk waar zij al langer mee werken en hebben slechts beperkt zicht op de kosten die daaraan zijn verbonden.

Als gevolg van die loyaliteit zien de vier grootste leveranciers, die wereldwijd 85% van deze markt in handen hebben, geen noodzaak om de prijzen te verlagen. De leveranciers hebben 'ons nu een beetje in de tang', zegt Frank Kaptein, directeur van Intrakoop, waarbij zo'n zeshonderd zorgorganisaties zijn aangesloten. De besparing op implantaten, stelt Intrakoop, zou zelfs verdubbeld kunnen worden als ziekenhuizen ook op grotere schaal gezamenlijk inkopen.

Intrakoop heeft weliswaar alleen de orthopedische markt onderzocht, maar Kaptein wijst ook in andere deelsectoren de medisch specialist aan als een sleutelfiguur. 'De medisch specialist beslist met welke producten hij of zij werkt.'

Hij concludeert dat vaker van product wisselen de dynamiek in de markt ten goede komt. 'Aan de vraagkant zijn meer knoppen waar we aan kunnen draaien dan we ons realiseren.'

De conclusies van Intrakoop sluiten aan bij een rapport van adviesbureau Gupta vorige maand waaruit bleek dat fabrikanten van medische hulpmiddelen een behoorlijke marktmacht hebben. Als gevolg daarvan strijken zij, samen met de fabrikanten van medische apparatuur, de meeste winst op in de Nederlandse gezondheidszorg: € 1,8 mrd van de in totaal € 7 mrd winst die er gemaakt werd in 2015.

Chris van der Togt, directeur van de Nederlandse Orthopaedische Vereniging, kan zich voorstellen dat er een bepaalde mate van 'merkentrouw' is onder de orthopedisch chirurgen. 'Dat heeft onder andere te maken met opleiding en ervaring.'

Bovendien is volgens Van der Togt een deel van het zorgproces,

zoals de apparatuur in de operatiekamer, ingericht op het gebruik van een bepaald product. 'Het is niet zo makkelijk als het wisselen van automerk', zegt hij. 'Maar uit onderzoek blijkt dat orthopeden geen weerstand bieden om op inhoudelijke gronden hun beleid te wijzigen.'

Toch schat Intrakoop dat de bereidheid van specialisten om van product te wisselen, in combinatie met transparantie over de prijzen en het meer gezamenlijk inkopen, kan leiden tot prijsverlagingen van 10% tot 20% voor knie- en heupimplantaten. Zonder aan kwaliteit in te moeten boeten.

Uit een eerder onderzoek van de Universiteit van Twente naar inkoop samenwerking op het gebied van pacemakers bleek al dat er op die markt zelfs een besparing tot 34% gerealiseerd werd door alleen al de inkoopkrachten te bundelen.

Op de markt voor knie- en heupimplantaten zijn nu nog grote verschillen te zien in de prijzen die ziekenhuizen betalen. De prijzen voor een implantaat kunnen tot wel 22% verschillen tussen ziekenhuizen in Nederland onderling en kunnen tot wel 52% hoger liggen dan de prijs in Duitsland, zo becijfert Intrakoop.

**Analyse Intrakoop**  
**Bij wisselen van merk is een besparing van € 14,4 mln 'realistisch'**

**Marktdynamiek**  
**'Aan de vraagkant zijn veel meer knoppen om aan te draaien'**

**Dure implantaten**  
**De Nederlandse prijs ligt tot wel 52% hoger dan die in Duitsland**