

VWS Elektronisch Patientendossier

Den Haag, 16 december 2008

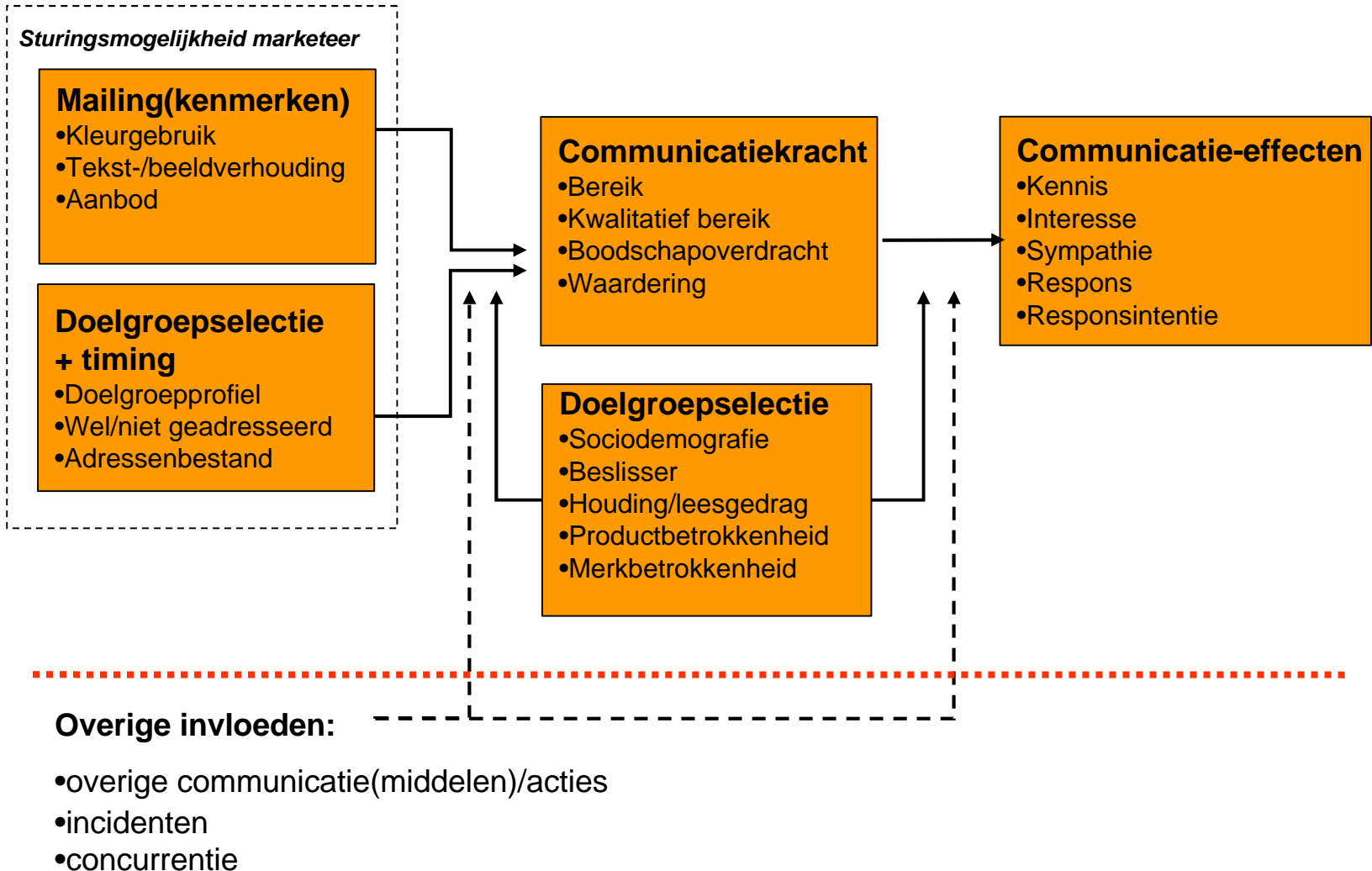


- ? Doelstelling onderzoek:
 - ? In kaart brengen van de communicatiekracht en effecten van de mailing.

- ? Methode dataverzameling:
 - ? Internet met panel
 - ? Matdatum: Vanaf 1 november 2008
 - ? Veldwerk: Vanaf 7 november 2008
 - ? Steekproef: Bruto n=130, netto n=81

- ? Doelgroep:
 - ? B-to-C

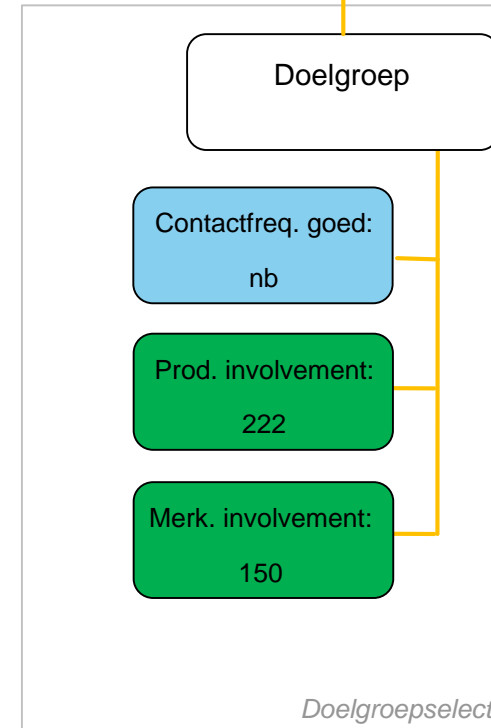
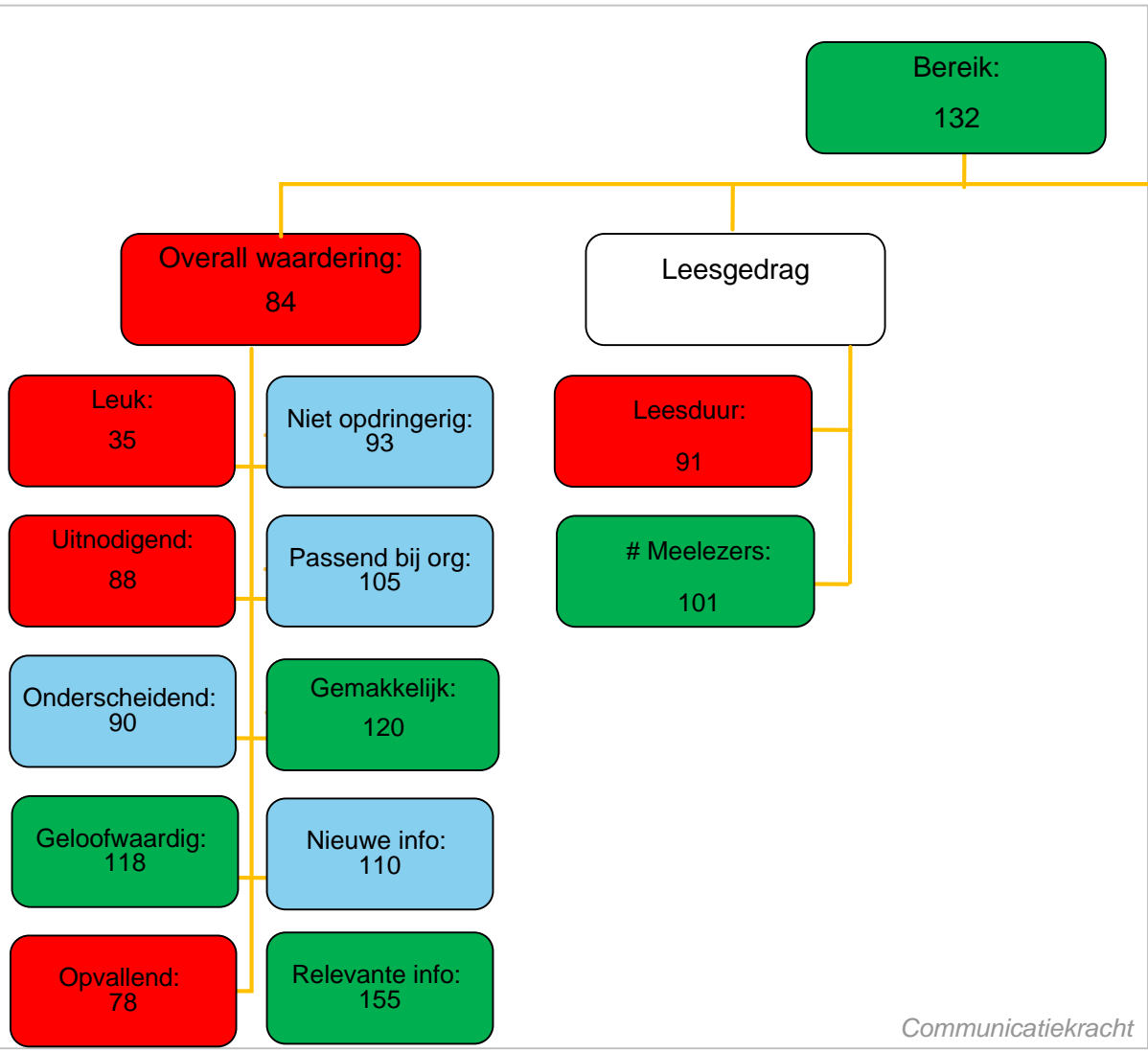
- ? Norm: ongeadresseerde overheidsmailings (14 cases)



Conclusies & Aanbevelingen

Overall conclusie

ROND Benchmark Niveau
BOVEN Benchmark
BENEDEN Benchmark



Kennistoename: 148 **Sympathietoename: 103** **Interesstoename: 164** **Respons: 28** **Responsintentie: 47**

Communicatie-effecten

| | 1379 VWS | BM | | 1379 VWS | BM |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|---------------------------------------|-------------|-----|
| Aantal respondenten | 130 | 3471 | Opvallend ^{*4} | 42% | 54% |
| Herinnering | 43% | 24% | Niet opdringerig ^{*4} | 59% | 64% |
| Reclamebereik | 62% | 47% | Passend bij organisatie ^{*4} | 65% | 62% |
| Gemiddelde leesduur ^{*1} | 3.4 | 3.7 | Gemakkelijk te volgen ^{*4} | 83% | 69% |
| Gem. aantal meelezers | 1.4 | 1.4 | Bevat nieuwe informatie ^{*4} | 48% | 44% |
| Overall waardering ^{*3} | 49% | 58% | Relevante informatie ^{*4} | 47% | 30% |
| Leuk ^{*4} | 15% | 43% | Interesse toename ^{*4} | 33% | 20% |
| Uitnodigend ^{*4} | 49% | 56% | Kennis toename ^{*4} | 57% | 39% |
| Onderscheidend ^{*4} | 41% | 46% | Sympathie toename ^{*4} | 32% | 25% |
| Geloofwaardig ^{*4} | 74% | 63% | Respons (overall) | 2% | 4% |
| ^{*1} in minuten ^{*2} schaal 1= zeer positief / 5 = zeer negatief ^{*3} top 2 box (zeer) positief / ^{*4} top 2 box (helemaal) mee eens BM = norm ongeadresseerde overheidsmailings (14 cases). | | | Responsintentie (overall) | 5% | 8% |
| | | | Respons (binnen bereik) | 2% | 7% |
| | | | Responsintentie (binnen bereik) | 7% | 15% |

Doelgroep staat positief tegenover post van de overheid.

- Doelgroep:
 - Iets meer vrouwen dan mannen.
 - Veelal jonger dan 50 jaar.
 - Werkend of studerend.
 - Meer dan de helft heeft meerpersoonshuishouden.
 - Houding t.o.v. post van de overheid is positief.
 - Redelijke betrokkenheid bij het aanvragen van informatie.
 - Beeld van de instelling is voor meerderheid van belang.

Herinnering en bereik van de mailing zijn boven de norm.

- Herinnering (alle respondenten) is significant hoger dan de benchmark (43% versus 24%).
- Slechts 2% gooit envelop ongelezen weg.
- Reclamebereik* (alle respondenten) ligt ruim boven de benchmark voor overheidsmailings (62% vs 47%)

**Reclamebereik= allen die aangeven 1 of meer onderdelen van de mailing gezien te hebben*

Kwalitatief bereik is goed.

- Voorkant brief trekt veel aandacht van lezers (88% bekijkt dit onderdeel goed/vluchtig). Driekwart bekijkt de folder goed/vluchtig.
- Na het lezen bewaart eenderde de onderdelen van de mailing.
- De helft laat de mailing aan een ander zien.
- Gemiddelde leestijd ligt op 3,4 minuten.
- Mailing draagt duidelijke boodschap over op lezers.
- Meest genoemde boodschap is 'Informereren over invoering EPD'.

Inhoud wordt goed gewaardeerd, vormgeving blijft achter.

- De primaire affectieve reactie op de mailing is overwegend positief. Deze groep staat positief tegenover het EPD of was al op de hoogte van het ontvangen van de mailing.
- Overall waardering gelijk aan de benchmark (49% versus 58%).
- Vormgeving wordt redelijk gewaardeerd, maar is niet voldoende leuk en opvallend.
- De inhoud is begrijpelijk en geloofwaardig. De mailing zou meer nieuwe informatie kunnen bevatten.
- Waardering afzonderlijke onderdelen ligt ongeveer gelijk.

Mailing zorgt voor gewenste effecten bij lezers.

- De helft weet door de mailing meer over het EPD, dit effect is significant hoger dan de norm (57% versus 39%).
- Mailing zorgt bij één op de drie voor meer interesse en sympathie.
- Respons* (binnen bereik) gelijk aan benchmark (2% versus 7%)
- Responsintentie* (binnen bereik) ligt significant onder de benchmark (7% versus 15%)

* Respons: percentage respondenten die aanvullende informatie hebben aangevraagd via de website/ per telefoon/ via de huisarts of apotheek.

* Responsintentie: percentage respondenten die van plan is aanvullende informatie aan te vragen via de website/ per telefoon/ via de huisarts of apotheek.

Op basis van de resultaten mag worden geconcludeerd dat de mailing zorgt voor de gewenste communicatie-effecten; de kennis over het EPD is bij lezers toegenomen. Hiervoor zijn twee redenen:

- **Inhoud:** De inhoud wordt goed beoordeeld, mede door de hoge relevantie, begrijpelijkheid en geloofwaardigheid.
- **Media-aandacht:** Door de aandacht voorafgaand aan het versturen wist men van de plannen van de invoering en het ontvangen van de mailing, dit heeft bijgedragen aan het hoge bereik.

Concrete verbeterpunten liggen in de vormgeving van de mailing:

- **Likeability:** Hoewel het een serieus onderwerp betreft kan de mailing leuker en uitnodigender gemaakt worden door (met behulp van visuals) meer aandacht aan het praktijkvoorbeeld te besteden.
- **Eenheid:** Het consequent toepassen van de blauw/oranje kleurstelling kan de eenheid in de vormgeving verbeteren.

Bijlagen

Resultaten

Doelgroep

Steekproefomschrijving

De steekproef bestaat met name uit personen onder 50 jaar.

| | Totaal (n= 130) | Binnen bereik (n= 81) | Buiten bereik (n= 49*) | Landelijk |
|----------------------------|--------------------|--------------------------|---------------------------|-----------|
| Geslacht | | | | |
| man | 43% | 43% | 43% | 49% |
| vrouw | 57% | 57% | 57% | 51% |
| Leeftijd | | | | |
| Jonger dan 35 jaar | 57% | 53% | 63% | 44% |
| 35-49 | 26% | 28% | 22% | 24% |
| 50 jaar en ouder | 17% | 19% | 14% | 32% |
| Opleiding | | | | |
| Laag | 8% | 7% | 10% | 33% |
| Midden | 56% | 54% | 59% | 30% |
| Hoog | 35% | 38% | 31% | 37% |
| Werkzaam | | | | |
| Werkend | 49% | 51% | 47% | 44% |
| Studie/opleiding | 32% | 26% | 43% | 4% |
| Werkt niet (meer) | 12% | 16% | 6% | 23% |
| Overig | 6% | 7% | 4% | 29% |
| Gezinssamenstelling | | | | |
| Met kinderen | 31% | 31% | 31% | 45% |
| Samen, zonder kinderen | 25% | 30% | 16% | 37% |
| Alleen | 12% | 12% | 10% | 15% |
| Overig | 33% | 27% | 43% | 3% |

De respondenten binnen bereik zijn:

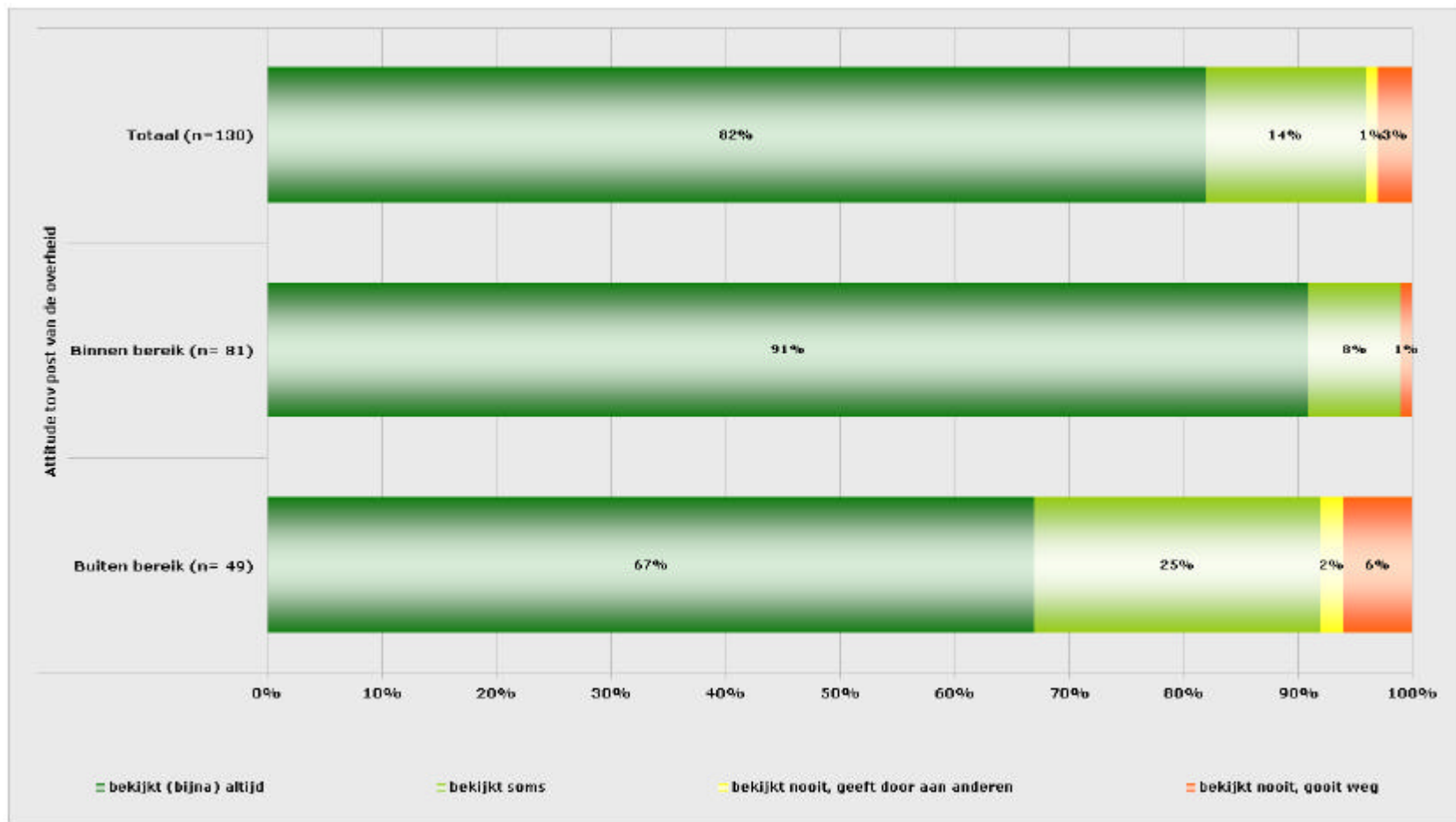
- iets meer vrouwen dan mannen
- veelal jonger dan 50 jaar (81% versus landelijk 68%)
- veelal middelbaar opgeleid (54% versus landelijk 30%)
- veelal werkend (51% versus landelijk 44%)

Meer dan de helft voert een gezamenlijk huishouden, al dan niet met kinderen.

Attitude t.o.v. adverteerder

Houding ten opzichte van post van de overheid is zeer positief.

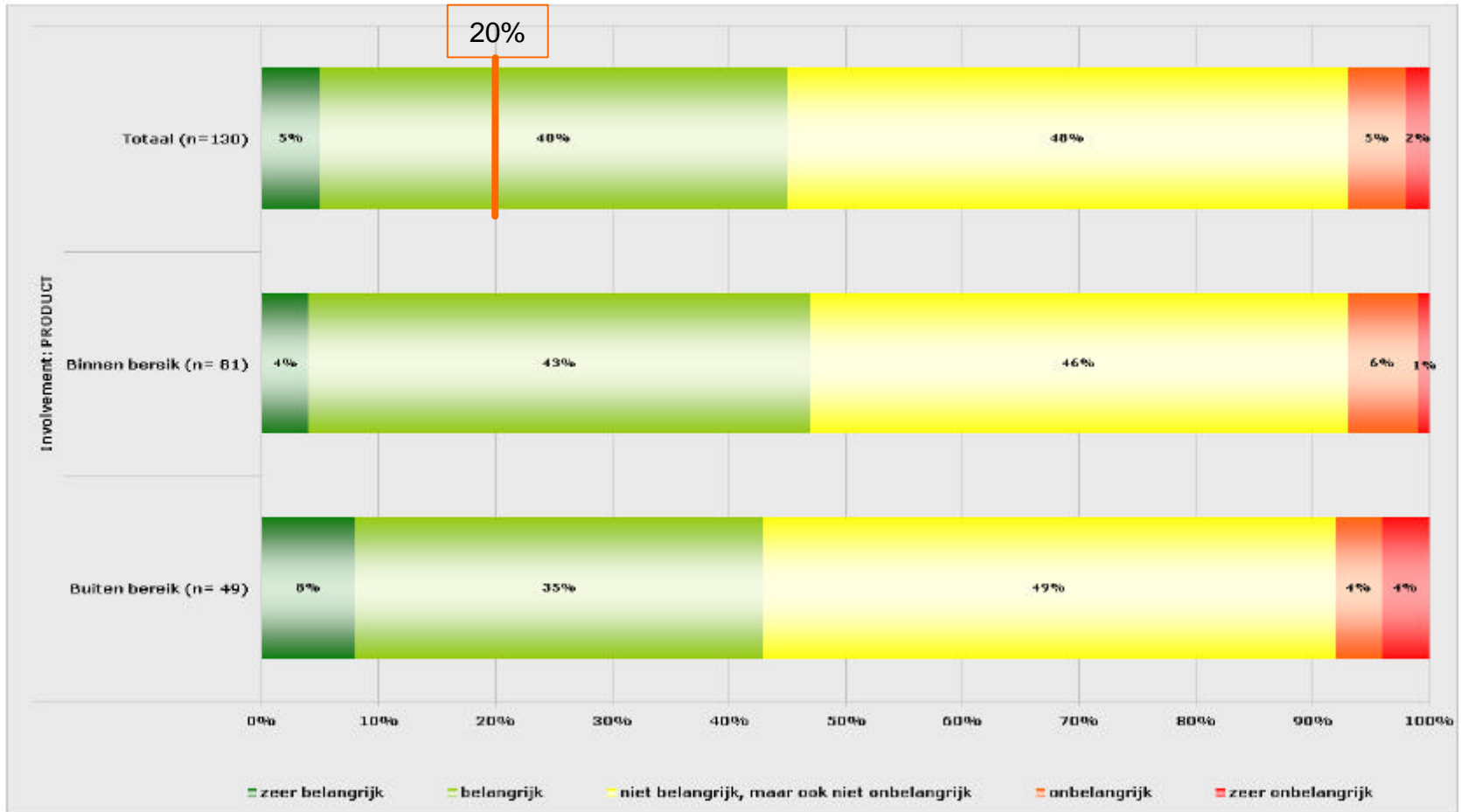
Wanneer de ondervraagden post krijgen van de overheid leest 82% deze post altijd.
Lezers van deze mailing zijn significant positiever dan niet-lezers.



Hoe gaat u in het algemeen om met post van de overheid?

Betrokkenheid bij het aanvragen van informatie is hoog.

Het aanvragen van informatie bij de overheid is voor iets minder dan de helft zeer belangrijk. Er is geen significant verschil in betrokkenheid tussen lezers en niet-lezers. 20% = Benchmark



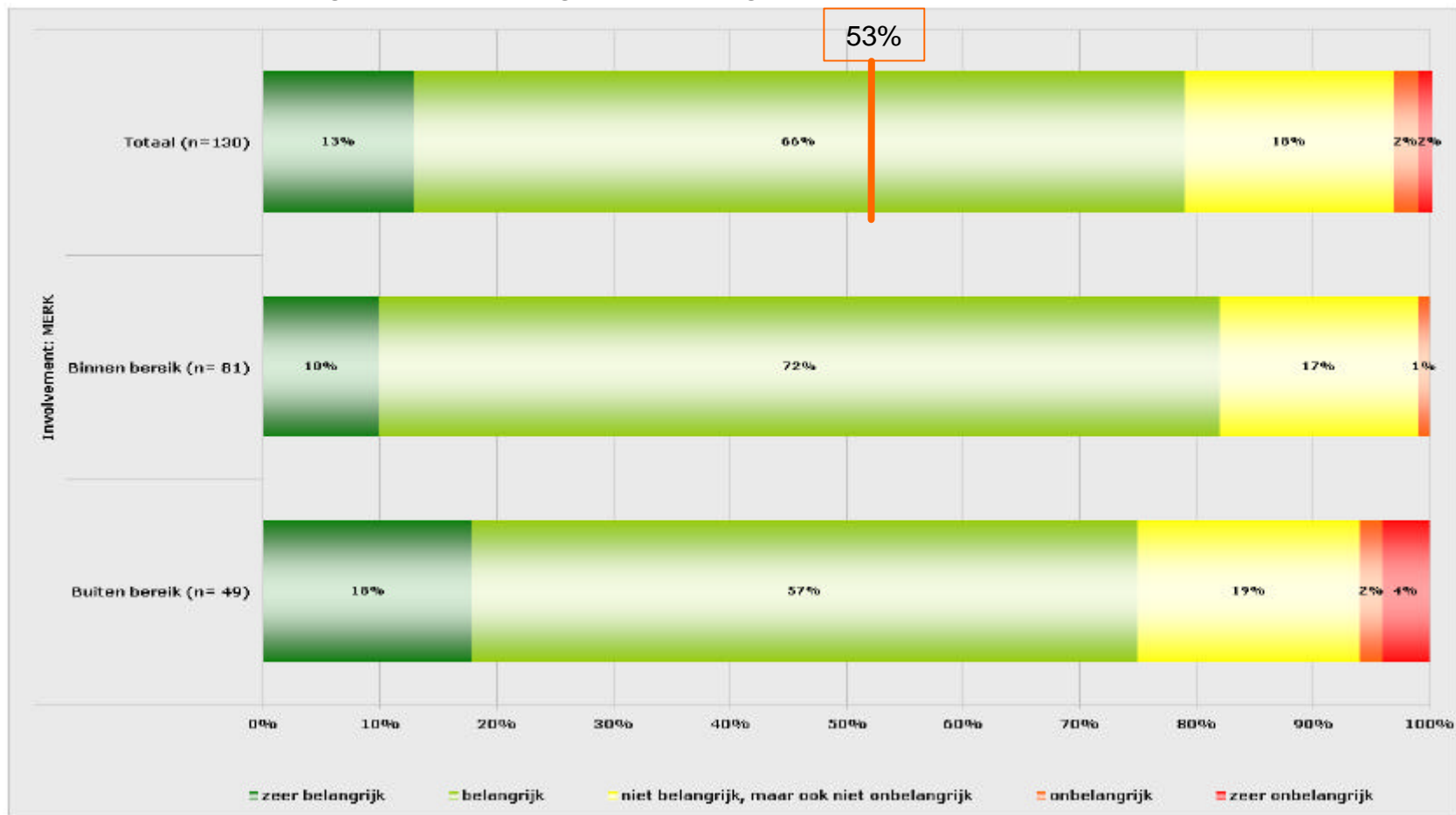
Is het aanvragen van informatie bij een overheidsinstelling voor u persoonlijk een belangrijke of onbelangrijke beslissing?

Involvement organisatie

Betrokkenheid bij de organisatie is hoog.

Wanneer men informatie aanvraagt bij een overheidsinstelling is voor de meerderheid het beeld van de organisatie van groot belang.

☐ = Benchmark



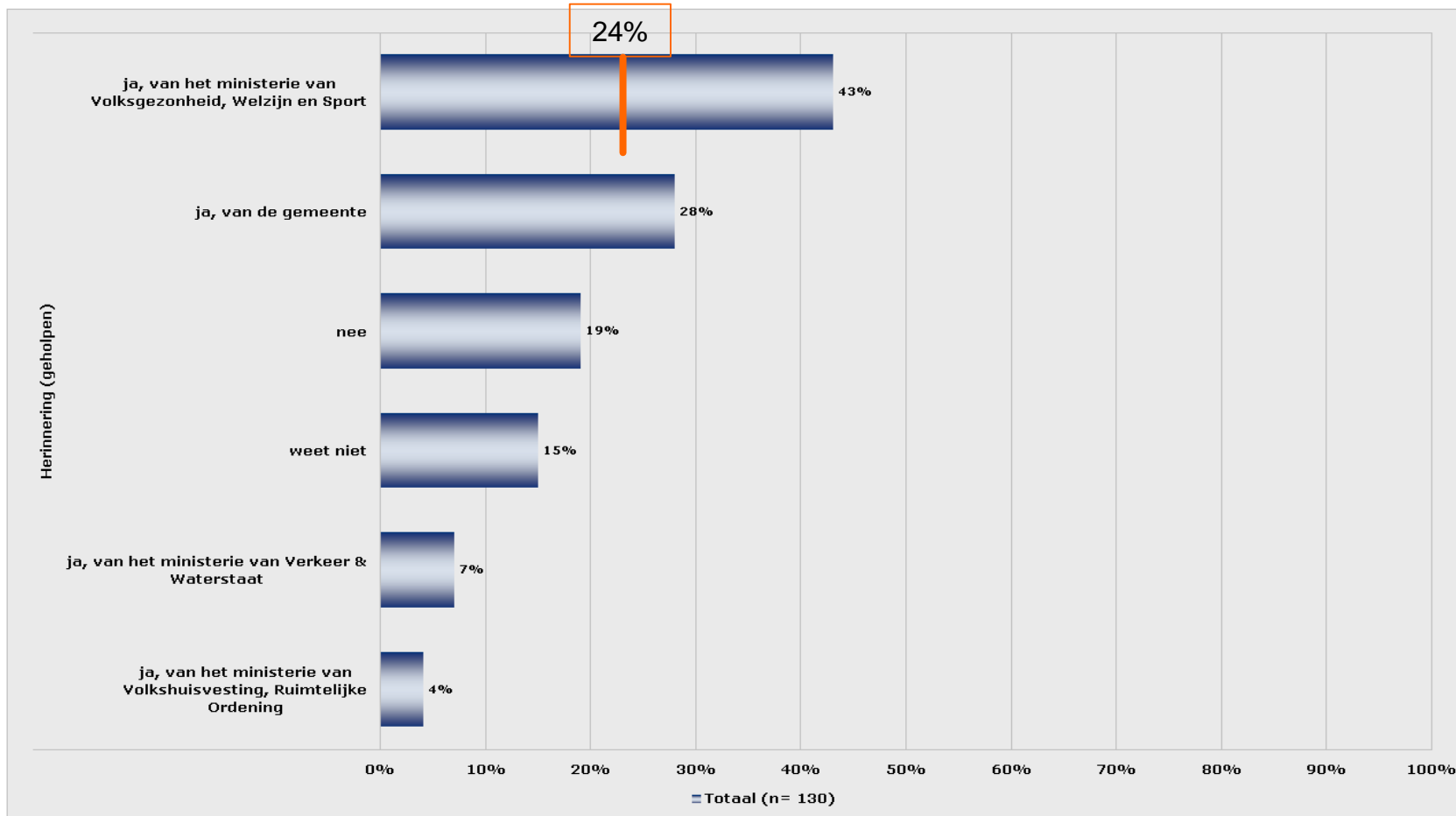
Wanneer u informatie aanvraagt bij een overheidsinstelling, hoe belangrijk is de organisatie erachter dan voor u?

Communicatiekracht

Herinnering mailing

Geholpen herinnering van mailing is boven de norm.

Wanneer wordt gevraagd naar een mailing van een overheidsinstelling noemt 43% het ministerie van VWS. Dit percentage ligt ruim boven de benchmark van 24%. = Benchmark

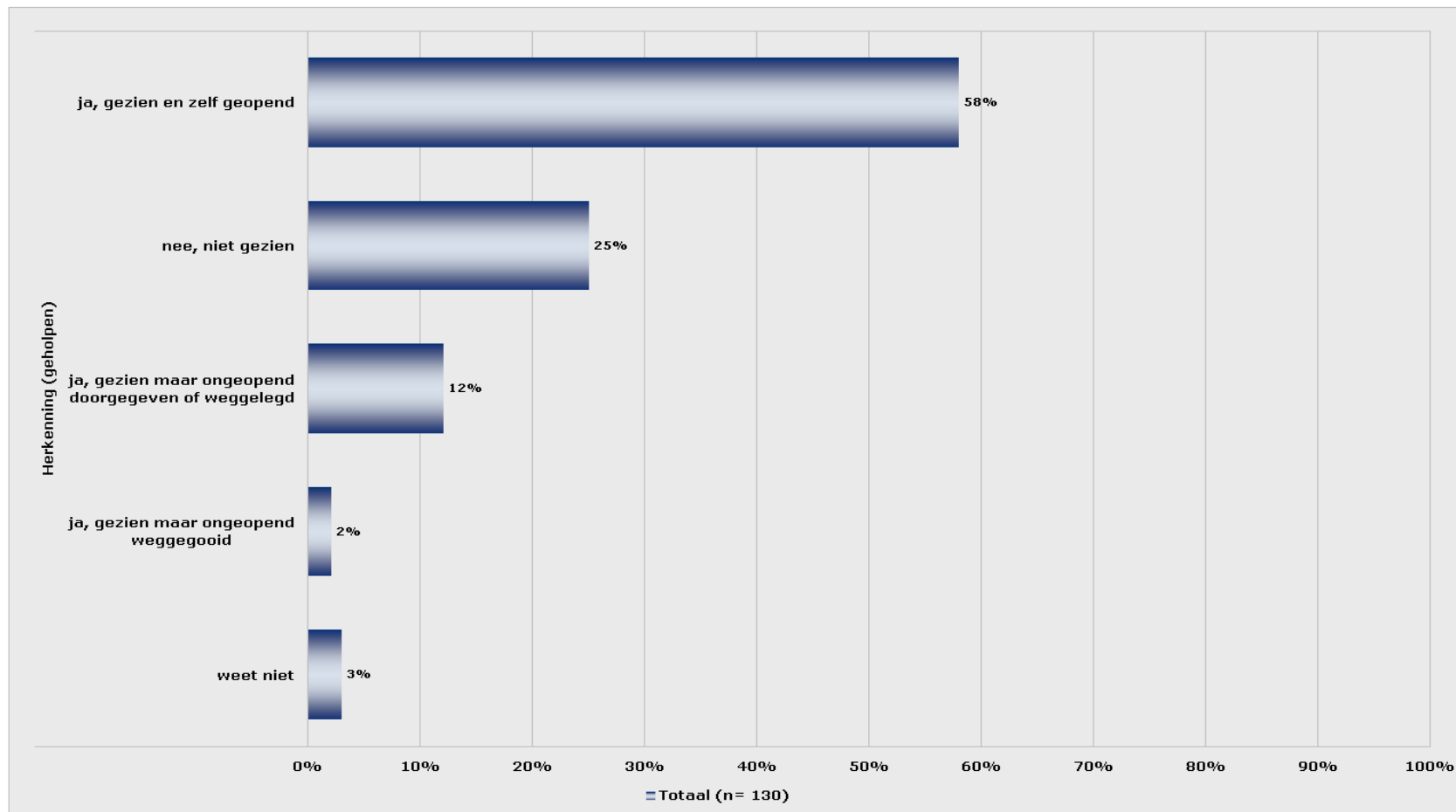


Heeft u vorige week post ontvangen van een overheidsinstelling?

Herkenning mailing

De envelop van de mailing wordt door meer dan de helft herkend.

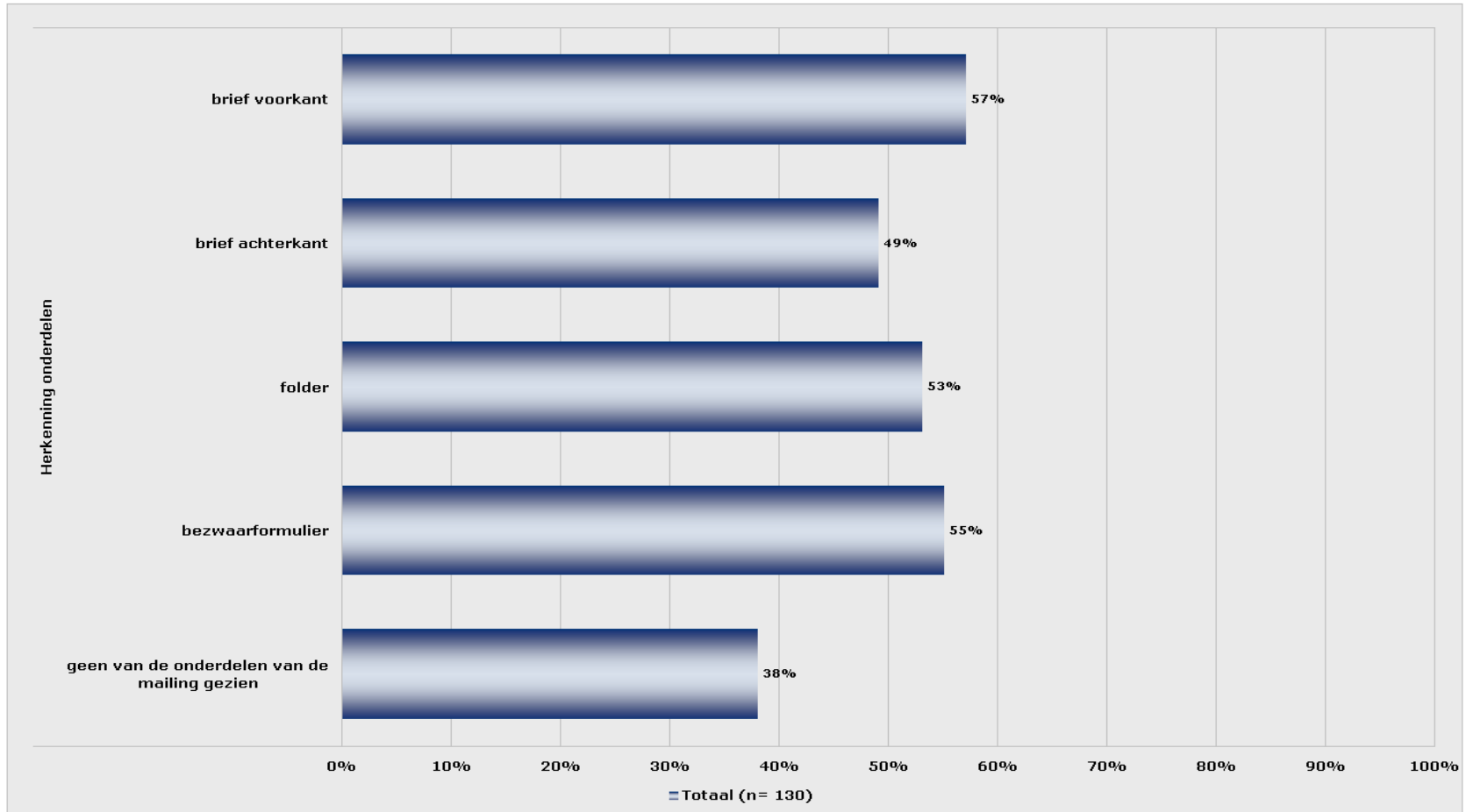
Van alle ondervraagden heeft 58% de envelop zelf geopend. Slechts 2% heeft de envelop ongeopend weggegooid.



Als u naar deze envelop kijkt van het ministerie van VWS, kunt u dan aangeven of u deze envelop in de afgelopen 10 dagen heeft gezien?

Het bereik is ruim boven de norm voor overheidsmailings.

Van de verschillende onderdelen heeft de voorkant van de brief de meeste indruk gemaakt; deze wordt het vaakst herkend. In totaal heeft 62% minimaal één onderdeel gezien (=reclamebereik).



Als u naar deze mailing van het ministerie van VWS kijkt, kunt u dan aangeven of u één van de onderdelen van deze mailing in de afgelopen tien dagen heeft gezien?

De eerste reactie op de mailing is overwegend positief.

- Positief (60%)
 - “Dat het een goede zaak is, dat je medische gegevens inzichtelijk worden voor diegenen, die het nodig hebben.”
 - “Ik heb hier iets over gehoord, wil er graag meer van weten.”
 - “Op zich een goed idee. Ik had gelezen dat er een brief over verspreid zou worden..”
 - “Fijn dat er informatie over het epd komt.”
 - “Dat te wel goed is, hoeft niet elke keer je pasnummer van ziekenfonds te laten zien.”

- Negatief (29%)
 - “O ja, dat heb ik in de media over gehoord. Gezeur.”
 - “Wat een weggegooid geld zeg!”
 - “Dat nooit, want binnen de kortse keren weten ook buitenstaanders dit.”
 - “Oh ja, het EPD, geloof niet dat ik dat wil.”

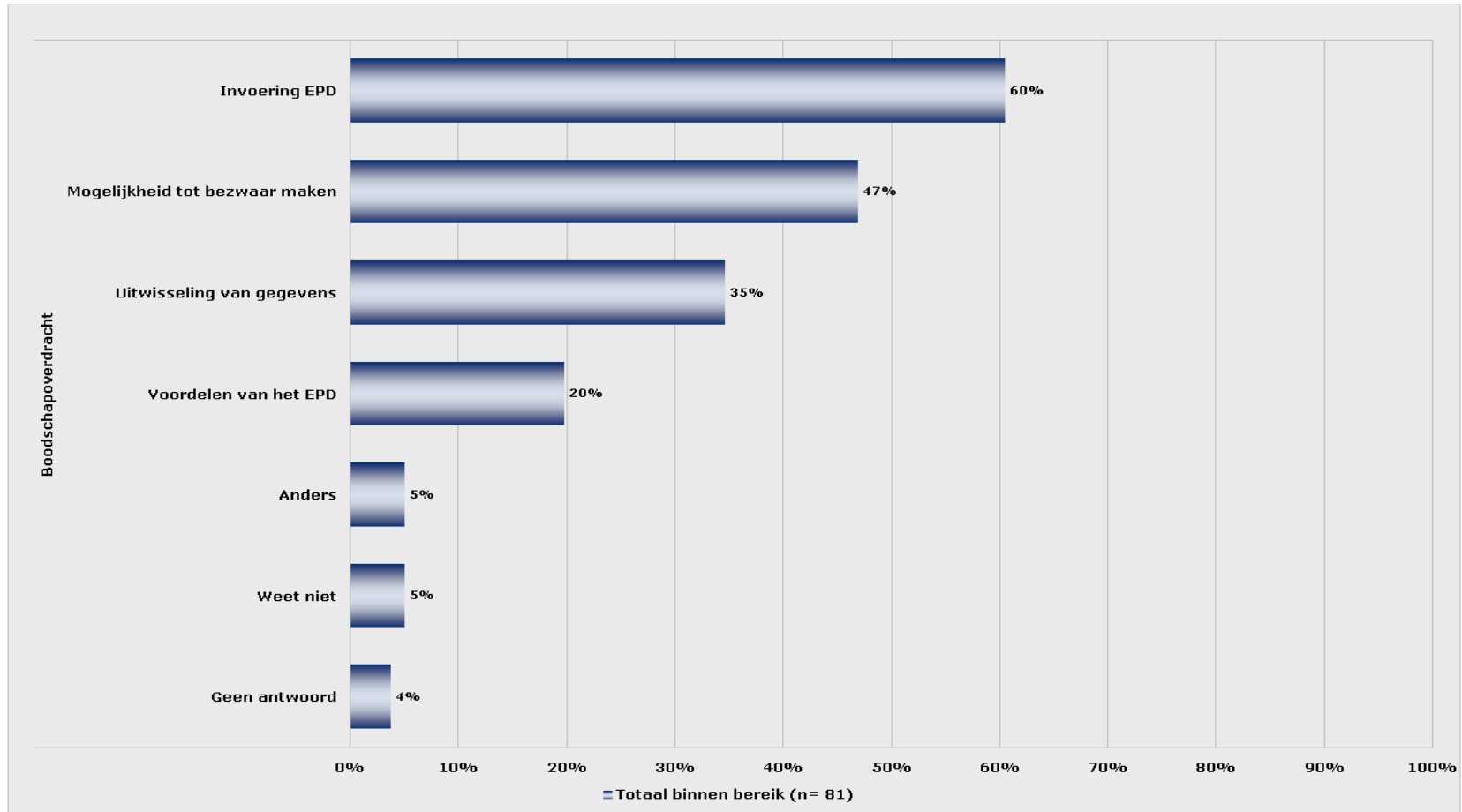
- Neutraal (9%)
 - “Lees ik straks wel.”

- Geen antwoord (5%)

Boodschapoverdracht

Mailing draagt duidelijke boodschap over.

De boodschap die uit de mailing naar voren komt is: het EPD wordt binnenkort ingevoerd. Men noemt ook de mogelijkheid tot bezwaar maken en het uitwisselen van gegevens tussen instanties.

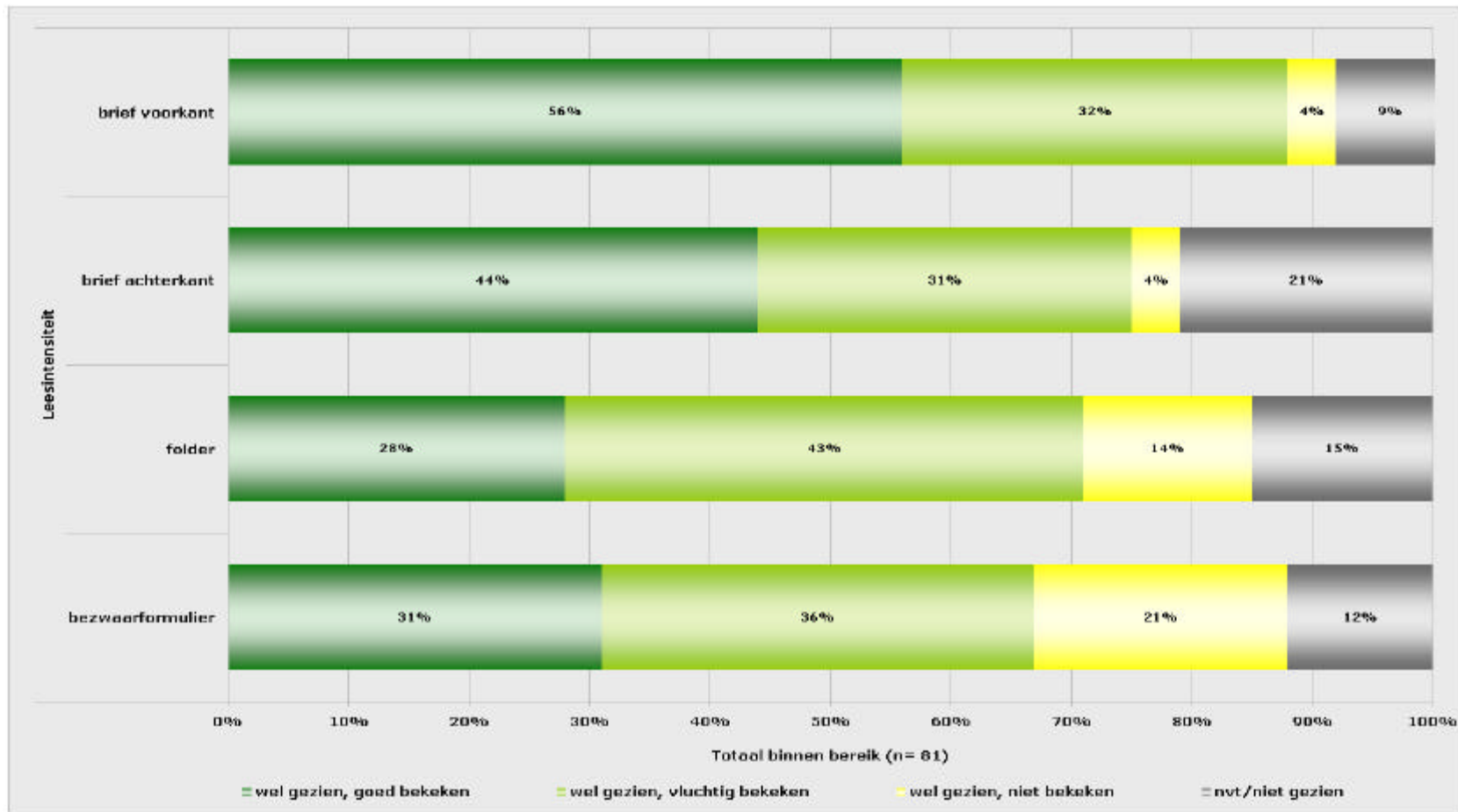


Wat wilde het ministerie van VWS u met deze mailing duidelijk maken?

Leesintensiteit: kwaliteit van lezen

Leesintensiteit brief is hoog.

De meeste aandacht gaat uit naar de brief, maar liefst 88% heeft de voorkant goed of vluchtig bekeken. 71% leest de bijgevoegde folder.

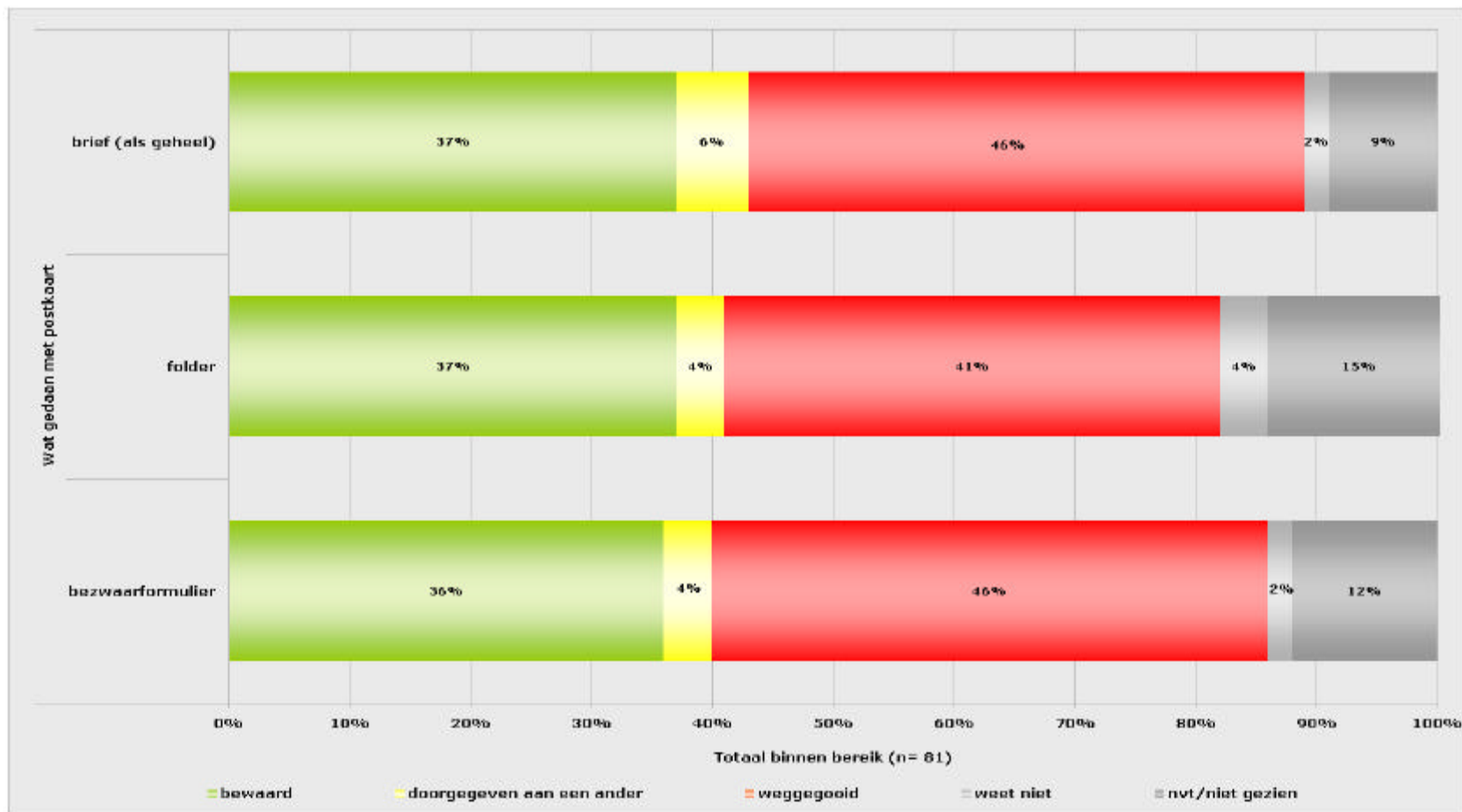


Kunt u aangeven in hoeverre u de onderdelen van deze mailing heeft gezien, bekeken of gelezen?

Bewaargedrag mailing

Onderdelen worden na lezen niet direct weggegooid.

Iets meer dan eenderde (37%) heeft de brief, de folder en het bezwaarformulier bewaard. Na het lezen van de mailing gooit de meerderheid de onderdelen weg.



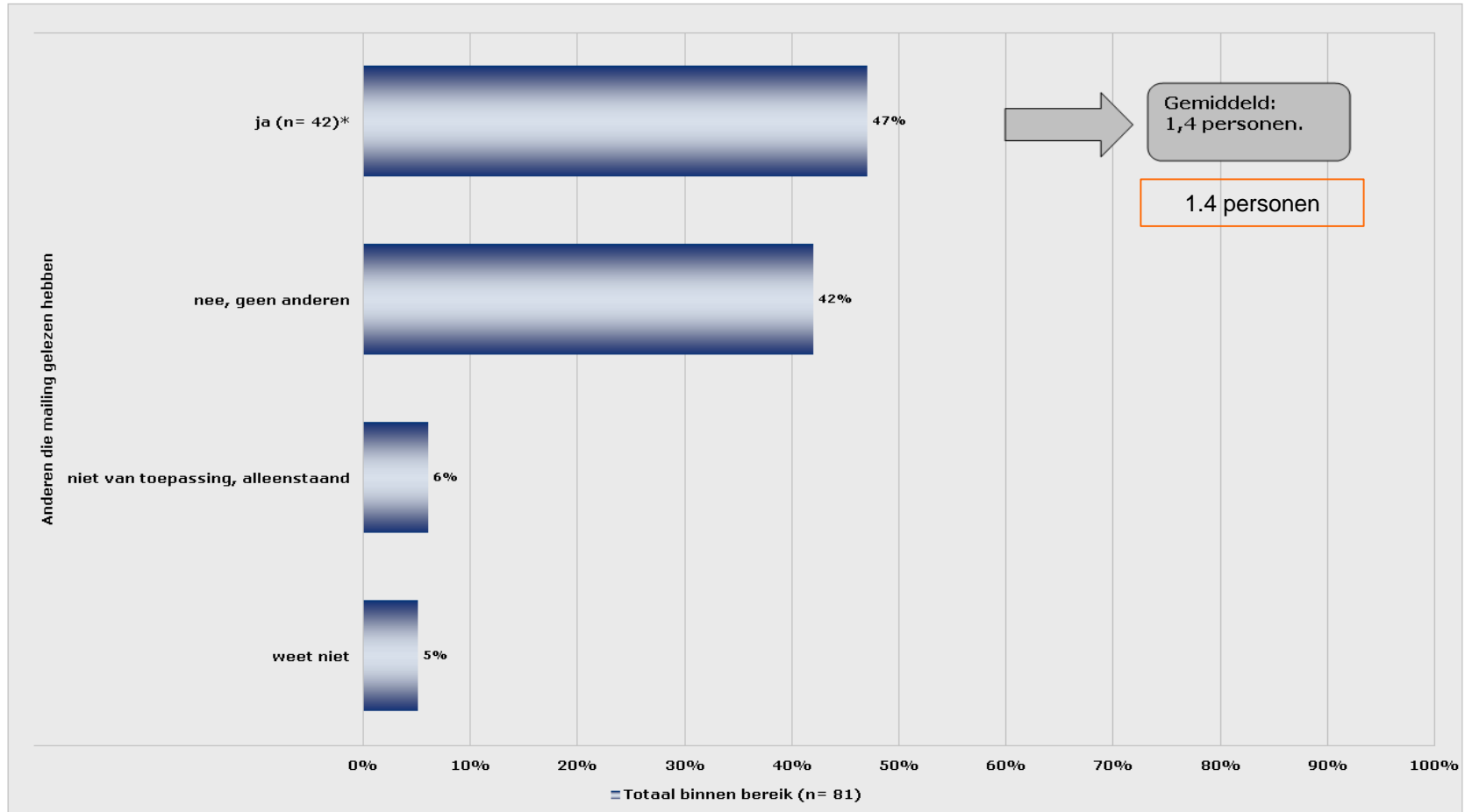
Kunt u aangeven wat u met de onderdelen van de mailing heeft gedaan?

Leesintensiteit: meelezers

Helpt laat mailing aan iemand anders lezen.

De mailing van het ministerie wordt door de helft van de lezers ook aan iemand anders getoond. Dit zijn meestal één of twee personen.

□ = Benchmark



Zijn er binnen uw huishouden andere personen die de mailing in die tijd (ook) hebben gelezen of bekeken?

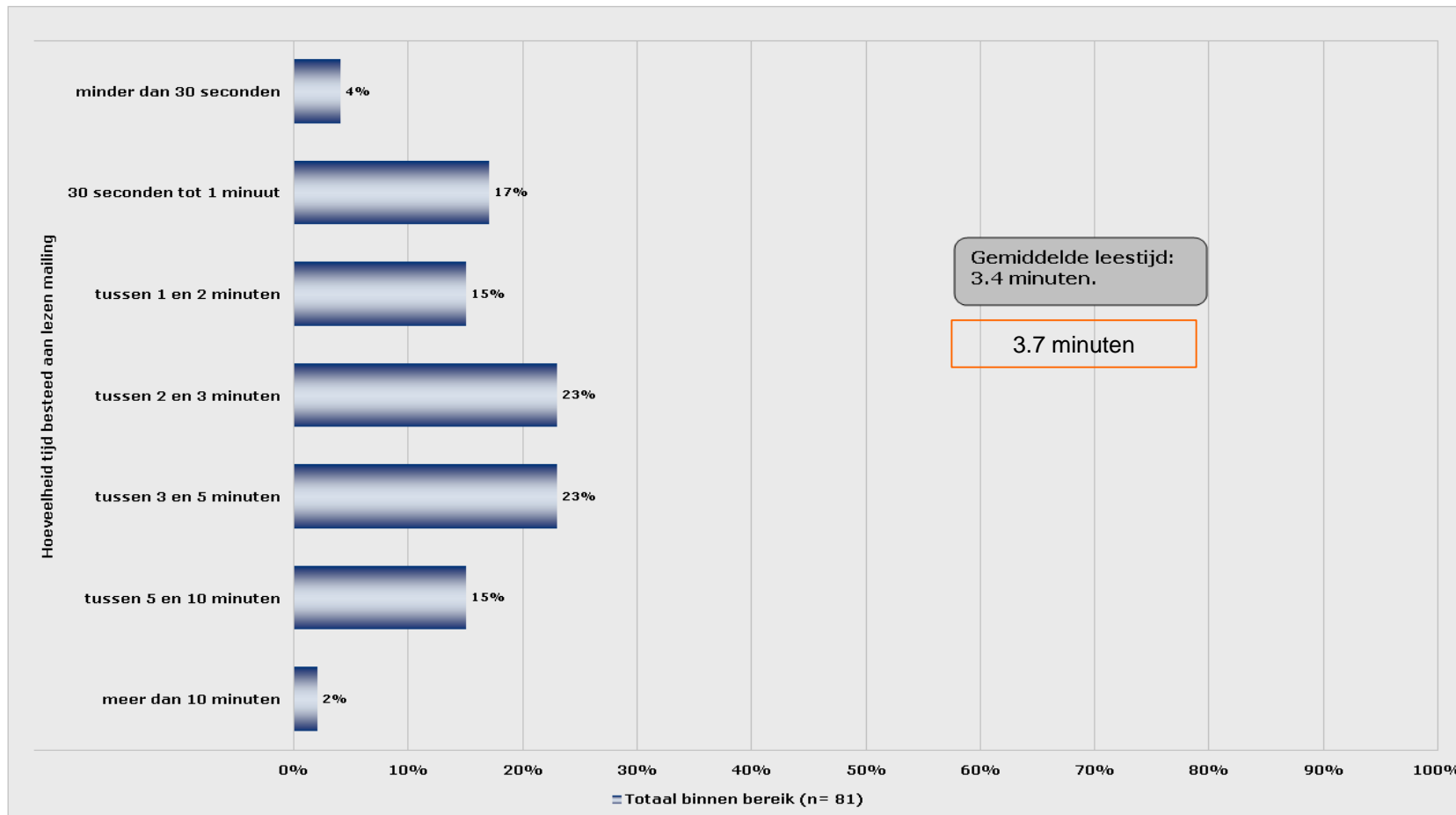
Leesintensiteit: leesduur

Er wordt redelijk wat tijd besteed aan de mailing.

Twee op de vijf lezers besteedt meer dan drie minuten aan het lezen van de mailing.

De gemiddelde leestijd ligt iets lager dan de benchmark.

□ = Benchmark



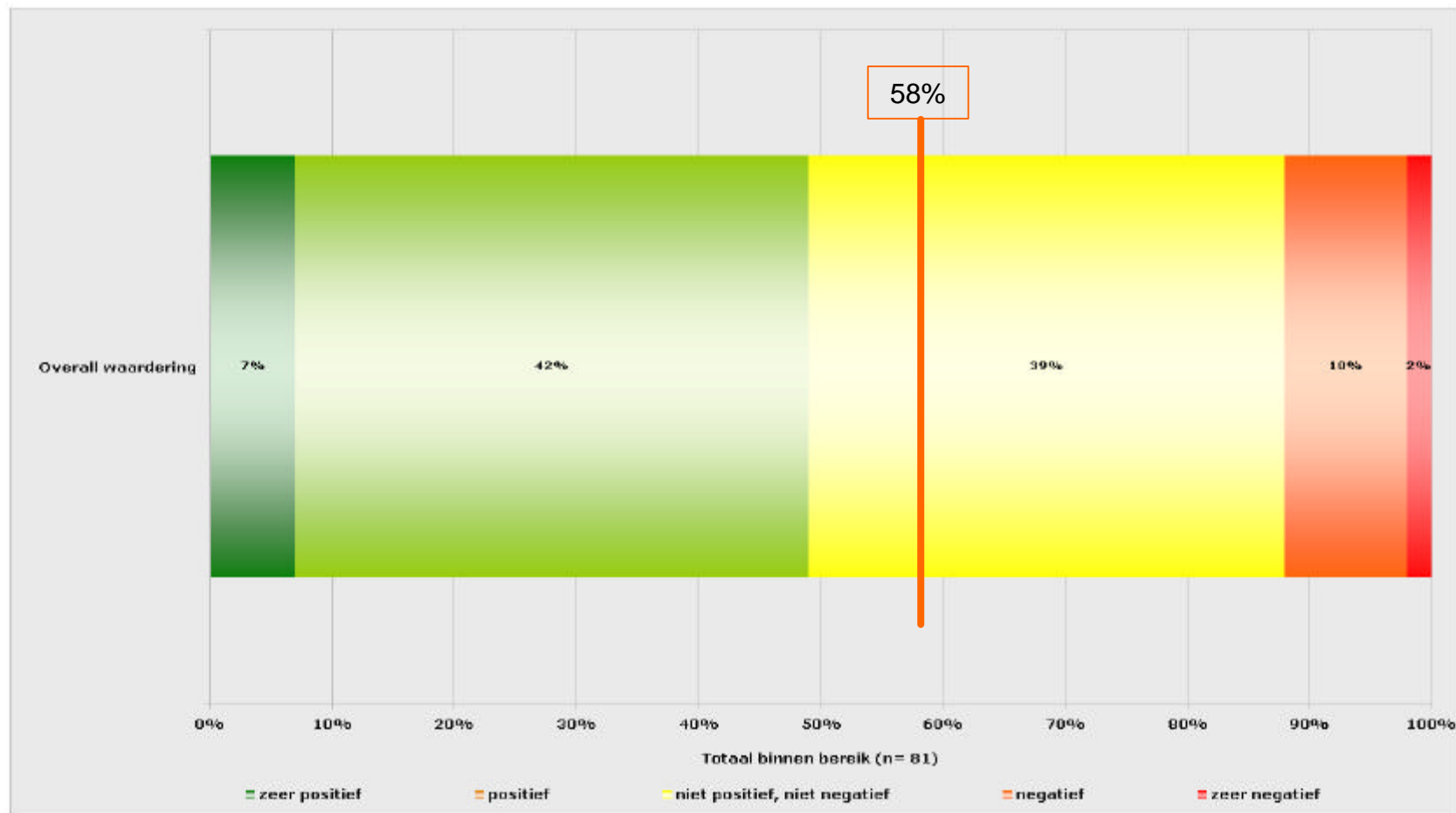
Hoeveel tijd heeft u besteed aan het lezen of bekijken van de mailing?

Waardering mailing

De overall waardering van de mailing is positief.

Overall ontvangt de mailing van de lezers een waardering van 49%. Dit ligt iets onder de norm voor overheidsmailings, maar dit verschil is niet significant.

□ = Benchmark

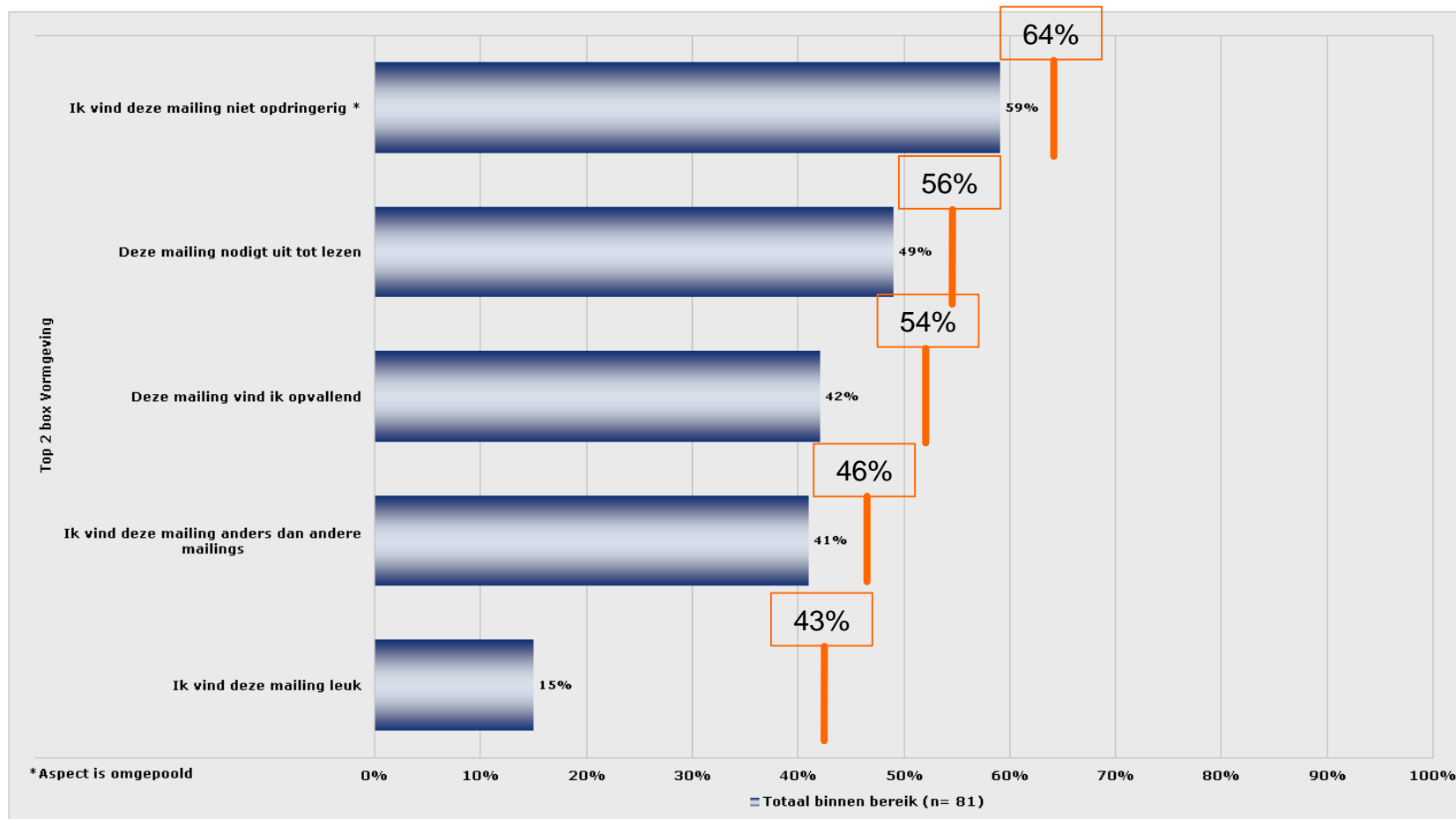


Wat is uw overall waardering van de mailing?

Waardering mailing (vorm)

Vormgeving mailing wordt redelijk gewaardeerd.

Het ministerie van VWS scoort qua vormgeving gelijk of onder de benchmark. Op likeability en opvallendheid scoort de mailing significant onder de norm. = Benchmark



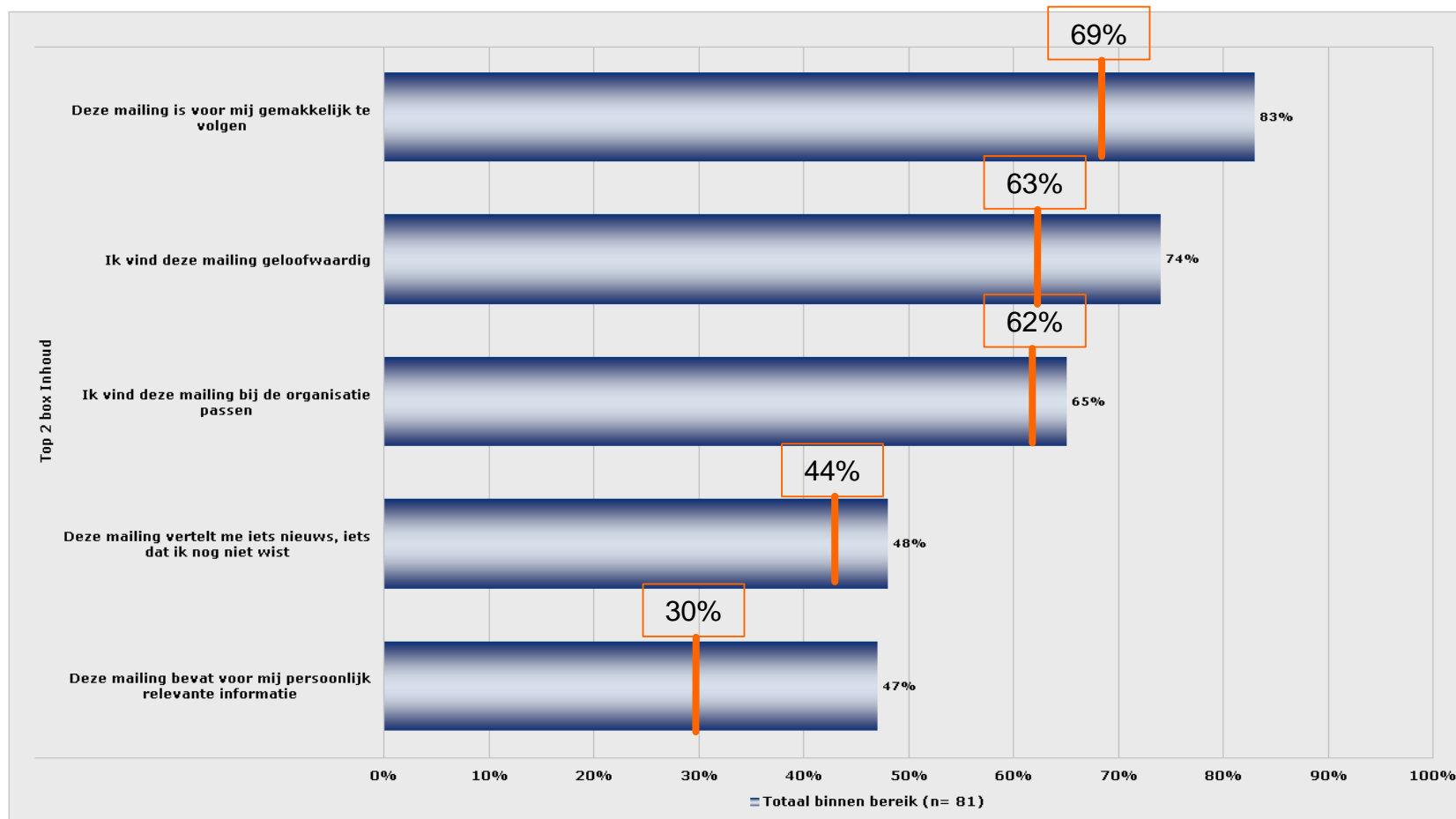
Kunt u voor elk van de stellingen aangeven in hoeverre u het hier mee eens of oneens bent?

Waardering mailing (inhoud)

De mailing scoort goed op inhoudelijke aspecten.

De inhoud van de mailing wordt goed gewaardeerd. Op begrijpelijkheid, geloofwaardigheid en relevantie liggen de scores significant boven de norm.

□ = Benchmark

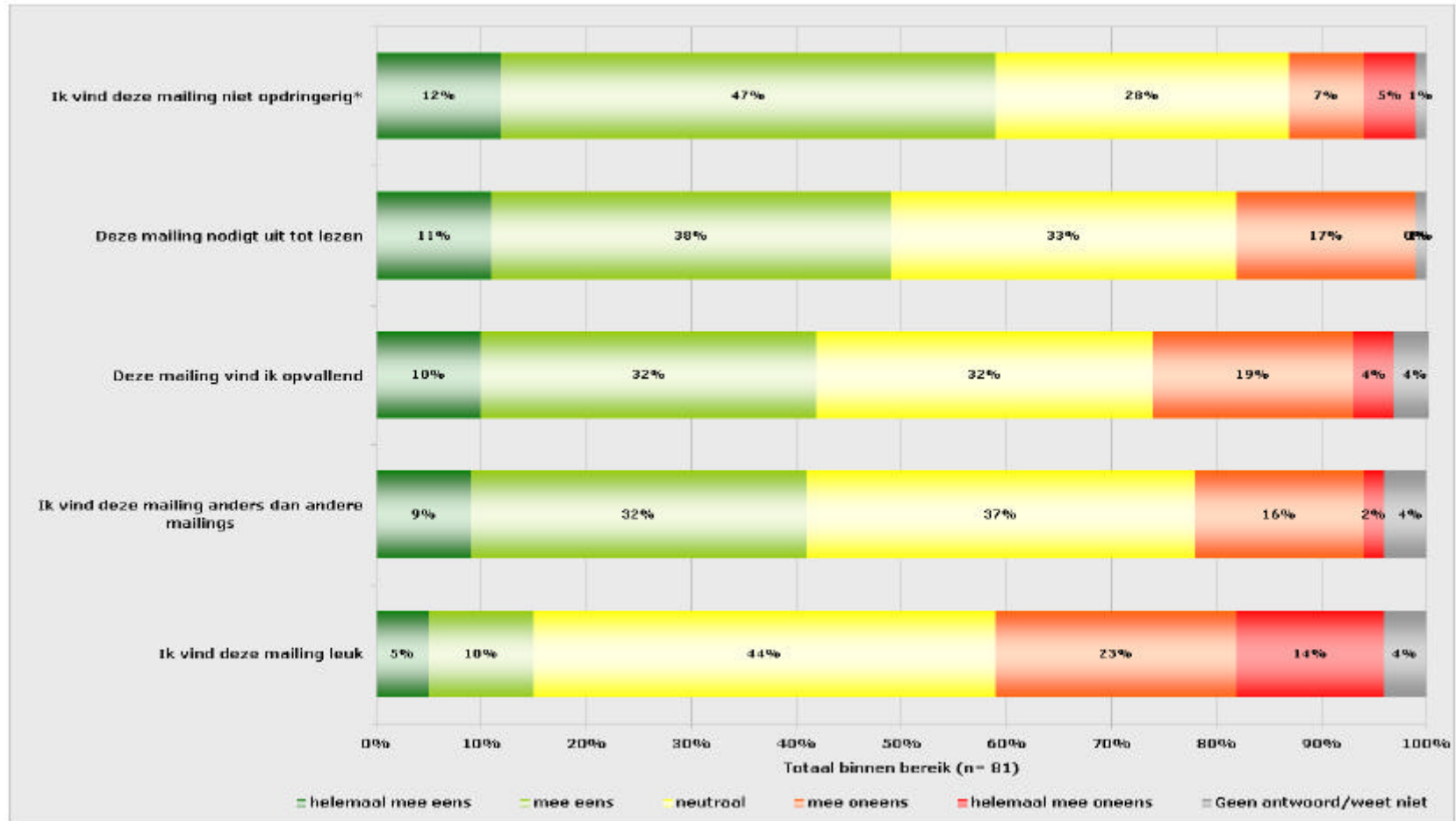


Kunt u voor elk van de stellingen aangeven in hoeverre u het hier mee eens of oneens bent?

Waardering mailing (vorm)

Mailing is niet opdringerig en leuk om te lezen.

Ontvangers vinden de mailing uitnodigend en ervaren deze niet als opdringerig. 37% vindt deze mailing niet leuk.

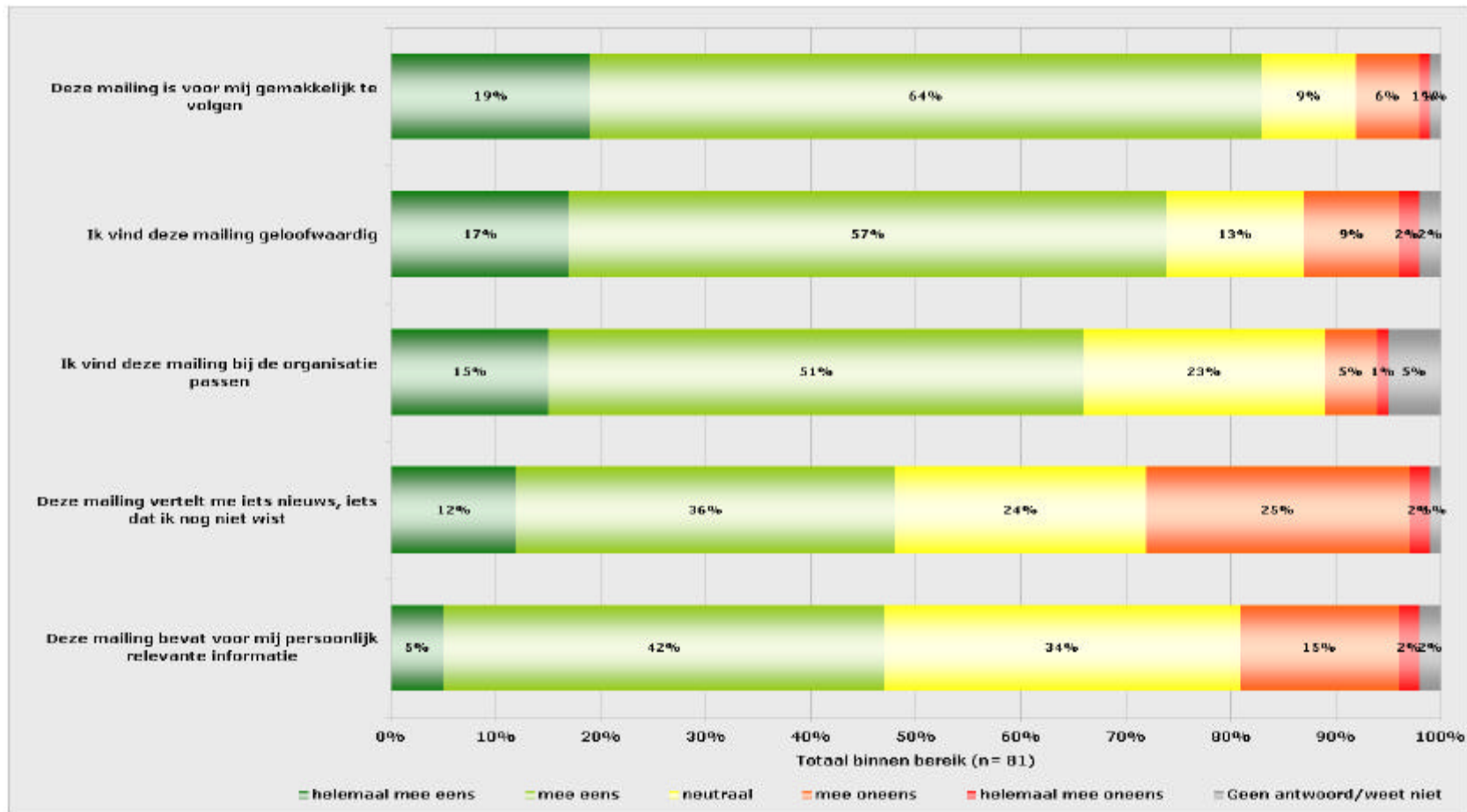


Kunt u voor elk van de stellingen aangeven in hoeverre u het hier mee eens of oneens bent?

Waardering mailing (inhoud)

Inhoud is gemakkelijk te volgen.

De inhoud van de mailing is voor lezers begrijpelijk en komt geloofwaardig over. Voor iets meer dan een kwart heeft de inhoud weinig nieuwswaarde.

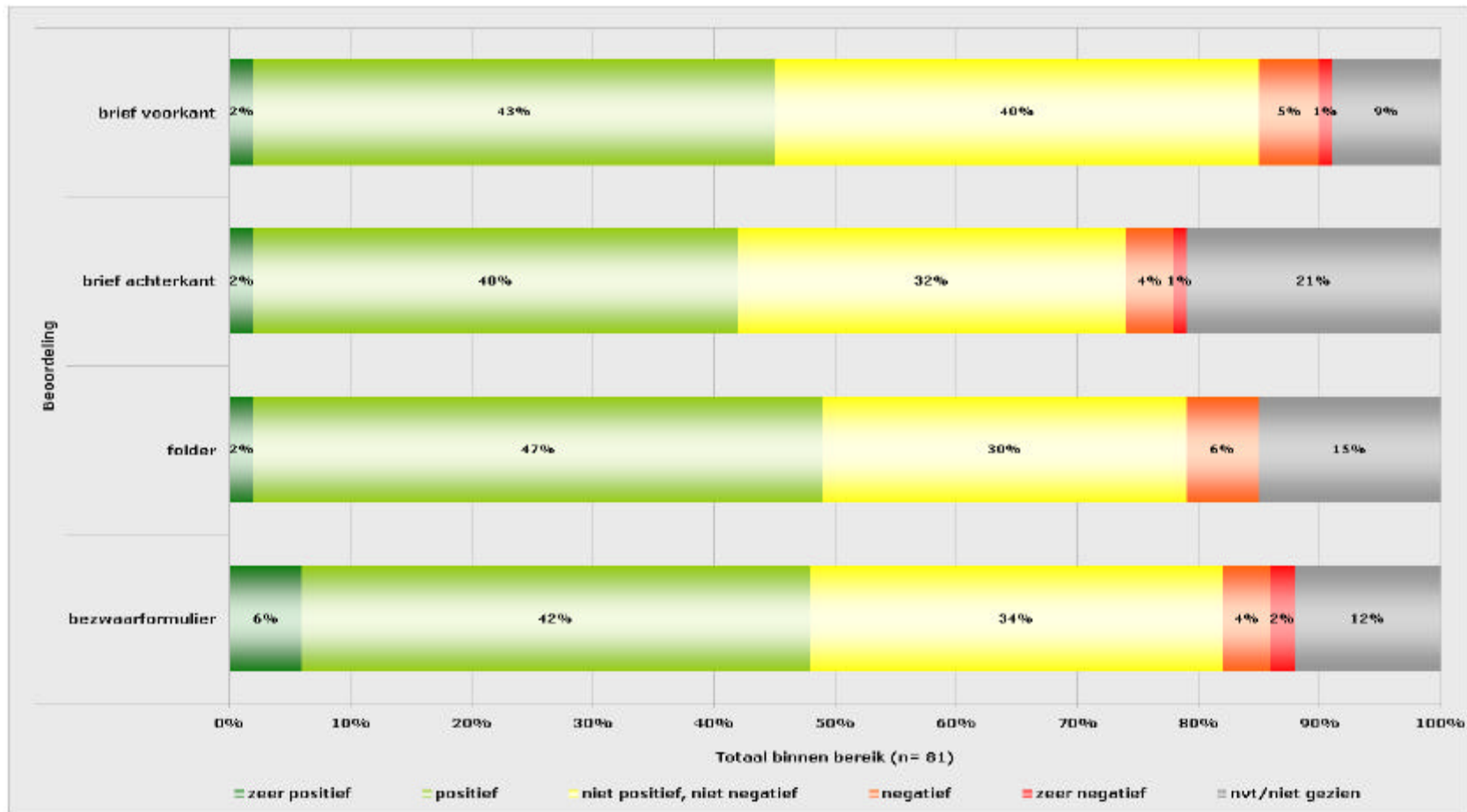


Kunt u voor elk van de stellingen aangeven in hoeverre u het hier mee eens of oneens bent?

Waardering onderdelen

Onderdelen worden positief gewaardeerd.

De waardering van de afzonderlijke onderdelen ligt redelijk dicht bij elkaar. Gemiddeld geeft 45% een (zeer) positief oordeel over de onderdelen.

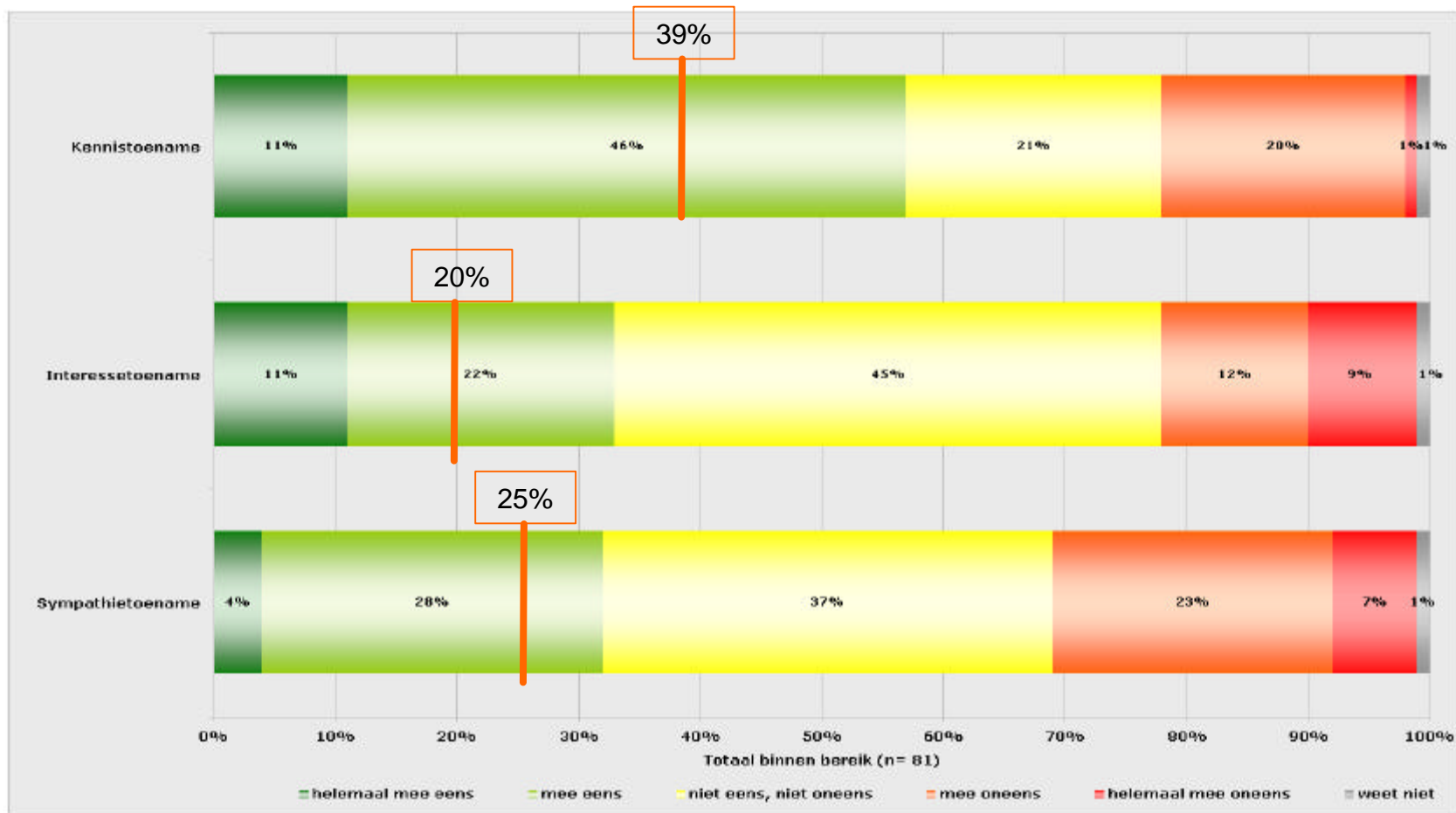


Kunt u per onderdeel aangeven wat uw indruk (positief of negatief) is van dit onderdeel van de mailing?

Effecten

Kennis van lezers is door de mailing toegenomen.

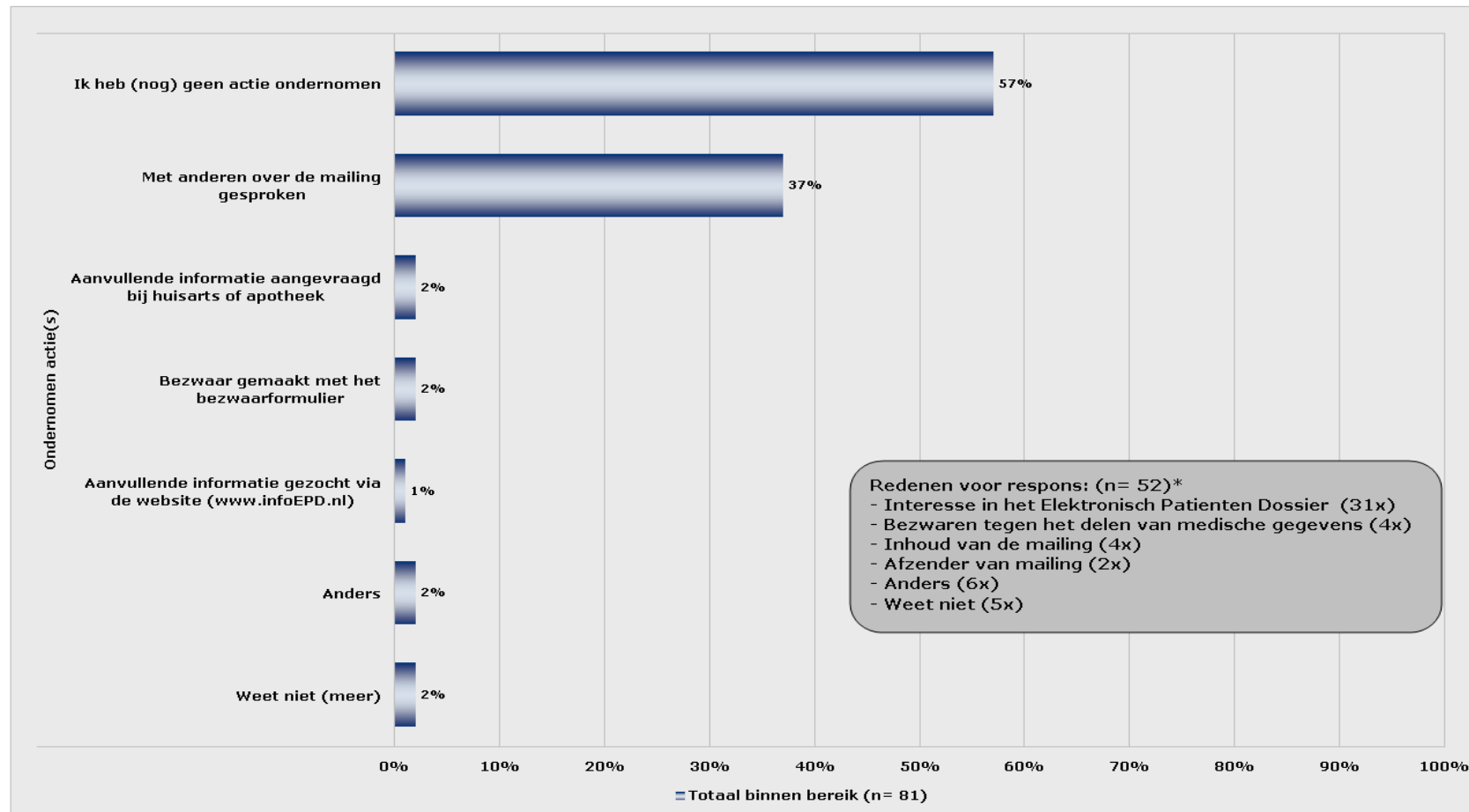
Het lezen van de mailing zorgt bij meer dan de helft van de lezers voor meer kennis over het EPD. Het effect op kennis en interesse ligt boven de norm. = Benchmark



Stelling: Door deze mailing is mijn kennis over het elektronisch patiëntendossier toegenomen / sympathie voor het elektronisch patiëntendossier toegenomen / interesse in het elektronisch patiëntendossier toegenomen

De respons van de mailing is voldoende.

De respons naar aanleiding van de mailing ligt gelijk aan de norm, in totaal heeft 2% van de lezers aanvullende informatie gezocht. Interesse in het EPD is de belangrijkste reden om actie te ondernemen.

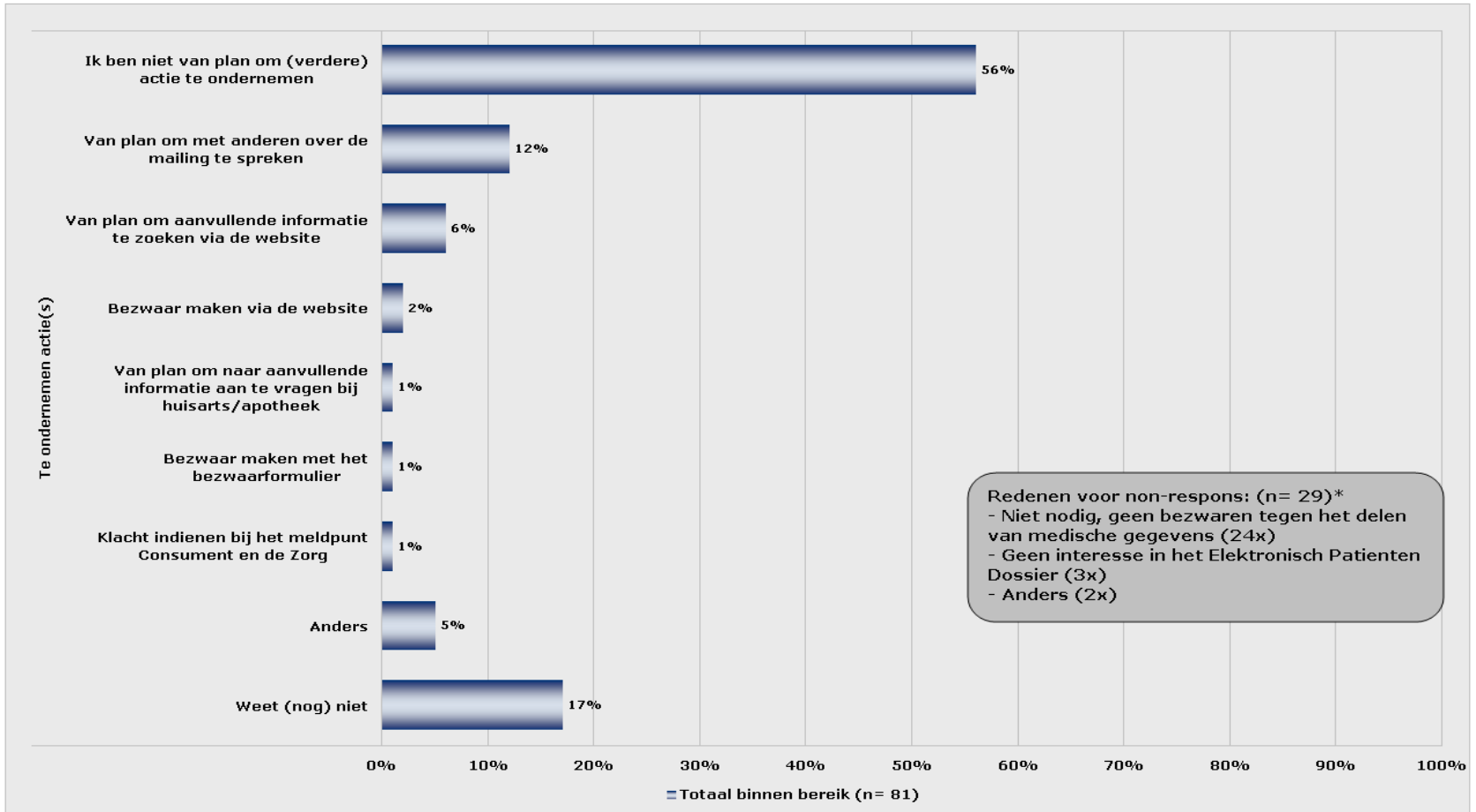


Kunt u aangeven welke actie of acties u ondernomen heeft naar aanleiding van deze mailing van het ministerie van VWS?

* Zeer kleine steekproef, let op met interpretatie!

De responsintentie onder lezers is lager dan de norm.

Na het lezen van de mailing is 7% van plan aanvullende informatie te gaan zoeken. Lezers die niet gaan reageren hebben geen bezwaar tegen het EPD en hoeven dus geen actie te ondernemen.



Kunt u aangeven welke actie of acties u van plan bent te ondernemen naar aanleiding van deze mailing van het ministerie van VWS?

* Zeer kleine steekproef, let op met interpretatie!