

Communicatieonderzoek SON 2019

Resultaten Schild magazine

- 78 procent geeft Schild een rapportcijfer 8 of hoger (n=2071).
- Op de vraag hoe nuttig respondenten de informatie vinden in Schild (1 = niet nuttig, 5 = nuttig) gaf men gemiddeld een 4,2 beoordeling.
- Op leesbaarheid werd een gemiddelde gescoord van 4.5 op een 5-punts antwoordschaal (1 = moeilijk leesbaar, 5 = makkelijk leesbaar), wat betekent dat het merendeel van de respondenten Schild makkelijk leesbaar vinden.
- De gemiddelde beoordeling van de vormgeving is 4.2 op een 5-puntsschaal (1 = spreekt niet aan, 5 = spreekt wel aan).
- Bijna 80 procent van de respondenten geeft aan geen informatie / onderwerpen te missen.
- Respondenten die onderwerpen missen, hebben behoefte aan meer informatie over onderzoeken en behandelingen, medicatie, combinatie van diverse auto-immuunziekten, voeding, restverschijnselen en ouder worden.
- Opvallend is dat een aantal respondenten aangeeft behoefte te hebben aan ervaringsverhalen van patiënten die weinig tot geen klachten hebben, terwijl er ook respondenten zijn die de ervaringsverhalen te positief vinden. Daarnaast lees je vanuit alle verschillende soorten schildklieraandoeningen opmerkingen dat er te weinig aandacht is voor hun schildklierziekte.
- 40 procent van de respondenten geeft aan dat ze het blad lezen en vervolgens doorgeven aan iemand anders. 36 procent zegt dat het blad inspireert om elders meer informatie te zoeken over de schildklierziekte en 35 procent geeft aan het blad te bespreken met familie en vrienden.
- 94 procent zou Schild aanbevelen aan andere schildklierpatiënten. Belangrijkste reden hiervoor is dat het een handig middel is om op de hoogte te blijven van ontwikkelingen. Ook wordt het gezien als een goede bron van achtergrondinformatie en voelen mensen zich door Schild niet alleen staan.
- 81 procent van de respondenten ontvangt Schild het liefst op papier, 18 procent digitaal.

Onderwerpen die men graag leest in Schild (in volgorde van populariteit):

1. Onderzoek en Wetenschap
2. Leven met een schildklierziekte – ervaringsverhalen
3. Ziektebeelden
4. Psychische gevolgen van schildklierziekten
5. Voeding en Diëtiëk
6. Omgaan met ziek zijn
7. Sport en Vrije Tijd
8. Privacy en Wetgeving

Top 12 van onderwerpen die gemist werden:

1. Medicijnen (verschil in medicatie, bijwerkingen, onderzoek, hoe in te nemen, etc.)
2. Werk (hoe mee om te gaan, UWV/arbo-arts, afgekeurd, energie managen)
3. Omgang met arts (tips, welke vragen te stellen aan arts, ervaringsverhalen vanuit arts)
4. Combinatie chronische ziekten
5. Hoe gaat de omgeving om met schildklierpatiënten (ervaringsverhalen, tips)
6. Alternatieve geneeswijzen
7. Uitleg bloedwaarden
8. Schildklierkanker
9. Restverschijnselen
10. Ouderdom (oud worden met schildklierziekten, effect ouderdom op schildklier)
11. Overgang
12. Voeding (hoe houd je schildklier gezond, hoe val je af, vitaminen)

Top 3 van vaste items die respondenten graag lezen:

1. Aan het woord (ervaringsverhaal van patiënt)
2. Medicatie
3. Kort & bondig en Medisch

Resultaten nieuwsbrief

- 79 procent geeft de nieuwsbrief een 7 of hoger als rapportcijfer (n=1749).
- 53 procent van de respondenten leest de nieuwsbrief, 31 procent leest 'm soms en 16 procent leest 'm niet. Van niet-lezers geeft 12% aan hier geen tijd voor te hebben en 5% dat er geen nieuws voor hen in staat.

Resultaten website

- Bezoek website (n=2082): 37 procent geeft aan de website eens per half jaar te bezoeken, 23 procent bezoekt de website nooit en 22 procent bezoekt de site een keer per jaar. Er is niemand die de site dagelijks bezoekt.
- Suggesties voor de nieuwe website algemeen: overzichtelijker, duidelijker navigatie, eenvoudiger taalgebruik, goede zoekfunctie, ervaringsverhalen, meer beeldmateriaal, informatie voor professionals of print outs om door te geven aan artsen, optie om vragen te stellen
- Suggesties voor nieuwe website inhoudelijk: meer aandacht voor (lopend) wetenschappelijk (internationaal) onderzoek, voeding, behandelmethoden zoals titratie, alternatieve geneeswijzen en sport.

Opzet onderzoek

Van 21 februari tot 30 april heeft een vragenlijst uitgestaan om drie communicatiemiddelen van SON te onderzoeken: Schild, de nieuwsbrief en de website. De vragenlijst werd digitaal afgenomen onder donateurs van SON waarvan het e-mailadres bij de organisatie bekend was (6880); ruim 2000 donateurs vulden de vragenlijst in, een respons van 30,4 procent.

Profiel respondenten

- De respondenten vallen in de leeftijdscategorie 50+ en veruit het merendeel is hoger opgeleid (49 procent heeft een hbo of universitaire studie genoten, 34 procent heeft een mbo, havo of vwo-opleidingsniveau).
- 94 procent van de respondenten heeft zelf een schildklierandoening, waarbij de trage schildklier het meest voorkomt (66 procent), gevolgd door een snelle schildklier (16 procent). De respondenten zijn al enkele jaren gediagnosticeerd met de schildklierandoening.