

Resultaten van de tevredenheidsbevraging bij de lezers van CM-Informatie

Rebekka Verniest – Studiedienst

Samenvatting

Ons tijdschrift CM-Informatie, intussen al bijna 50 jaar, had van bij de aanvang de bedoeling om een informatie- en reflectieblad te zijn over belangrijke thema's binnen gezondheid en gezondheidszorg en over tendensen in de ziekteverzekering en sociale zekerheid. In de loop der jaren waren er, na evaluatie, een aantal grondige hervormingen. Inhoudelijk evolueerde het tijdschrift mee met de groeiende inzichten rond gezondheid, de rol van de patiënt binnen de gezondheidszorg en de organisatie van de gezondheidszorg. Ook ging er minder aandacht naar sterk actualiteitsgebonden informatie. Daarnaast is het tijdschrift op vlak van vormgeving al enkele keren ingrijpend vernieuwd en is de weg naar digitale communicatie en beschikbaarheid op de website ingezet.

In 2020 startte binnen het redactiecomité een nieuwe grondige evaluatie van CM-Informatie. Alle aspecten van het tijdschrift, van de inhoud en de vormgeving tot de wijze van verspreiding en het abonnementenbeheer worden hierbij onder de loep genomen.

Omdat we CM-Informatie naar inhoud en vormgeving verder willen verbeteren en aantrekkelijker willen maken voor de lezers, vonden we het belangrijk om ook de mening van de lezers van het tijdschrift te kennen. Daarom lanceerden we eind 2020 een online tevredenheidsenquête. Uit de resultaten leiden we af dat CM-Informatie nog steeds sterk gewaardeerd wordt door de lezers. Niettemin zijn er ook enkele aandachtspunten. De respondenten merken op dat niet alle artikels even toegankelijk zijn voor een breed publiek en dat de opmaak van het tijdschrift wat gedateerd oogt. Ze formuleren ook een aantal concrete verbeteringsuggesties.

Het redactiecomité zal de resultaten van de tevredenheidsbevraging meenemen in het traject om CM-Informatie verder te verbeteren.

Sleutelwoorden: CM-Informatie, tevredenheidsbevraging

1. Inleiding

Op 28 februari 1973 verscheen de allereerste editie van M-Informatie, de voorloper van CM-Informatie. Van bij de aanvang wilde het tijdschrift een informatie- en reflectieblad zijn over belangrijke thema's binnen gezondheid en tendensen in de ziekteverzekering en sociale zekerheid. In de loop der jaren waren er, na evaluatie, een aantal grondige hervormingen. In 1998 werd het tijdschrift een eerste keer vernieuwd en omgedoopt tot CM-Informatie. Een tweede ingrijpende aanpassing, zowel op inhoudelijk vlak als op vlak van vormgeving kwam er tien jaar later in 2008. De artikels werden korter, meer actualiteitsgebonden informatie werd weggelaten en in overeenstemming met de nieuwe CM-huisstijl, werd ook meer kleur gebruikt in de opmaak. Op dat moment zijn ook de eerste stappen richting digitalisering gezet met de beschikbaarheid van het tijdschrift op de CM-website en de introductie van een nieuwsbrief voor Nederlandstalige abonnees.

Vandaag, bijna 50 jaar na de lancering, bevat CM-Informatie nog steeds resultaten van CM-studies binnen alle domeinen van gezondheid, welzijn en de sociale zekerheid. Hierbij is er aandacht voor de evaluatie van het gezondheidsbeleid en de analyse van tendensen. In lijn met de basiswaarden van de organisatie blijft de focus op de toegankelijkheid, de prestatie en de kwaliteit van ons gezondheidssysteem. Maar conform de brede definitie van gezondheid gaat het in de bijdragen bijvoorbeeld ook over de betrokkenheid van patiënten bij en hun deelname aan hun eigen gezondheid, het verhogen van het welzijn van iedereen en de levenskwaliteit van mensen die ziek of gehandicapt zijn.

Net als voor andere tijdschriften, is het ook voor CM-Informatie belangrijk dat het op regelmatige tijdstippen geëvalueerd wordt en aangepast aan de noden van haar lezers. Is de redactionele lijn voldoende duidelijk? Sluit het tijdschrift inhoudelijk aan op de interesse van de lezers? Zijn er thema's die onderbelicht worden? Zijn de bijdragen voldoende toegankelijk voor de lezers? Nodigt de opmaak voldoende uit tot lezen? Is het tijdschrift voldoende snel vindbaar? Welke doelgroepen willen we met het tijdschrift bereiken en is het abonneementbestand hier mee in overeenstemming?

De evaluatieoefening gebeurt in belangrijke mate intern, in de schoot van het redactiecomité, aangestuurd vanuit de CM-Studiedienst. Omdat het uiteindelijk de bedoeling is dat een tijdschrift en zijn lezers op elkaar afgestemd blijven, vonden we het belangrijk om ook de mening van de lezer in het evaluatieproces te integreren. Daarom lanceerden we eind 2020 een uitgebreide tevredenheidsbevraging bij de abonnees en lezers van CM-Informatie.

2. Methode voor de tevredenheidsbevraging

De tevredenheidsbevraging bij de lezers gebeurde aan de hand van een online enquête met vragen over het profiel van de abonnee/lezer, over de wijze waarop ze het tijdschrift lezen en over hun beoordeling van de inhoud en de vormgeving.

De oproep om aan de enquête deel te nemen is in de eerste plaats verspreid onder de abonnees via een aankondiging in het nummer van december 2020, inclusief een QR-code voor een snelle toegang, en in de nieuwsbrief voor digitale abonnees. Zo konden ruim 4.000 abonnees bereikt worden. De enquête kon ook ingevuld worden door lezers van CM-Informatie die zelf niet geabonneerd zijn, maar het tijdschrift op een andere manier ontvangen (bijvoorbeeld via hun partner of een collega). Daarnaast is ook bij CM-medewerkers via verschillende interne kanalen gevraagd om aan de bevraging deel te nemen. De enquête kon ingevuld worden tot en met 22 februari 2021.

3. Resultaten van de tevredenheidsbevraging

3.1. Profiel van de respondenten

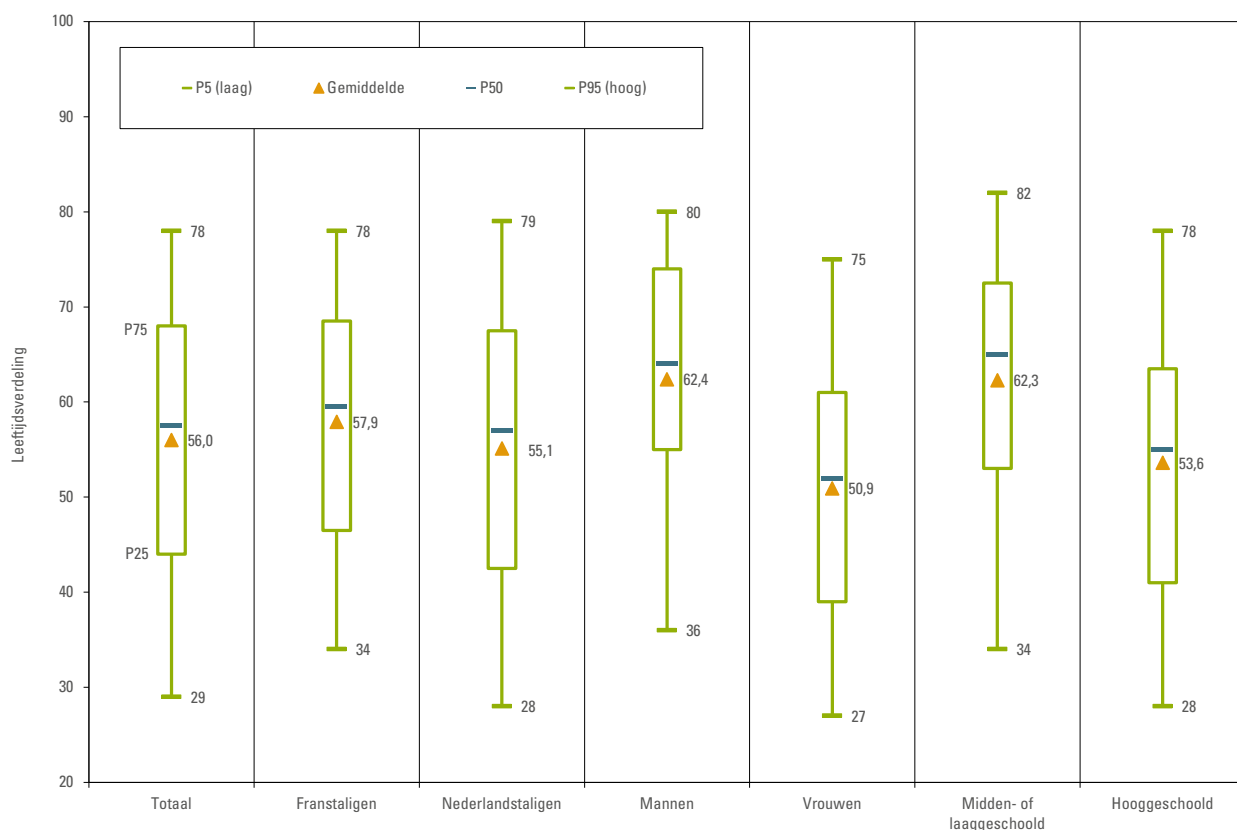
3.1.1. Socio-demografisch profiel van de respondenten

In het totaal hebben 411 personen de enquête geheel of gedeeltelijk ingevuld. Iets meer dan de helft van de respondenten is vrouw (54,7%). De gemiddelde leeftijd bedraagt 56 jaar, de mediane leeftijd 57,5 jaar (zie Figuur 1). We stellen vast dat de Franstalige respondenten gemiddeld iets ouder zijn dan de Nederlandstalige. Dit geldt ook voor de respondenten die midden- of laaggeschoold zijn en de mannelijke respondenten.

71,5% van de respondenten is hooggeschoold (diploma hoger of postuniversitair onderwijs), 27,7% is midden- of laaggeschoold (hoogstens diploma hoger secundair onderwijs).

Met 60,6% is een meerderheid van de respondenten loontrekkende, 32,6% is gepensioneerd. Bij de Nederlandstalige respondenten is het aandeel loontrekkenden beduidend hoger dan bij de Franstalige (64,2% tegenover 53%). Onder de Franstalige respondenten vinden we dan weer een groter aandeel (brug)gepensioneerden (36,4% tegenover 30,2%). Dit hangt uiteraard samen met het iets ouder leeftijdsprofiel van de Franstalige respondenten.

Figuur 1: Leeftijdverdeling van de respondenten, volgens taal, geslacht en opleidingsniveau



Een meerderheid van de respondenten is tewerkgesteld bij CM (52,1%), bij een organisatie aanverwant aan CM (7,8%) of een organisatie die lid is of geassocieerde partner van Beweging.net of de Franstalige tegenhanger Mouvement Ouvrier Chrétien (MOC) (3,2%). Dit heeft wellicht deels te maken met het feit dat CM-medewerkers sterk vertegenwoordigd zijn in het abonnementenbestand, maar ook met het feit dat zij makkelijker en via meerdere kanalen te bereiken zijn.

We hebben geen zicht op het profiel van alle abonnees van het abonnementenbestand of van de lezers van het tijdschrift. We kunnen dus niet beoordelen in welke mate het profiel van de respondenten overeenstemt met dat van de abonnees/lezers van het tijdschrift. Bijgevolg moeten de hierna voorgestelde resultaten met de nodige voorzichtigheid gelezen worden. Niettemin achten we de resultaten representatief en bevatten ze interessante bevindingen die ons zullen inspireren voor het vernieuwde uitzicht van CM-Informatie in de toekomst. De signalen uit de enquête liggen ook in de lijn van signalen die ons al via andere kanalen bereiken.

3.1.2. Leesprofiel van de respondenten

a) Type en duurtijd van het abonnement op CM-Informatie

De respondenten zijn vooral geabonneerd op CM-Informatie via de digitale nieuwsbrief (38%). 29,4% ontvangt enkel de papieren versie en 14,4% combineert het papieren abonnement met een digitaal. 17% was op het moment van de bevraging niet geabonneerd.

Bij de respondenten met een abonnement bedraagt het aandeel abonnees op de digitale nieuwsbrief (al dan niet in combinatie met een papieren abonnement) ongeveer 46%. Dit is hoger dan in het globale abonnementenbestand (ongeveer 35%). Dit resultaat kan voor een deel mede bepaald zijn door het feit dat digitale abonnees via een afzonderlijke mailing een tweede keer zijn gecontacteerd met de vraag om aan de enquête deel te nemen. Voor hen was het ook iets eenvoudiger om via de nieuwsbrief of de herinneringsmail onmiddellijk door te klikken naar de enquête. Voor wie een papieren abonnement heeft, was de toegang tot de enquête iets complexer, ondanks de toevoeging van een QR-code.

Bovendien ontvangt een deel van de abonnees het tijdschrift op de werkplek. Aangezien veel mensen door de COVID-19-epidemie verplicht waren van thuis uit te werken, is de kans groot dat een aantal onder hen het tijdschrift met de oproep voor de tevredenheidsenquête niet of te laat gezien heeft.

In figuur 2 zien we dat bij de jongere respondenten, in vergelijking met de oudere, een kleiner aandeel geabonneerd is op de papieren versie van CM-Informatie. Bij de jongere respondenten zijn ook meer respondenten niet geabonneerd. Het gaat hier mogelijk om CM-medewerkers die via specifieke interne kanalen de uitnodiging voor deelname aan de enquête kregen. Bij de respondenten ouder dan 45 jaar of 65 jaar zien we dat ongeveer een derde CM-Informatie nog op papier ontvangt en bijna een op de vier geabonneerd is op de digitale nieuwsbrief.

Opvallend is dat ook bijna een op de drie hooggeschoolden CM-Informatie op papier ontvangt terwijl dit bij midden- of laaggeschoolden ongeveer een op de vijf is. Een mogelijke gedeeltelijke verklaring is dat bij er bij het abonneementenbeheer voor gekozen is om het tijdschrift aan leidinggevenden binnen CM in de papieren versie te bezorgen. Bij de midden- of laaggeschoolde respondenten is het aandeel digitale abonneementen dan weer groter dan bij de hooggeschoolde.

Een derde van de respondenten heeft al meer dan 10 jaar een abonnement op CM-Informatie, 23% drie tot tien jaar en 11,5% minder dan drie jaar. Vooral bij de Franstalige respondenten zijn er meer recent geabonneerden (18,5%). Dit kan te maken hebben met de meer recente invoering van de digitale nieuwsbrief (in juni 2020) waarbij hiervoor promotie gemaakt is via digitale communicatiekanalen.

b) Met welke frequentie en hoeveel lezen respondenten CM-Informatie?

Met de tevredenheidsbevraging wilden we ook zicht krijgen op de manier waarop CM-Informatie doorgaans gelezen wordt. Uit de antwoorden blijkt dat ruim 62% het tijdschrift altijd of regelmatig leest (elk nummer of de meerderheid ervan) (zie Tabel 1). Het aandeel respondenten dat altijd of regelmatig in het tijdschrift leest, neemt toe volgens de leeftijd.

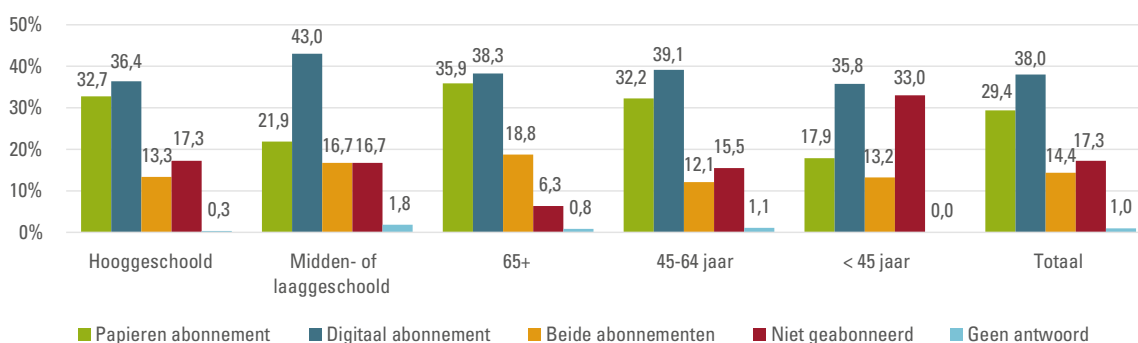
De respondenten van 65 jaar of ouder geven vaker aan dat ze het tijdschrift doorgaans van het begin tot het einde lezen (17,6%). Niettemin leest een meerderheid van de respondenten een of meerdere artikels volledig in functie van het onderwerp (38%), op basis van de informatie op de cover of in de inhoudstafel (24,5%) of op basis van de samenvatting van alle artikels (7,5%).

Met de enquête wilden we ook een beeld krijgen van de mate waarin bijkomende elementen in een artikel gelezen worden. Het kan dan gaan om:

- figuren met een visuele voorstelling van belangrijke onderzoeksresultaten;
- tabellen met meer gedetailleerde (cijfermatige) informatie;
- voetnoten met extra verduidelijking of de verwijzing naar een geraadpleegde bron;
- informatieve kaders met bijkomende toelichting over een specifieke reglementering, een specifiek concept, enz.

Uit de analyse van de antwoorden blijkt dat bijna 58% van de respondenten altijd of meestal de figuren bekijkt. Voor tabellen en informatieve kaders is dit respectievelijk 45,6% en 44%. Zowel voor de figuren, de tabellen als voor de informatieve kaders geeft een meerderheid van de respondenten ook aan dat deze over het algemeen nuttig zijn.

Figuur 2: Type abonnement op CM-Informatie, volgens leeftijd en opleidingsniveau



Tabel 1: Frequentie waarmee respondenten doorgaans in CM-Informatie lezen, volgens leeftijd

	Totaal (N=318)	<45 jaar (N=65)	45-64 jaar (N=134)	65 jaar en ouder (N=119)
Altijd (elk exemplaar)	25,5%	10,8%	17,9%	42,0%
Regelmatig (de meeste exemplaren)	37,1%	29,2%	41,0%	37,0%
Soms (ongeveer de helft van de exemplaren)	16,0%	26,2%	16,4%	10,1%
Zelden (minder dan de helft van de exemplaren)	8,2%	18,5%	9,7%	0,8%
Geen antwoord	13,2%	15,4%	14,9%	10,1%

De voetnoten worden daarentegen minder gelezen. Een kwart leest de voetnoten (bijna) altijd. Maar ruim een op de vijf respondenten leest deze zelden of nooit en dit is nog vaker het geval bij jongere of hooggeschoolde respondenten. Voor de voetnoten wordt ook vaker aangegeven dat deze meestal of soms overbodig zijn. Nog meer dan voor de andere bijkomende elementen, worden voetnoten vooral gelezen wanneer men bijkomende uitleg of meer gedetailleerde informatie wil.

c) Voorkeurthema's van de respondenten

De respondenten lezen dus doelgericht een of meerdere artikels, in functie van de eigen interesses. We vroegen in de enquête ook om uit een lijst de vijf thema's en domeinen te kiezen waarover ze het liefst bijdragen lezen. Tabel 2 vat de resultaten samen en geeft de vijf thema's en domeinen die het vaakst werden gekozen en de vijf die het minst vaak werden gekozen.

De toegankelijkheid van de zorg, zowel financieel als op andere vlakken, is het thema dat door het grootste aantal respondenten is gekozen. Een ander transversaal thema, de kwaliteit van zorg, komt op de vijfde plaats. Binnen de meer specifieke domeinen gaat de voorkeur naar eerstelijnszorg, preventie en gezondheidsbevordering en geneesmiddelen. Onderaan de lijst van voorkeurthema's vinden we het internationaal gezondheidsbeleid, palliatieve zorg en levenslange en ten slotte chronisch ziekten.

d) Type artikels die respondenten verkiezen

Daarnaast vroegen we aan de respondenten ook welk soort artikels ze het liefst lezen. Uit figuur 3 blijkt dat een meerderheid een voorkeur heeft voor artikels met een algemene

duiding van gezondheidsthema's. Maar ook informatiefiches en opiniestukken rond gezondheid(szorg) en welzijn(szorg) zijn door ruim 40% van de respondenten aangekruist. Er is dan weer duidelijk minder interesse voor een korte bespreking van onderzoeken van andere organisaties.

Er zijn enkele verschillen naar leeftijd. Alle leeftijdscategorieën zetten algemene duidingsartikels bij gezondheidsthema's op de eerste plaats, met uitzondering van de groep 65-74 jaar waar dit op de derde plaats staat. Deze groep plaats informatiefiches op 1 en opiniestukken op 2. Ook volgens opleiding zijn er een aantal verschillen. Laag- en middengediplomen hebben een grotere voorkeur voor opiniestukken en toelichting over hervormingen, hooggeschoolden voor algemene duidingsartikels bij gezondheidsthema's en de voorstelling van onderzoeksresultaten van CM of van andere organisaties.

e) Type artikels die respondenten verkiezen

Daarnaast vroegen we aan de respondenten ook welk soort artikels ze het liefst lezen. Uit figuur 3 blijkt dat een meerderheid een voorkeur heeft voor artikels met een algemene duiding van gezondheidsthema's. Maar ook informatiefiches en opiniestukken rond gezondheid(szorg) en welzijn(szorg) zijn door ruim 40% van de respondenten aangekruist. Er is dan weer duidelijk minder interesse voor een korte bespreking van onderzoeken van andere organisaties.

Er zijn enkele verschillen naar leeftijd. Alle leeftijdscategorieën zetten algemene duidingsartikels bij gezondheidsthema's op de eerste plaats, met uitzondering van de groep 65-74 jaar waar dit op de derde plaats staat. Deze groep plaats informatiefiches op 1 en opiniestukken op 2. Ook volgens opleiding zijn er een aantal verschillen. Laag- en middengediplomen

hebben een grotere voorkeur voor opiniestukken en toelichting over hervormingen, hogeschoolden voor algemene duidingsartikels bij gezondheidsthema's en de voorstelling van onderzoeksresultaten van CM of van andere organisaties.

3.2. Beoordeling van CM-Informatie

Met de enquête wilden we niet alleen een beeld krijgen van het profiel van de lezers van CM-Informatie, wat hun leesgewoontes en hun voorkeuren zijn. We wilden ook weten wat de lezers van het tijdschrift vinden.

Globaal genomen beoordeelt bijna acht respondenten op de tien CM-Informatie (zeer) positief. Dit aandeel is groter bij de oudere lezers in vergelijking met de jongere. Hetzelfde geldt voor respondenten die al langer op CM-Informatie geabonneerd zijn.

3.2.1. Beoordeling van de inhoud van CM-Informatie

a) Algemene beoordeling van de inhoud en de variatie in thema's

De respondenten waarderen CM-Informatie sterk op inhoudelijk vlak. 78,3% vindt de inhoud (zeer) goed. En ook in aanvullende bemerkingen blijkt de grote appreciatie. Dit aandeel verschilt weinig of niet volgens de taal van de respondent, de leeftijd, het opleidingsniveau of de duurtijd van het abonnement.

De globale waardering van de variatie in thema's is eveneens goed. Hier zijn er wel kleine verschillen volgens leeftijd en opleiding. Het aandeel dat de variatie (zeer) goed vindt, is iets groter naar mate de respondent ouder is of minder hoog opgeleid. Wie minder dan drie jaar geabonneerd is op CM-Informatie geeft vaker een minder goede beoordeling van de variatie in thema's. Dit is niet onlogisch. Aangezien CM-Informatie maar vier keer per jaar verschijnt, is de kans groter dat deze abonnees zich nog geen volledig beeld hebben kunnen vormen van de verschillende thema's die in CM-Informatie aan bod komen.

Verder blijkt uit de tevredenheidsbevraging ook dat er over het algemeen een grote tevredenheid is over de mate waarin de verschillende thema's of specifieke domeinen aan bod komen in CM-Informatie.

b) Begrijpelijkheid van de artikels, de bijkomende elementen en de afkortingen

Een respondent op de vier geeft expliciet aan dat de artikels over het algemeen goed verstaanbaar zijn. Dit aandeel is hoger bij de hogeschoolde respondenten (43,5%). Bijna een derde vindt dat de artikels meestal of soms te moeilijk zijn. Ze vermelden onder meer dat de artikels niet altijd even toegankelijk zijn voor een breder publiek omwille van het niveau van techniciteit of omwille van de complexe schrijfstijl. Ook de figuren en tabellen bemoeilijken soms de verstaanbaarheid: een derde van de respondenten vond dat figuren en tabellen meestal of soms moeilijk te begrijpen waren. Tegelijkertijd vond een even

Tabel 2: Overzicht van de thema's die de respondenten het meest en het minst verkiezen

Thema	Aandeel respondenten
Toegankelijkheid van zorg	49,1%
Eerstelijnszorg	37,1%
Preventie en gezondheidsbevordering	35,5%
Geneesmiddelen	32,4%
Kwaliteit van zorg	29,9%
Arbeidsongeschiktheid en invaliditeit	18,6%
Geestelijke gezondheid(szorg)	17,3%
Chronisch zieken	15,4%
Palliatieve zorg en levenseinde	11,9%
Internationaal gezondheidsbeleid	8,5%

Figuur 3: Overzicht van de soorten artikels die respondenten het liefst en het minst graag lezen



groot aandeel dat deze altijd of meestal makkelijk te begrijpen zijn. Ook het gebruik van afkortingen speelt een belangrijke rol voor de begrijpelijkheid van de artikels. Wat dit betreft, vond een groot deel van de respondenten het gebruik ervan in de CM-Informatie goed.

c) Diepgang en lengte van de artikels

46% van de respondenten vindt de diepgang van de artikels, dit is de mate waarin op een specifiek onderwerp of op onderzoekresultaten wordt ingegaan, over het algemeen goed. Ongeveer een respondent op de vijf vindt dat de artikels soms of meestal te veel diepgang hebben.

Het grootste deel van de respondenten vindt ook de lengte van de artikels in CM-Informatie over het algemeen goed. Toch is er een niet te onderschatten aandeel dat de artikels meestal of soms te lang vindt (een derde van de respondenten die deze vraag beantwoordden).

3.2.2. Beoordeling van niet-inhoudelijke aspecten

a) Algemene beoordeling vormgeving

In vergelijking met de inhoud en de variatie in thema's, wordt de vormgeving over het algemeen minder sterk gewaardeerd. Iets minder dan zeven respondenten op de tien vinden de vormgeving (zeer) goed terwijl 12,6% expliciet aangeeft dat hij de vormgeving (zeer) slecht vindt. Dit laatste wordt door de jongere abonnees vaker aangegeven, net als door de hooggeschoolden en door wie nog niet zo lang geabonneerd is. De mindere waardering wordt door enkele respondenten ook

meer toegelicht in de bijkomende opmerkingen waarbij verwezen wordt naar het kleurengebruik, het lettertype en de compacte opmaak. Meer algemeen wijzen sommigen erop dat de opmaak van CM-Informatie gedateerd is en niet sterk uitnodigt om te lezen.

Een bijzonder aandachtspunt in de bevraging was de evaluatie van de leesbaarheid van tabellen en figuren. Meer dan de helft van de respondenten vindt de leesbaarheid over het algemeen goed. Toch oordeelt een respondent op de acht dat de leesbaarheid van deze bijkomende elementen soms of meestal niet goed is.

Wat betreft de totale omvang van een nummer van CM-Informatie, vindt de meerderheid dat deze over het algemeen goed is. Toch vindt een respondent op de zes dat er soms of meestal te veel pagina's in een nummer zijn.

b) Beoordeling van de cover

Hoewel de inhoud van een tijdschrift nog steeds het belangrijkste is, vonden we het ook belangrijk stil te staan bij de cover. Deze is immers het gezicht van ons tijdschrift die de eerste indruk bij de lezer bepaalt en soms zijn keuze beïnvloedt om het tijdschrift te lezen.

We zagen al dat heel wat respondenten volgens eigen interesse een of meerdere artikels lezen en dat een kwart zich hierbij laat leiden door de informatie op de cover. Maar hoe beoordelen ze de cover? Over het algemeen vindt iets meer dan een derde van de respondenten de cover zeer goed. Dit aandeel is groter bij midden- of laaggeschoolde respondenten (47,9%).

De tevredenheid over de cover neemt ook toe volgens leeftijd (14% bij -44-jarigen tegenover ruim 40% bij 65-plussers).

Dit betekent meteen ook dat een deel van de respondenten vindt dat de cover voor verbetering vatbaar is. Ze geven vooral aan dat er nu doorgaans te veel informatie op de cover staat (19,2%). Bij hooggeschoolden is dit nog meer het geval (23,3%). De overige antwoordopties zoals de moeilijke leesbaarheid van de tekst of van de figuren en tabellen, of de minder geslaagde kleurencombinatie werden maar door een beperkt aantal respondenten gekozen.

Uit de antwoorden kunnen we ook al suggesties voor verbetering afleiden. 17,6% verkiest een sprekend beeld op de cover en 12% aandacht voor één artikel uit het tijdschrift. Dit laatste is meer aangekruist door de Nederlandstalige dan door de Franstalige respondenten (15% tegenover 7,6%). Hooggeschoolden uitten nog duidelijker de voorkeur voor een sprekend beeld (21,1%). De voorkeur voor een sprekend beeld is ook groter naarmate de respondent jonger is.

c) Beoordeling van de naam van het tijdschrift

Ten slotte vroegen we in de tevredenheidsenquête ook wat men vindt van de naam van het tijdschrift. Hoewel slechts een heel kleine minderheid van de respondenten van oordeel is dat de naam van het tijdschrift helemaal niet aansluit bij de inhoud (4%), zien we evenzeer dat de helft van de respondenten vindt dat de naam van het tijdschrift volledig aansluit bij de inhoud. 27% vindt dat de naam slechts gedeeltelijk aansluit bij de inhoud.

Het aandeel dat van oordeel is dat de naam volledig aansluit bij de inhoud is hoger bij Nederlandstalige respondenten (56,8%), bij midden- of laaggeschoolde respondenten (57,4%) en bij oudere respondenten. Heel wat respondenten formuleerden ook suggesties voor een nieuwe naam.

4. Besluit

CM-Informatie bestaat bijna 50 jaar. Door de jaren heen is het tijdschrift een gevestigde waarde geworden met een trouw lezerspubliek en hebben ook nieuwe geïnteresseerden de weg naar het tijdschrift gevonden. In al die jaren had CM-Informatie de bedoeling een informatie- en reflectieblad te zijn over belangrijke thema's binnen gezondheid en gezondheidszorg en over tendensen in de ziekteverzekering en sociale zekerheid. In de loop der jaren is het tijdschrift zowel inhoudelijk als naar vormgeving al geëvolueerd.

In 2020 hebben we binnen het redactiecomité opnieuw verschillende aspecten van het tijdschrift onder de loep genomen. We onderzochten in welke mate we met het tijdschrift voldoende het doelpubliek bereiken en hoe we andere doelgroepen kunnen bereiken. Ook de manier waarop CM-Informatie ter beschikking wordt gesteld van geïnteresseerden is geëvalueerd en waar nodig bijgesteld.

We vonden het ook belangrijk om CM-Informatie te evalueren op inhoudelijk vlak en op vlak van vormgeving. Deze evaluatie gebeurde in de schoot van het redactiecomité, maar er is rekening gehouden met de mening van de lezers die we eind 2020 aan de hand van een online tevredenheidsenquête hebben bevestigd en waarvan de resultaten in dit artikel zijn voorgesteld.

Uit deze resultaten blijkt dat CM-Informatie nog steeds een sterk gewaardeerde publicatie is. Zowel de algemene beoordeling als de beoordeling van de inhoud en van de variatie in thema's en onderwerpen waren bij een grote meerderheid van respondenten zeer positief. Het is ook duidelijk dat een groot deel van de abonnees artikels leest vanuit een interesse voor specifieke thema's. We noteerden desondanks ook een aantal aandachtspunten, onder meer op het vlak van de begrijpelijkheid en de techniciteit van de artikels.

Ook krijgt de vormgeving van het tijdschrift van de respondenten een mindere waardering. Zowel het gebruikte lettertype, de kleuren, de cover als het volledige uitzicht van het tijdschrift zijn aan modernisering toe.

Ten slotte vinden ook heel wat respondenten dat de naam van het tijdschrift niet of niet volledig aansluit bij de inhoud. Ze formuleerden al een aantal suggesties voor een nieuwe naam.

Het redactiecomité zal de resultaten van deze tevredenheidsbevraging en de concrete verbeteringsuggesties van de respondenten meenemen in het traject om CM-Informatie verder te verbeteren. Het resultaat zal zichtbaar zijn in de loop van 2022.

Tot slot houden we eraan om de abonnees en lezers te bedanken voor het invullen van de enquête.