

Informatievoorziening rond cashless parkeren- Resultaten onderzoek patiëntenpanel.

Datum: 31 juli 2024

Auteur: Cliëntenraad Spijkenisse Medisch Centrum

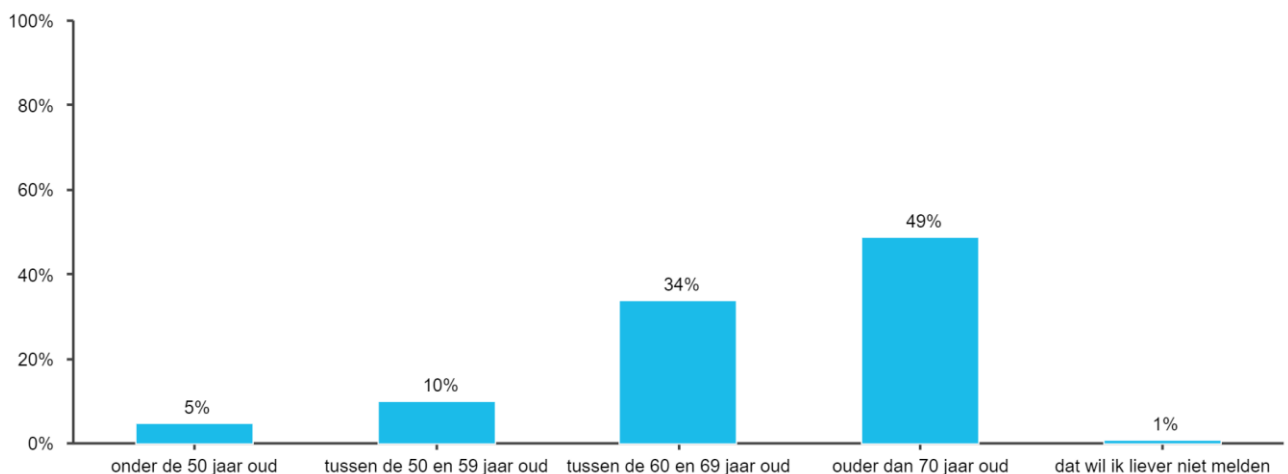
Inhoud

- Inleiding
- De vragen en daarbij behorende antwoorden
- Conclusies
- Adviezen

Inleiding

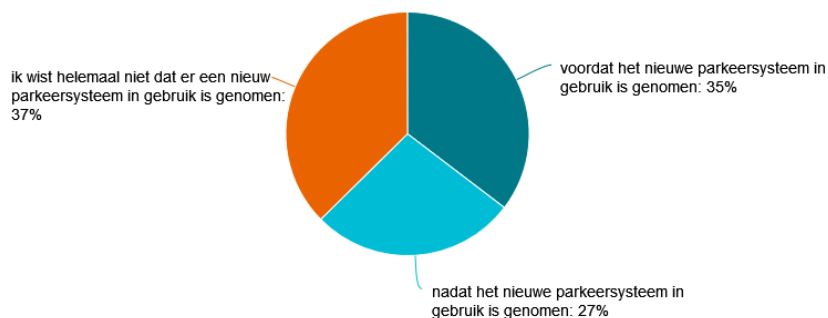
Dit rapport bevat de resultaten van de derde vragenlijst van het patiëntenpanel van de cliëntenraad van Spijkenisse Medisch Centrum (SMC). Met behulp van deze lijst wilde de cliëntenraad nagaan hoe de panelleden de communicatie over de overgang naar cashless parkeren (parkeren zonder gebruik van contant geld) bij SMC hebben ervaren. De vragenlijst is van 5 t/m 20 juni 2024 onder 129 panelleden uitgezet. 99 van hen (77%) hebben de vragenlijst beantwoord. Zoals blijkt uit onderstaande grafiek is 95% van deze respondenten ouder dan 50 jaar en de helft is ouder dan 70 jaar.

Degenen die aan het onderzoek hebben deelgenomen vertegenwoordigen dus een oudere groep patiënten. De resultaten in dit rapport zijn daarmee niet representatief voor alle patiënten die voor zorg in Spijkenisse Medisch Centrum komen.



De vragen en de daarbij behorende antwoorden

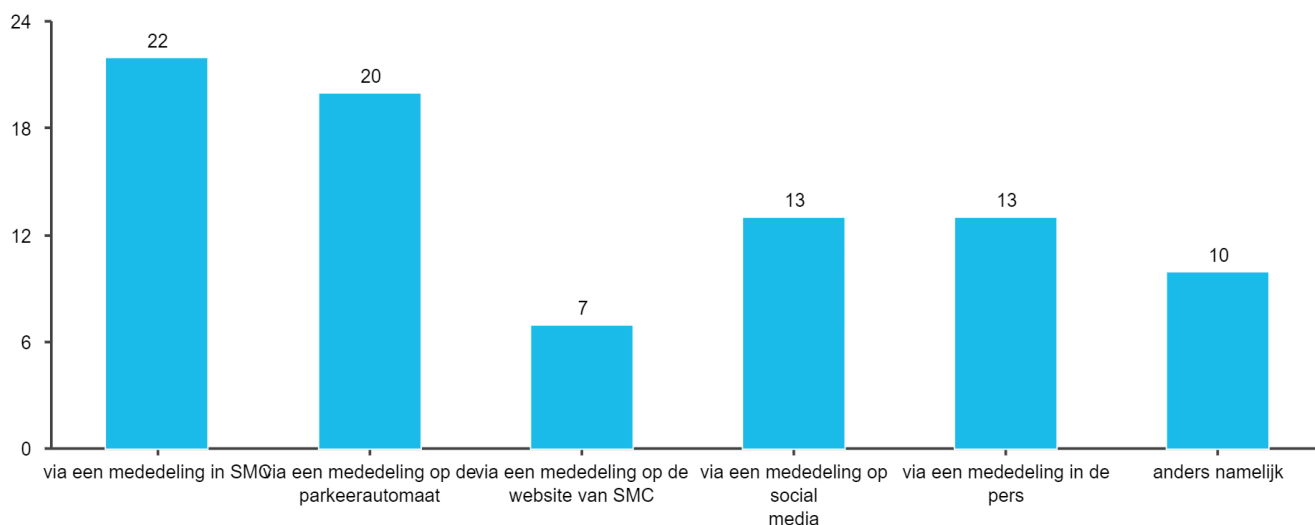
1. Wanneer wist u dat het parkeersysteem van SMC veranderd was?



35% van de respondenten was op de hoogte van de wijziging voordat deze zou ingaan. 27% werd over de wijziging geïnformeerd nadat deze was ingegaan en 37% was voor ontvangst van deze vragenlijst nog niet van de wijziging op de hoogte.

De vragen 2 tot en met 14 zijn alleen voorgelegd aan de 62 respondenten die op de hoogte waren van de wijziging.

2. Op welke manier heeft u van de verandering in het parkeersysteem gehoord? (hier waren meerdere antwoorden mogelijk)

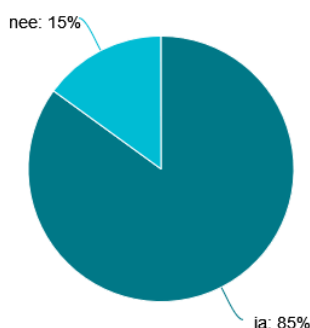


Het vaakst blijken de respondenten geïnformeerd te zijn door mededelingen in SMC en/of op de parkeerautomaten zelf (42 van de in totaal 85 reacties), het minst vaak door een mededeling op de website van SMC (7 reacties). Social media en de pers worden beide 13 keer genoemd als bron van informatie.

De 10 reacties onder de categorie 'Anders' betreffen met name die gevallen waarin patiënten/bezoekers in de praktijk met de wijziging werden geconfronteerd zonder dat zij hiervan wisten:

- toen we van de parkeerplaats weg wilden rijden
- bij het willen afrekenen
- Ik werd ermee geconfronteerd toen het er was.
- bij weggaan, na een afspraak.
- in de praktijk bemerkt.

3. Was de informatie over de invoering van het cashless parkeren duidelijk voor u?



85% van de respondenten geeft aan dat de informatie over de wijziging voor hen duidelijk was. Voor 15% was de informatie niet duidelijk.

4. Wat vond u niet duidelijk in de informatie?

Sommige respondenten geven als reden op dat ze geen informatie hadden dan wel deze niet konden vinden, zoals blijkt uit onderstaande selectie uit de reacties:

Informatie ontbrak

Ik werd ermee geconfronteerd, in een stortbui van regen, zonder een afdoende bescherming van de regen. Doorwaternat heb ik ik de instructies moeten opvolgen.

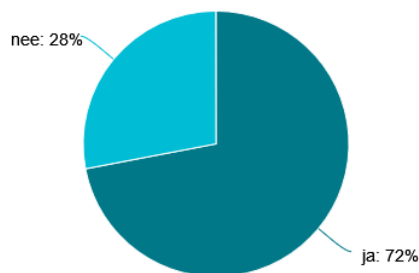
We kwamen er pas achter toen we vertrokken na een afspraak. Toen zagen we dat de betaalautomaat naast de ingang er niet meer was. Een extra brief bij de bevestigingsafspraak zou fijn zijn geweest.

Anderen noemen specifieke onderwerpen waarover onduidelijkheid was:

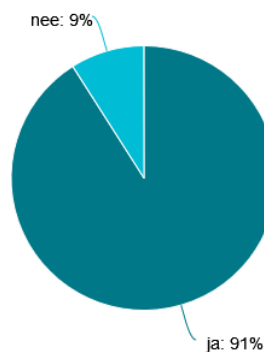
Gebruik van de voorloopkaart.

Apparaat werkt niet zoals het zou moeten.

5. Heeft u sinds de invoering van het cashless parkeren gebruik gemaakt van het parkeerterrein van SMC?



6. Was voor u duidelijk waar u kon betalen?



72% van de 61 respondenten heeft sinds de invoering van het cashless parkeren gebruik gemaakt van het parkeerterrein van SMC. Voor 40 van hen (91%) was duidelijk waar ze konden betalen, voor 4 niet.

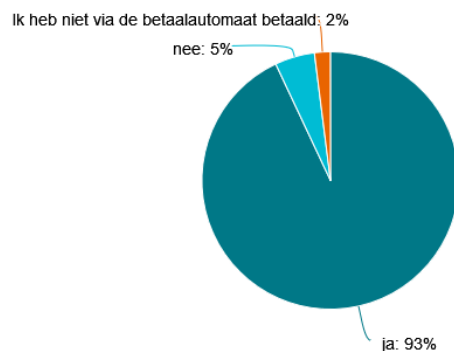
7. Waarom was het voor u niet duidelijk waar u kon betalen?

Als specifieke redenen worden genoemd:

Er bleek nog maar 1 automaat te zijn. Die op de parkeerplaats is weg.

Moest even zoeken de eerste keer, was snel opgelost.
--

8. Was de informatie op de betaalautomaat over de manier van betalen duidelijk voor u?



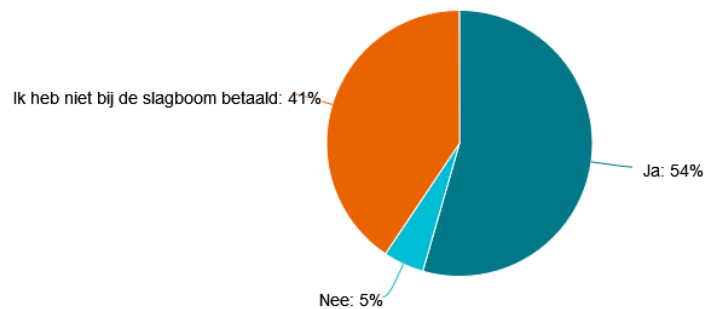
43 van de 44 respondenten (98%) die gebruik hebben gemaakt van het parkeerterrein hebben betaald bij een automaat. Voor 41 van hen was de informatie op de automaat duidelijk.

9. Wat was er niet duidelijk aan de informatie op de betaalautomaat?

Als specifieke reden wordt genoemd:

Hoe te handelen met een reductiekaart

10. Was de informatie bij de slagboom over de manier van betalen duidelijk voor u?



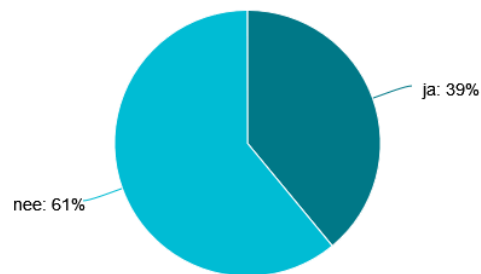
26 van de 44 respondenten (59%) die gebruik hebben gemaakt van het parkeerterrein hebben betaald bij de slagboom. Voor 24 van hen was de informatie bij de slagboom duidelijk.

11. Wat was er niet duidelijk aan de informatie bij de slagboom over de manier van betalen?

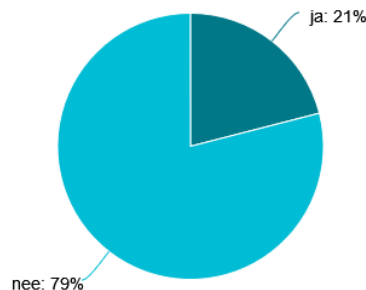
Eén respondent geeft het volgende aan:

Informatie wordt niet duidelijk en expliciet vermeld
--

12. Wist u dat er een overgangsperiode is geweest waarin nog met contant geld betaald kon worden?



13. Heeft u in deze overgangsperiode met contant geld betaald voor het parkeren?



24 van de 61 respondenten (39%) wisten dat er een overgangsperiode is geweest waarin nog met contant geld betaald kon worden. 5 van hen (21%) hebben in deze periode met contant geld betaald.

14. Wat waren uw ervaringen daarmee?

De ervaringen van de respondenten die met contant geld hebben betaald zijn over het algemeen positief. Wel geeft één van hen aan dat er te weinig betaalautomaten zijn met als gevolg "te veel zoeken".

De laatste twee vragen, 15 en 16, zijn weer voorgelegd aan alle 99 respondenten.

15. Wilt u nog iets kwijt over de communicatie door SMC over het cashless parkeren?

17 respondenten hebben een reactie gegeven. Die reacties kunnen globaal in twee categorieën worden onderverdeeld.

- reacties die aangeven dat er meer over cashless parkeren gecommuniceerd had moeten worden
- reacties die ingaan op specifieke knelpunten die in de praktijk met het cashless parkeren zijn ervaren.

Voorbeelden van reacties die aangeven dat er meer over het cashless parkeren gecommuniceerd had moeten worden:

- Voortaan meer via huis aan huisbladen en social media communiceren
- Ik volg jullie op de socials, lees de Groot Nissewaard en toch heb ik het gemist. Bijzonder
- Er is eigenlijk erg weinig over gecommuniceerd.
- Meer duidelijkheid zou wenselijk zijn.
- Ik zou graag hierover geïnformeerd geweest zijn zodat ik niet met problemen had gestaan bij de automaat.

Voorbeelden van reacties die ingaan op specifieke knelpunten die in de praktijk zijn ervaren:

- Ik draai iedere maand de inloop voor borstkankerpatienten en krijg een vergoedingskaart, maar als het zonnig is dan kun je het niet goed lezen. Misschien met zonwerende folie op de zijkanten?
- Jammer dat de automaat buiten staat en dat er maar 1 automaat is
- 2x gebruikt en 2 x was er storing.
- Is me opgevallen dat oudere mensen er moeite mee hebben.

16. Heeft u nog tips voor SMC hoe zij patiënten en bezoekers (nog) beter kunnen informeren over toekomstige veranderingen?

Op deze vraag zijn 25 reacties gekomen. De meeste daarvan noemen suggesties voor een betere, en met name meer persoonlijke, op de individuele patiënt gerichte communicatie. Een selectie uit deze reacties:

- Breng patiënten op de hoogte. Ik en mijn partner wisten van niks. En hij komt iedere maand wel een keer.
- Ik zou nog meer "reclame" maken
- Meer info via sociale media verschaffen.
- Via mail of locale kranten
- Zet een aantal goede begeleiding gidsen neer.
- Inschrijven voor een maandelijkse nieuwsbrief
- Bij de afspraakbrief een update over komende of nieuwe veranderingen zou fijn zijn. Let dan op de grootte van de letters, hiermee kan je duidelijk maken dat het belangrijke informatie is
- Via het SMC patiëntenportaal voor hen die zijn aangesloten. Het blijft lastig om iedereen vooraf te informeren en als je in het SMC geen direct bezoekmoment hebt, is verandering een kwestie van ervaren zo is de hele samenleving
- Bij een bezoek de betreffende patiënt standaard informeren over parkeersysteem (tot bv 1-10-2024)
- Misschien folders uitgeven zodat het thuis rustig te lezen was geweest. Nu sta je met veel mensen in je rug te tobben
- Stuur patiënten een nieuwsbrief met deze info per maand of 1x3 maanden.

Ook zijn er enkele reacties die pleiten voor een betere zichtbaarheid van de betaalautomaten:

- Misschien verwijzingsbordje bij de uitgang waar de betaalautomaat staat? Omdat ik toch als ik de inloop draai mensen zie lopen naar de receptie waar die betaalautomaat staat!
- Meer betaalautomaten bij hoofdingang; nu is er vaak een wachtrij.

Conclusies

1. **Op basis van dit panelonderzoek lijkt het doel om patiënten en bezoekers vooraf te informeren over de wijziging naar cashless parkeren onvoldoende gerealiseerd.**

Bijna 65% van de respondenten wist vooraf niet van deze wijziging en 37% kwam dit pas bij het ontvangen van de vragenlijst te weten.

2. **De informatie over de wijziging werd over het algemeen als duidelijk ervaren en dit geldt ook voor de informatie op de betaalautomaat en bij de slagboom.**

Voor 85% van de respondenten die op de hoogte waren was de informatie over de invoering van het cashless parkeren duidelijk. Ook was voor 91% van hen duidelijk waar betaald kon worden. Tenslotte was voor meer dan 90% van de respondenten die betaald hebben bij automaat of slagboom de informatie over het gebruik daarvan duidelijk.

3. **Respondenten hebben meer gebruik gemaakt van betaling bij de parkeerautomaat dan van betaling bij de slagboom.**

De mogelijkheid om te betalen bij de slagboom wordt op het patiëntenportaal niet expliciet genoemd. Over het cashless parkeren staat hier: 'Let op: vanaf eind februari kunt u bij Spijkenisse Medisch Centrum alleen cashless parkeren. U kunt dan met pinpas/ creditcard betalen en niet meer met munt- of papiergeld'.

4. **De respondenten geven aan bij deze en toekomstige wijzigingen behoefte te hebben aan een meer gerichte informatievoorziening.**

Genoemd worden informatie via mail, bij de afspraakbrief, via folders, via een nieuwsbrief en het patiëntenportaal. Deze vormen van informatievoorziening hebben gemeen dat patiënten persoonlijk worden geïnformeerd in plaats van via algemene media.

Adviezen

1. **Geef door middel van gerichte informatie alsnog aan dat zowel bij de betaalautomaten als bij de slagboom betaald kan worden.**

Deze informatie kan verstrekt worden via de mail, bij de afspraakbevestiging, de herinnering en/ of op het patiëntenportaal.

- 2. Maak bij toekomstige wijzigingen gebruik van persoonlijke, aan de individuele patiënt gerichte communicatie. Dit sluit ook aan bij de wensen van de panelleden.**

Gedacht kan worden aan een pop-up scherm bij het inloggen in SMC en aan een vermelding bij de afspraakbevestiging.

- 3. Ga bij toekomstige wijzigingen expliciet na of ondersteuning ter plekke als aanvulling op de communicatie toegevoegde waarde heeft.**

Hierbij kan gedacht worden aan vrijwilligers die patiënten/bezoekers helpen bij het omgaan met gewijzigde omstandigheden. Een dergelijke ondersteuning kan de doorstroming op drukke momenten verbeteren.

- 4. Voer naar aanleiding van ervaringen van de respondenten praktische aanpassingen door die het gebruiksgemak voor patiënten/bezoekers vergroten.**

Wij denken hierbij aan de volgende aanpassingen.

- *Het afschermen van het schermje van de parkeerautomaten tegen hinderlijke reflectie en zonlicht;*
- *Duidelijker aangeven waar de twee betaalautomaten staan, bijvoorbeeld door er een grote felgekleurde 'P' op te zetten;*
- *Bij de handleiding op de automaten ook aangeven hoe er met de uitrijkaart en de reductiekaart omgegaan moet worden;*
- *Op de betaalautomaten eensluidende en duidelijke informatie zetten, bijvoorbeeld:*
 - *Scan uw uitrijkaart bij A*
 - *Scan vervolgens uw vergoedings/65+kortingskaart bij A*
 - *Betaal met uw pinpas/creditcard bij B*
 - *Contact met een medewerker?: druk op C*