

**STAKEHOLDERWATCH**

# Ontwikkeling reputatie UWV

Uitkomsten uit Stakeholderwatch: oktober 2023

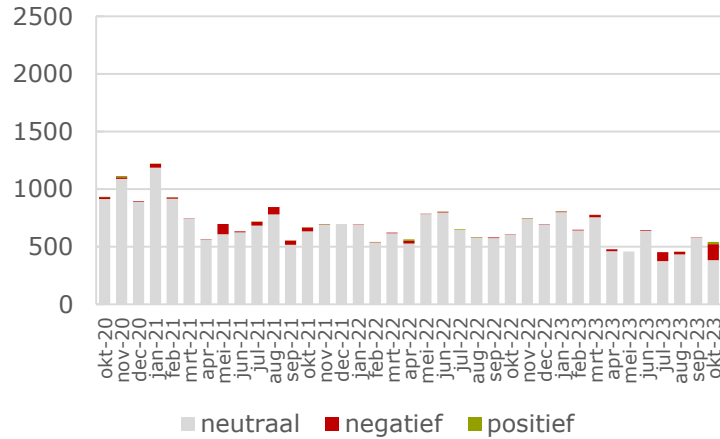


# Deze rapportage

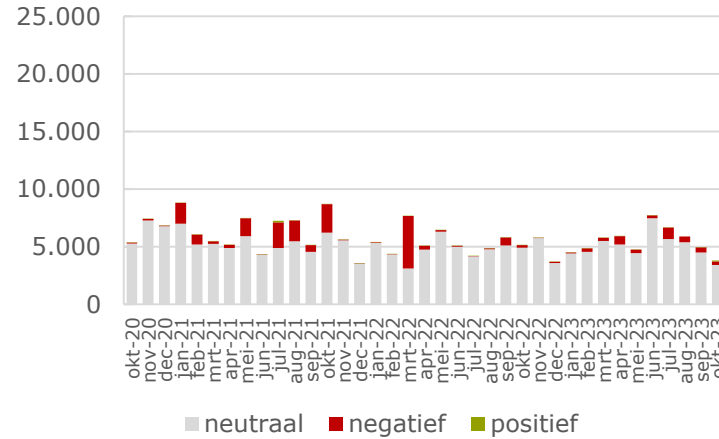
- Biedt inzicht in de ontwikkeling van de reputatie van UWV op maandniveau.
- Geeft zowel kwantitatief als kwalitatief inzicht in het beeld dat het Nederlands publiek heeft van UWV.
- Vergelijkt deze inzichten met benchmarkorganisaties Belastingdienst en SVB.
- Geeft inzichten en aanknopingspunten om meer grip te krijgen op de beeldvorming rond, en de reputatie van UWV.
- Periode van onderzoek: oktober 2018 – oktober 2023, gemeten met Stakeholderwatch.

# Scores stabiel in oktober

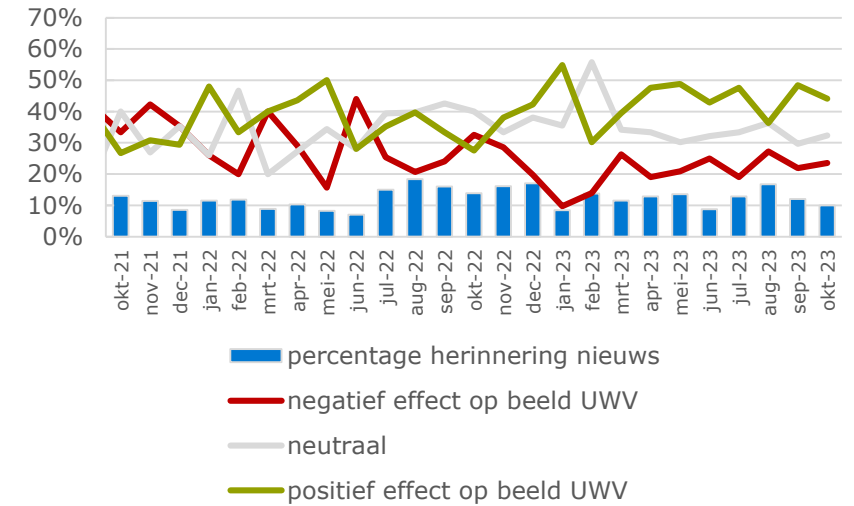
**Sentiment en volume redactionele media**



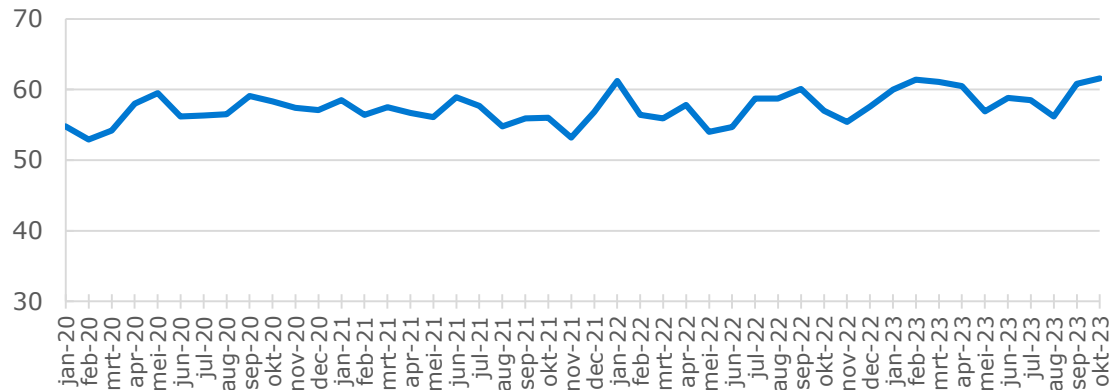
**Sentiment en volume social media**



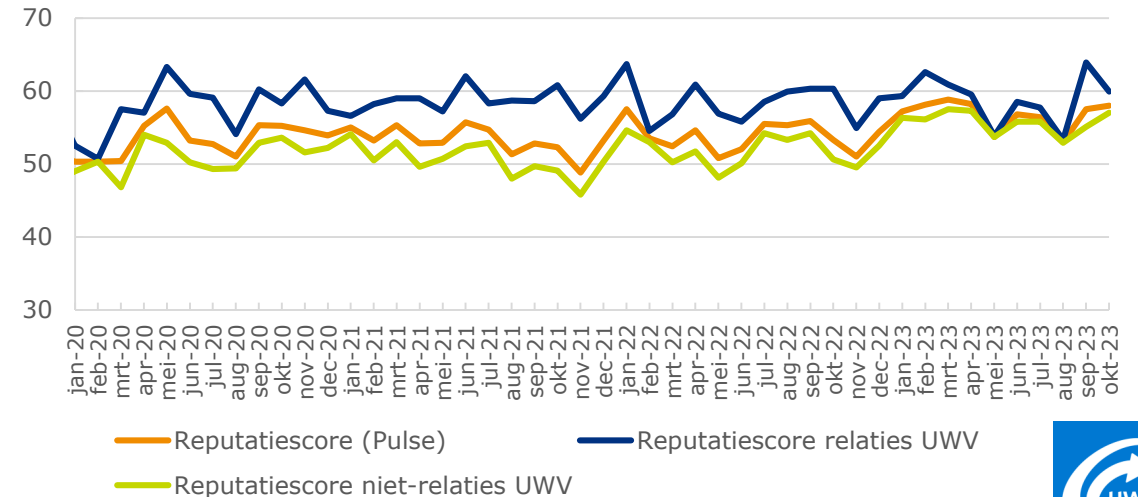
**% dat nieuws over UWV herinnert /  
aandeel daarvan negatief/positief effect op  
beeld UWV**



**Merkindex (gemiddelde merkitems)**



**Reputatiescore onder  
relaties en niet-relaties**



# Reputatiescore stabiel (+0,5) in oktober 2023

- Reputatie (Pulse) is in oktober 58 (was 57,5 in september).
  - Het verschil met vorige maand is niet significant (niet uitgesloten dat het verschil komt door toeval).
  - De score van 58 voor oktober zit boven het gemiddelde van de afgelopen 6 maanden (55,9) en boven het gemiddelde over 2022 (53,8).
- Reputatiescore daalt bij relaties en stijgt bij niet-relaties.
- Scores van merkitems stabiel.
- Aantrekkelijkheid van UWV als werkgever is stabiel.
- Redactioneel mediavolume en bereik dalen. Volume daalt 28%, bereik daalt 7%. Sentiment voornamelijk neutraal (71%).
- Volume daalt en bereik stijgt op social media. Volume berichten daalt 23%. Bereik hoger (+23%). Sentiment merendeel neutraal (90%).
- Meeste mensen horen over UWV via de directe omgeving, gevolgd door website en direct contact. Gemiddeld gezien over alle touchpoints is er een positief (56%) of neutraal (30%) effect op het beeld van UWV. 14% zorgt voor een negatief effect. Bij nieuwsmedia en direct contact is het positief effect relatief kleiner geworden ten opzichte van vorige maand.

# Ontwikkeling reputatie en merkimago

# Reputatiescore UWV stabiel

- stijging is niet significant t.o.v. vorige maand;
- reputatie-indicatoren stabiel;
- SVB daalt, Belastingdienst stijgt.

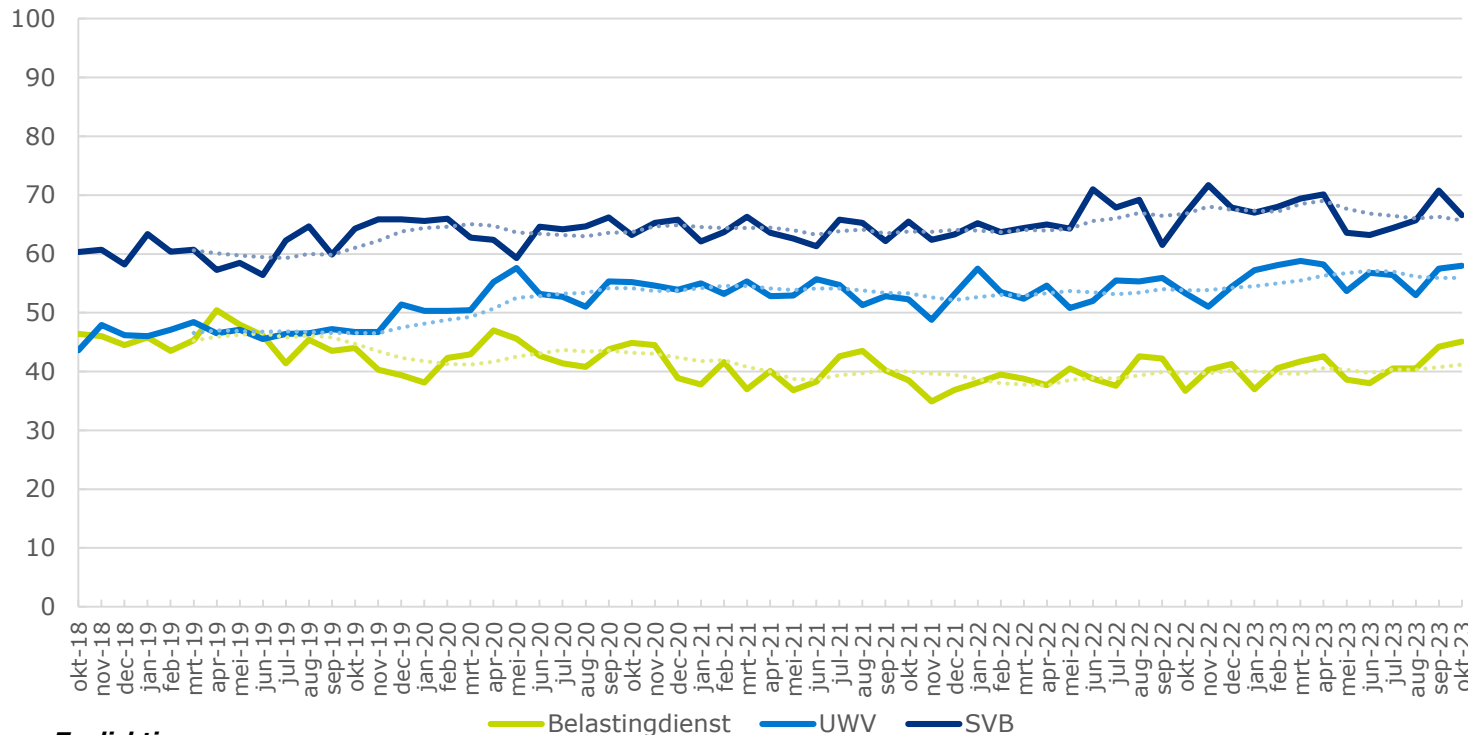
Pulsescore  
UWV

## 58,0

(+0,5)

- ≥ 80: uitstekend
- 70-79: sterk/robuust
- 60-69: gemiddeld
- 40-59: zwak/kwetsbaar
- < 40: slecht

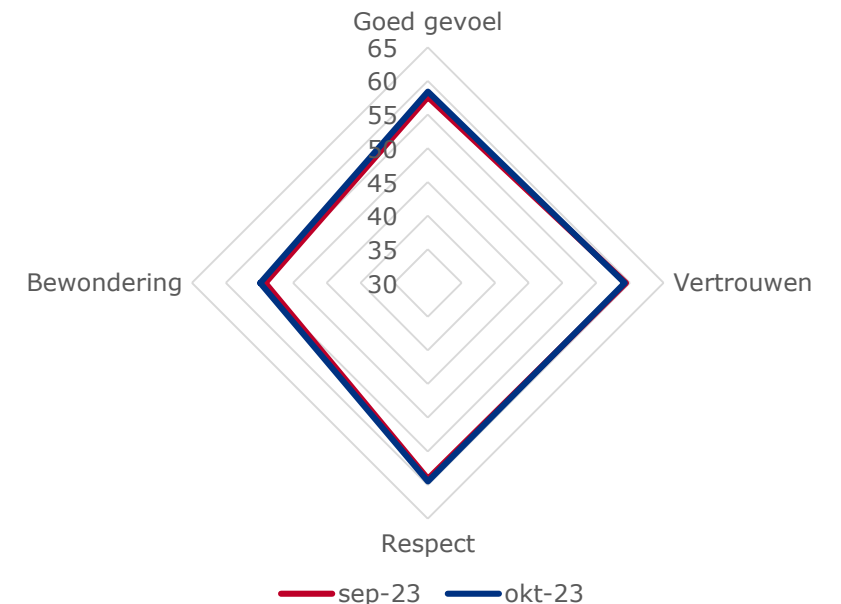
**Ontwikkeling Reputatiescore (Pulse)  
voor UWV en benchmark**



**Toelichting:**

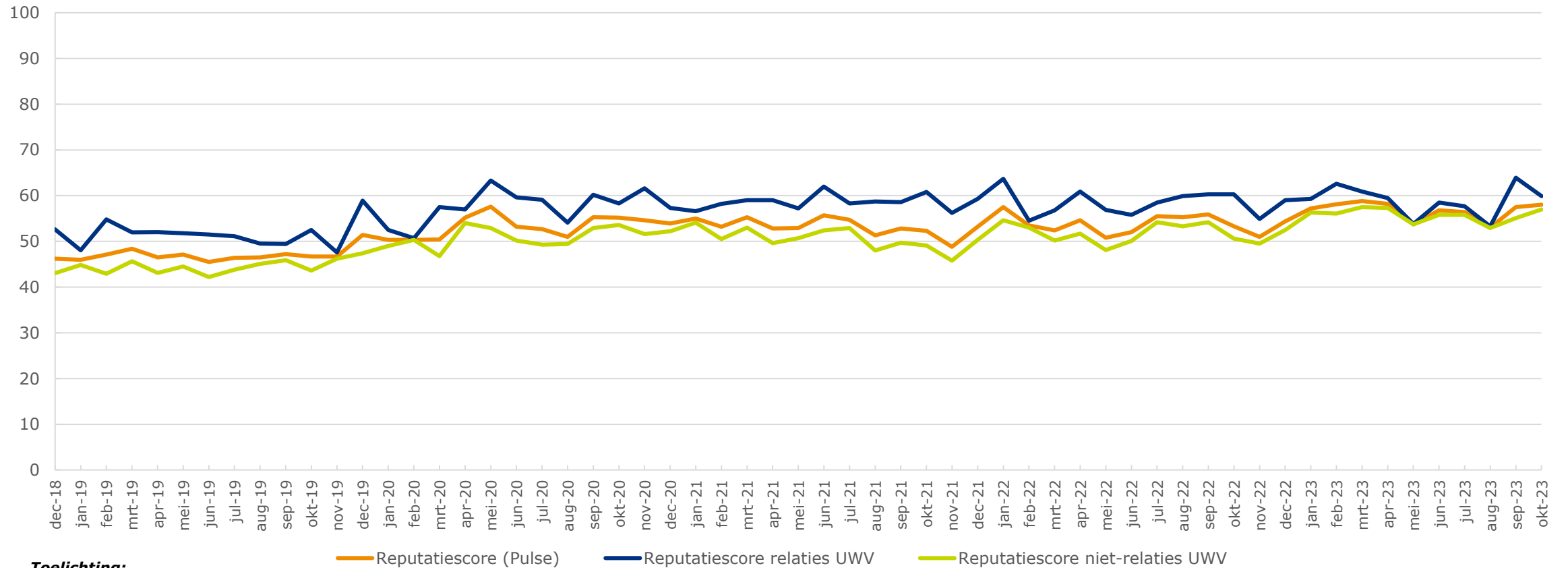
De reputatiescore is het gemiddelde van de score op stellingen over de reputatie-indicatoren (goed gevoel, bewondering, respect en vertrouwen). De score is gegeven op een 7-puntsschaal en omgerekend naar een schaal van 0-100. De stippellijnen in de grafiek laten het gemiddelde van de afgelopen 6 maanden zien, waarmee de trend zichtbaarder wordt.

**Reputatie-indicatoren UWV**



# Reputatiescore daalt bij relaties en stijgt bij niet-relaties

Ontwikkeling Reputatiescore (Pulse)  
voor UWV



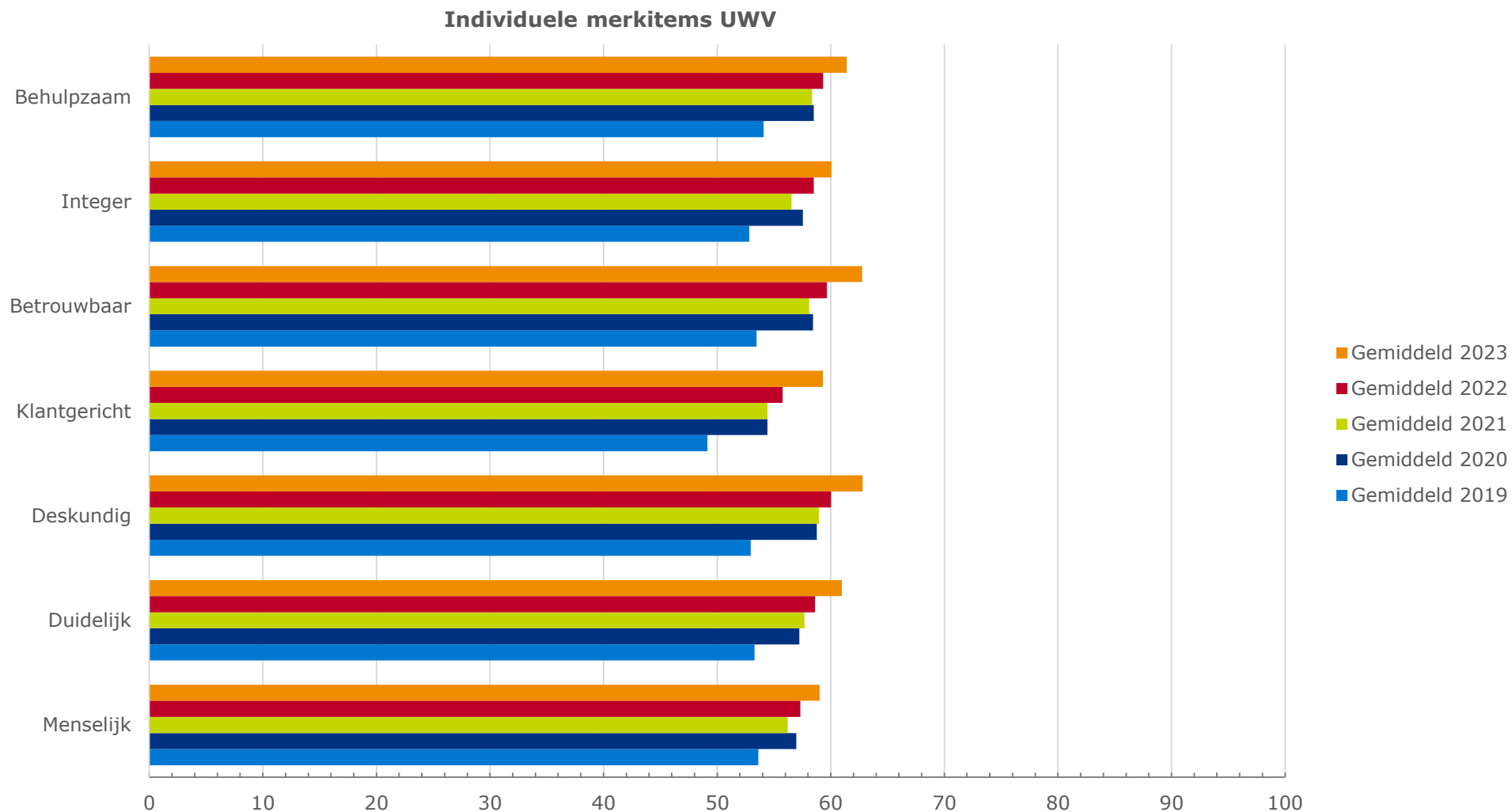
**Toelichting:**

Niet-relaties zijn respondenten die zeggen geen relatie met UWV te hebben. Een relatie hebben met UWV kan zijn: medewerker van UWV, aanvragers/ontvangers uitkering, namens werkgever contact met UWV en overige ('op andere manier met UWV te maken'). Gemiddeld bestaat zo'n 33% van de respondenten uit relaties en 67% uit niet-relaties.



# Merkitems (1)

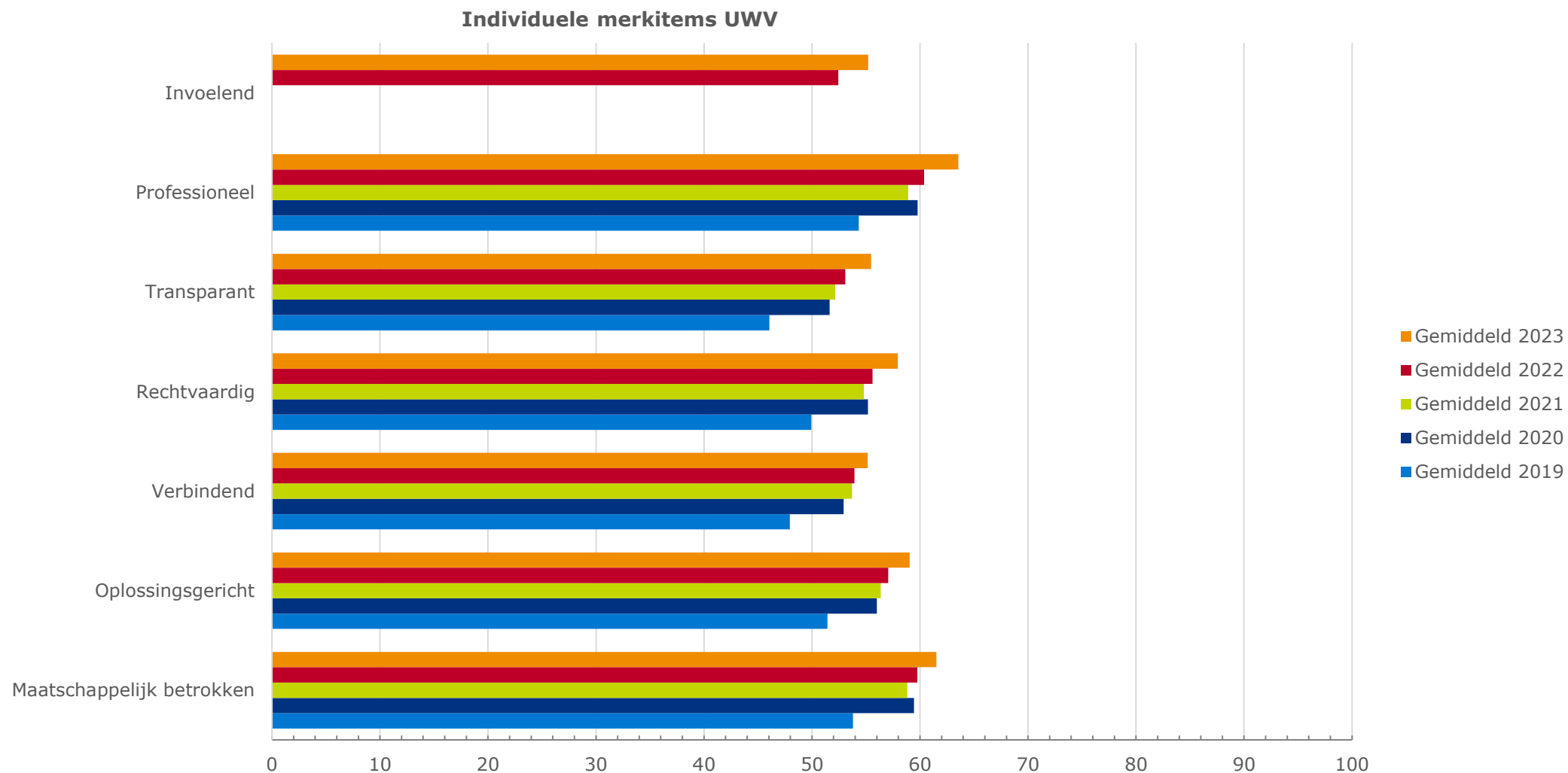
Vergelijking gemiddelde dit jaar met vorige jaren





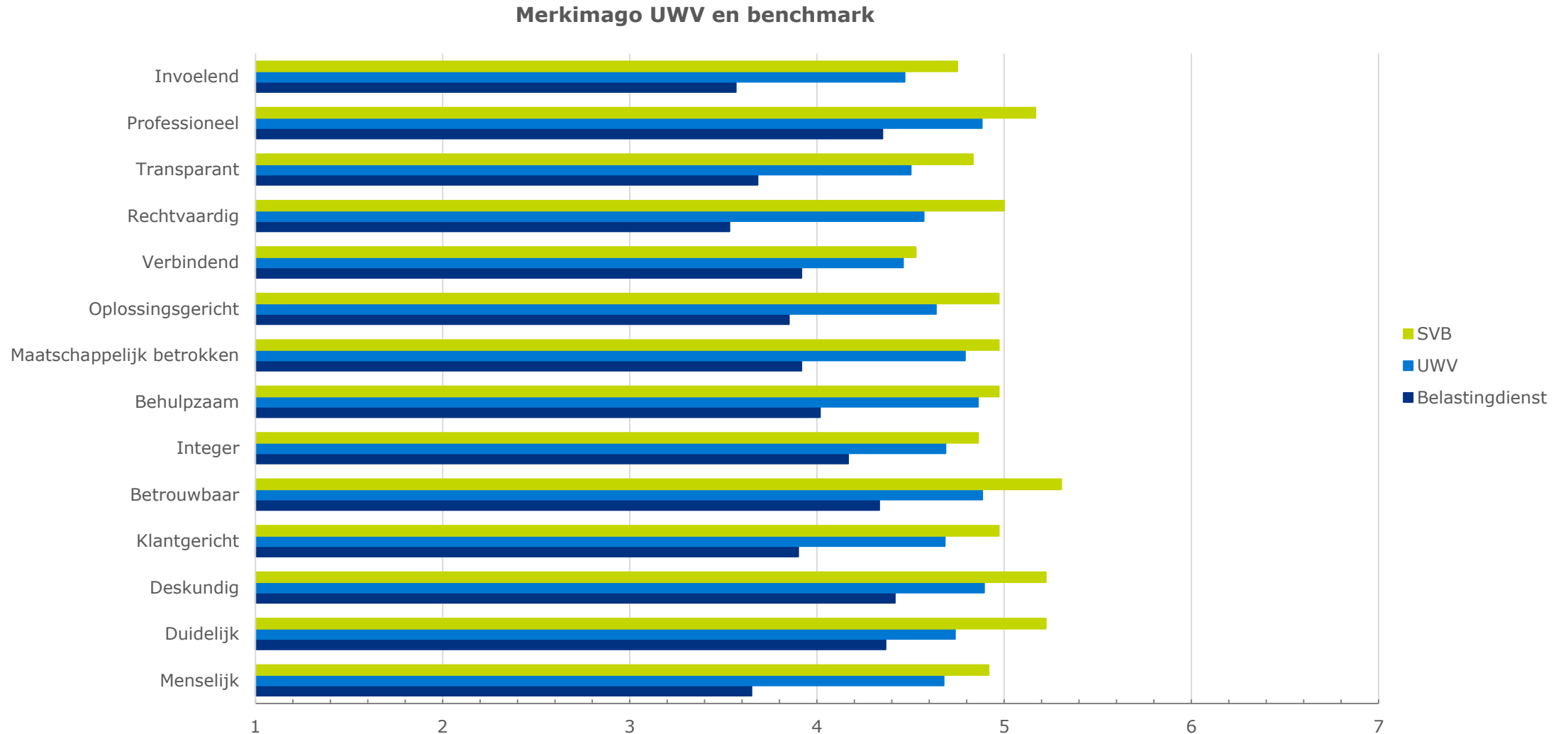
# Merkitems (2)

Vergelijking gemiddelde dit jaar met vorige jaren



# Benchmark oktober: merkimago UWV stabiel

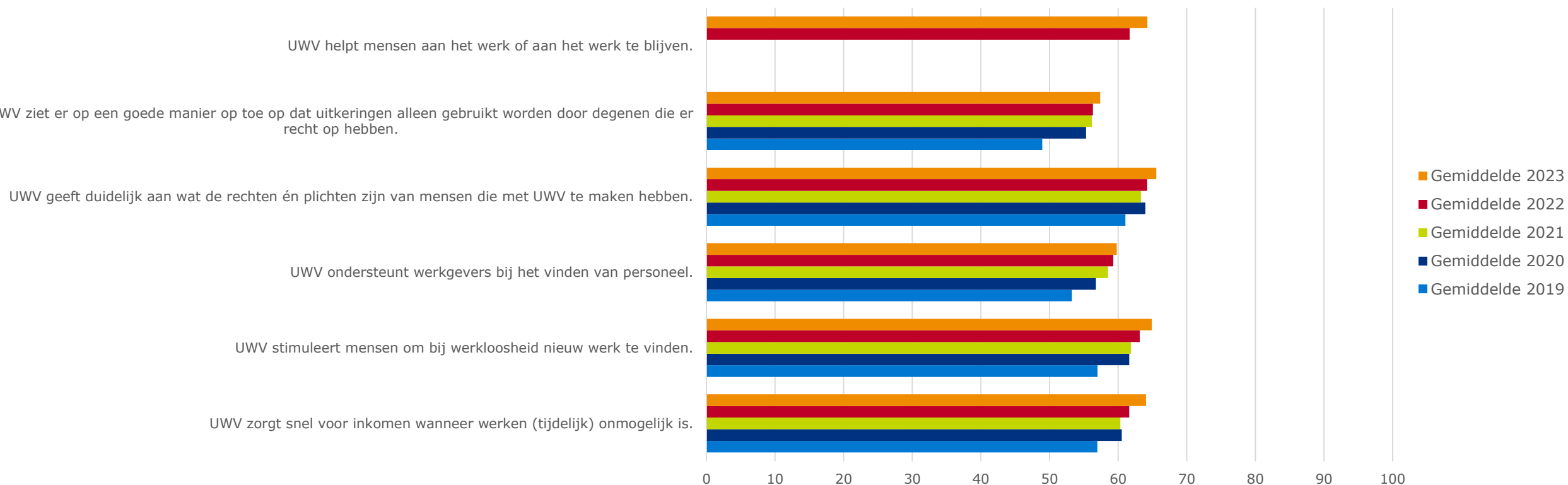
SVB daalt en Belastingdienst stijgt.



# Oordeel op stellingen over UWV (2)

Vergelijking gemiddelde dit jaar met vorige jaren

## Score stellingen kerntaken UWV



**Toelichting:**

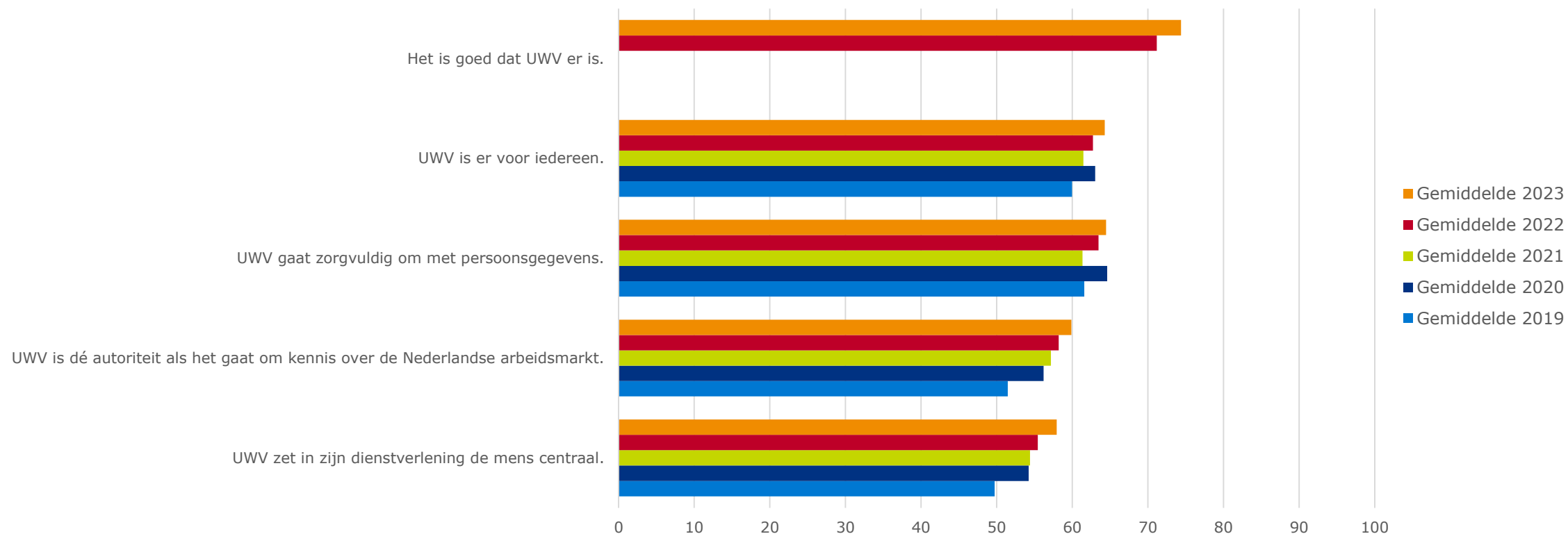
Voor deze grafiek zijn scores op een 7-puntsschaal (0 helemaal oneens - 7 helemaal eens) op de stellingen omgezet naar een schaal van 0-100. En let op: de Y-as begint bij 40.



# Oordeel op stellingen over UWV (3)

Vergelijking gemiddelde dit jaar met vorige jaren

## Score stellingen overige taken UWV



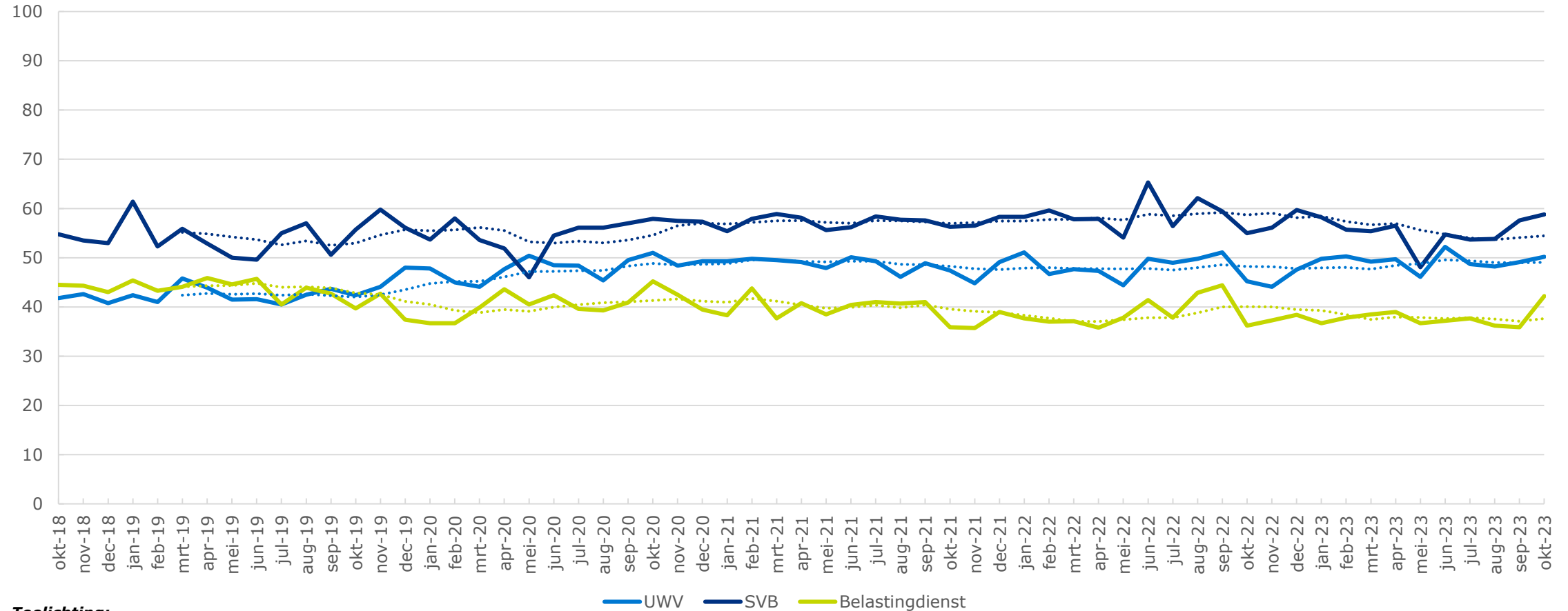
**Toelichting:**

Voor deze grafiek zijn scores op een 7-puntsschaal (0 helemaal oneens - 7 helemaal eens) op de stellingen omgezet naar een schaal van 0-100.

# Aantrekkelijkheid als werkgever stabiel

SVB en Belastingdienst stijgen.

## Aantrekkelijkheid als werkgever

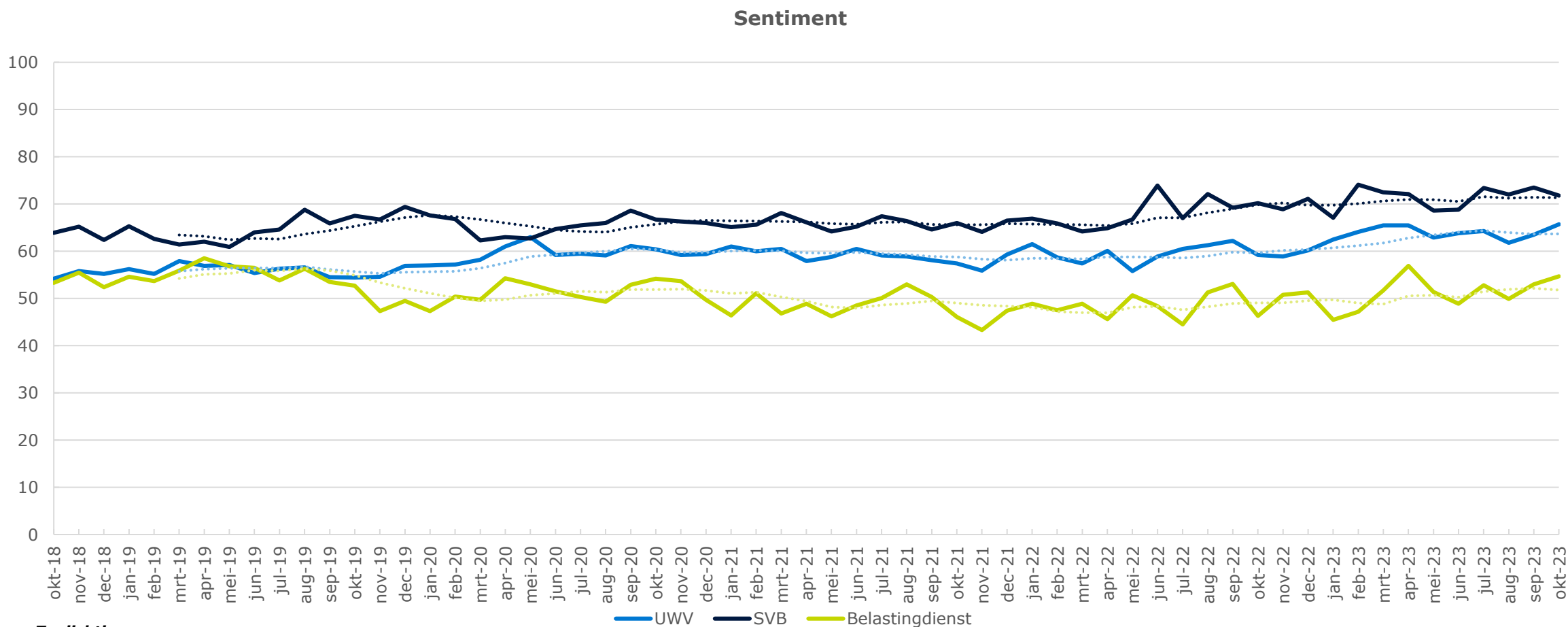


### Toelichting:

Voor deze grafiek zijn scores op een 7-punts schaal (0 helemaal niet aantrekkelijk - 7 zeer aantrekkelijk) op de stelling "In hoeverre vindt u UWV een aantrekkelijke werkgever?" omgezet naar een schaal van 0-100. De stippellijn geeft het zwevend gemiddelde van de afgelopen 6 maanden weer.

# Sentiment omtrent UWV

Vraagstelling: 'Hoe positief of negatief is uw algehele gevoel ten opzichte van UWV/SVB/Belastingdienst op dit moment?'



**Toelichting:**

Voor deze grafiek zijn scores op een 7-puntsschaal (0 zeer negatief – 7 zeer positief) op de vraag "Hoe positief of negatief is uw algehele gevoel ten opzichte van UWV op dit moment?" omgezet naar een schaal van 0-100. De stippellijn geeft het zwevend gemiddelde van de afgelopen 6 maanden weer.

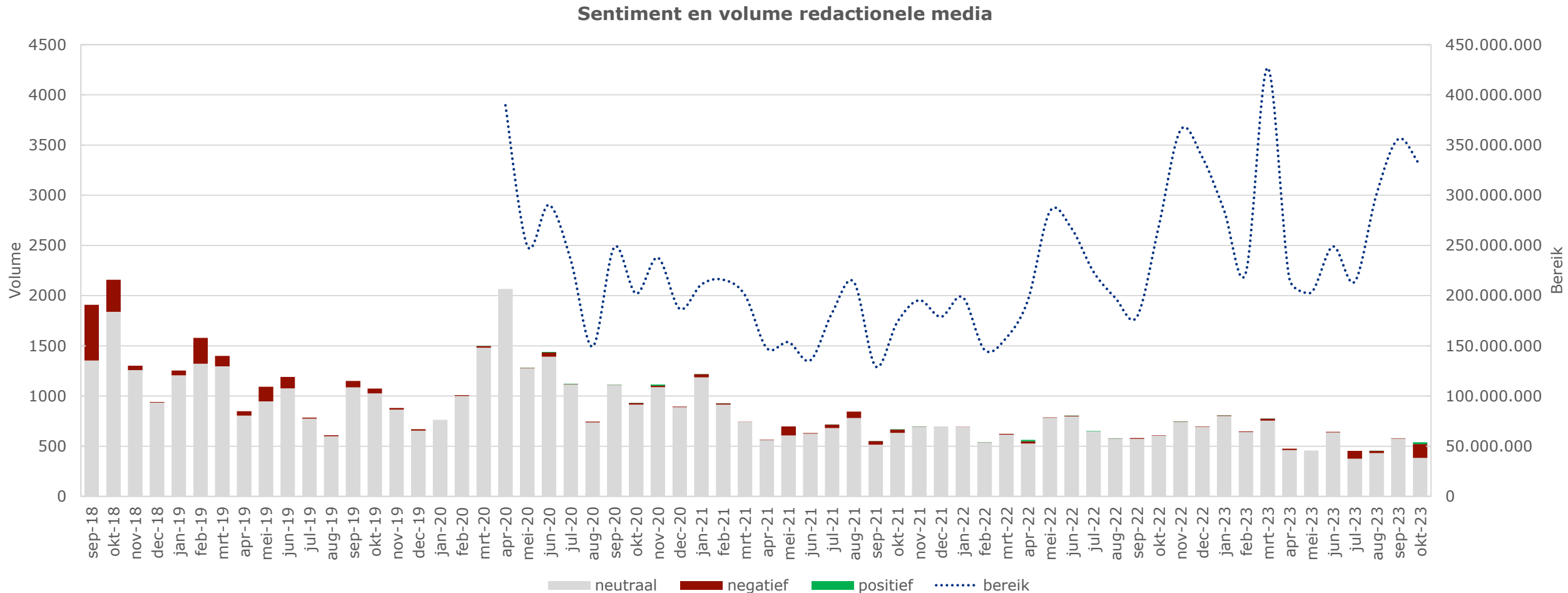


# **Context en het effect op sentiment UWV**

## Invloed van media en andere touchpoints

# Redactioneel mediavolume en bereik dalen

Volume daalt (-28%), bereik lager (-7%). Sentiment voornamelijk neutraal (71%).



**Toelichting:**

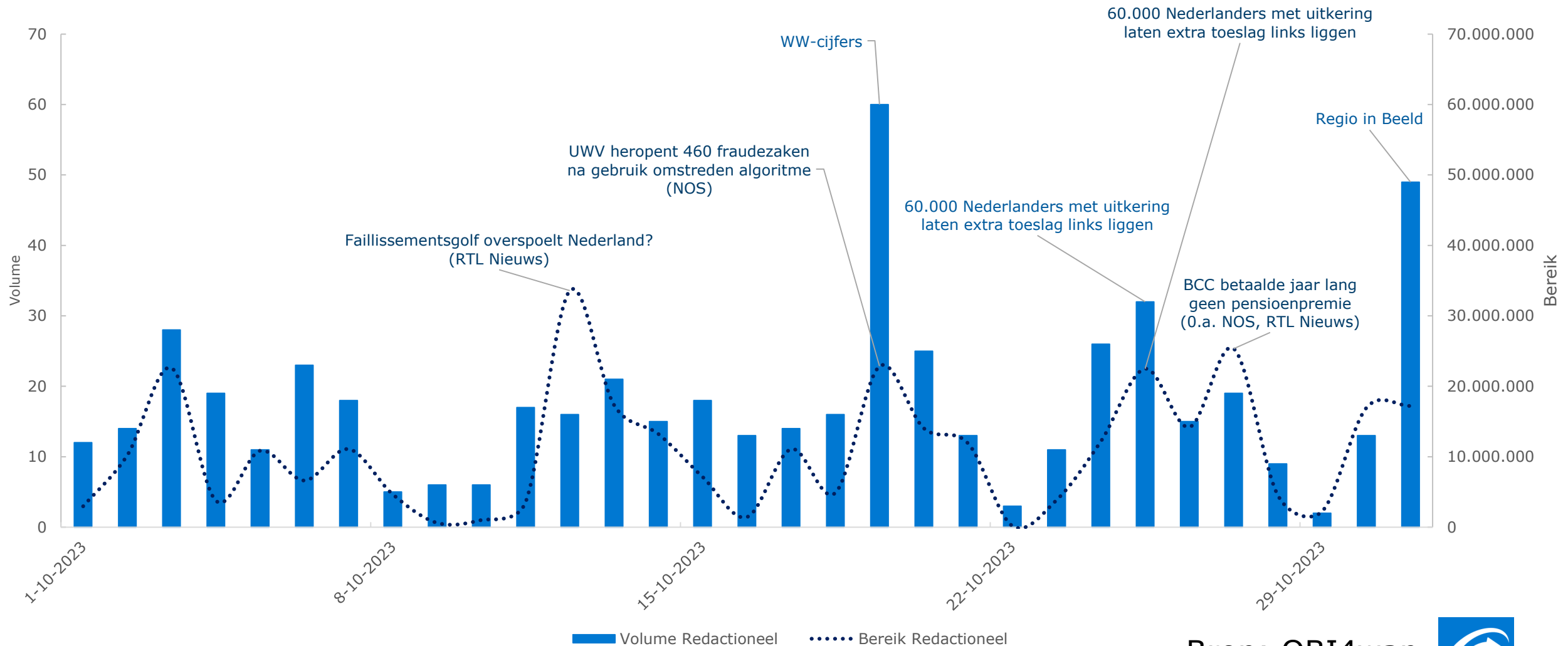
Vanaf 1-10-2022 wordt het bereik anders berekend (gebaseerd op gemiddelde maandelijkse bereikcijfers) in de tool van OBI4wan, waardoor dit cijfer hoger uitvalt.

Bron: OBI4WAN





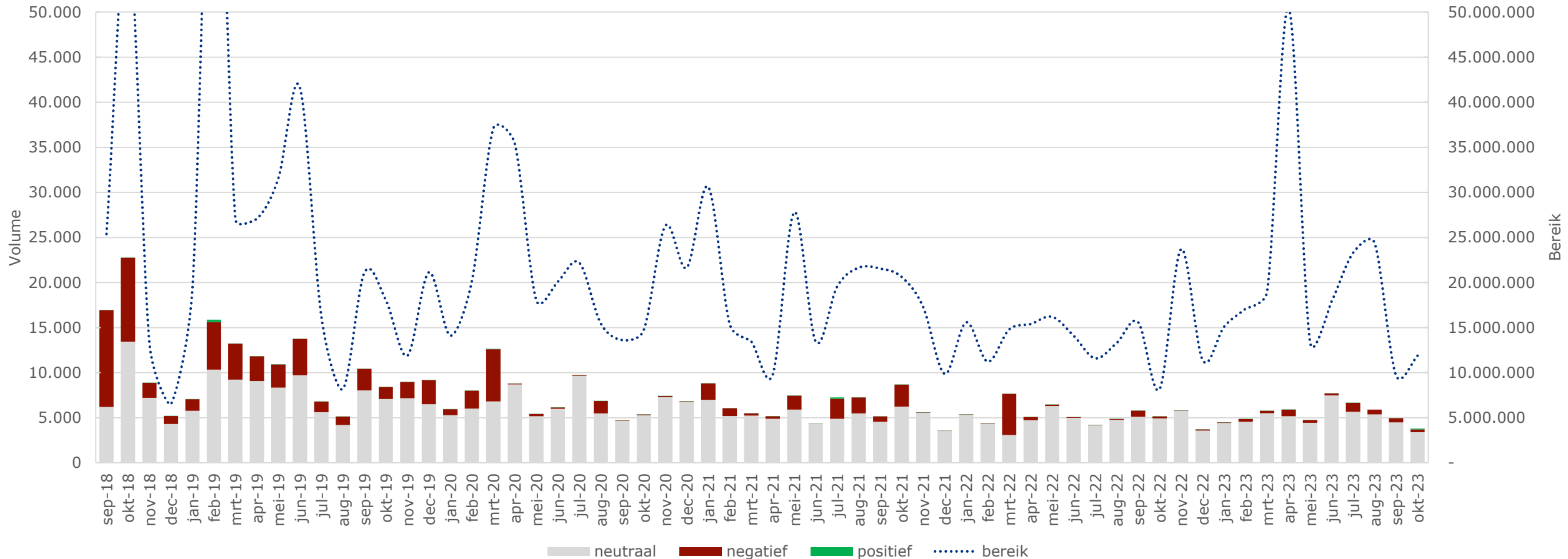
# Oktober: pieken volume/bereik redactionele media



# Volume daalt en bereik stijgt op social media

Volume berichten lager (-23%). Bereik hoger (+23%). Sentiment merendeel neutraal (90%).

### Sentiment en volume social media

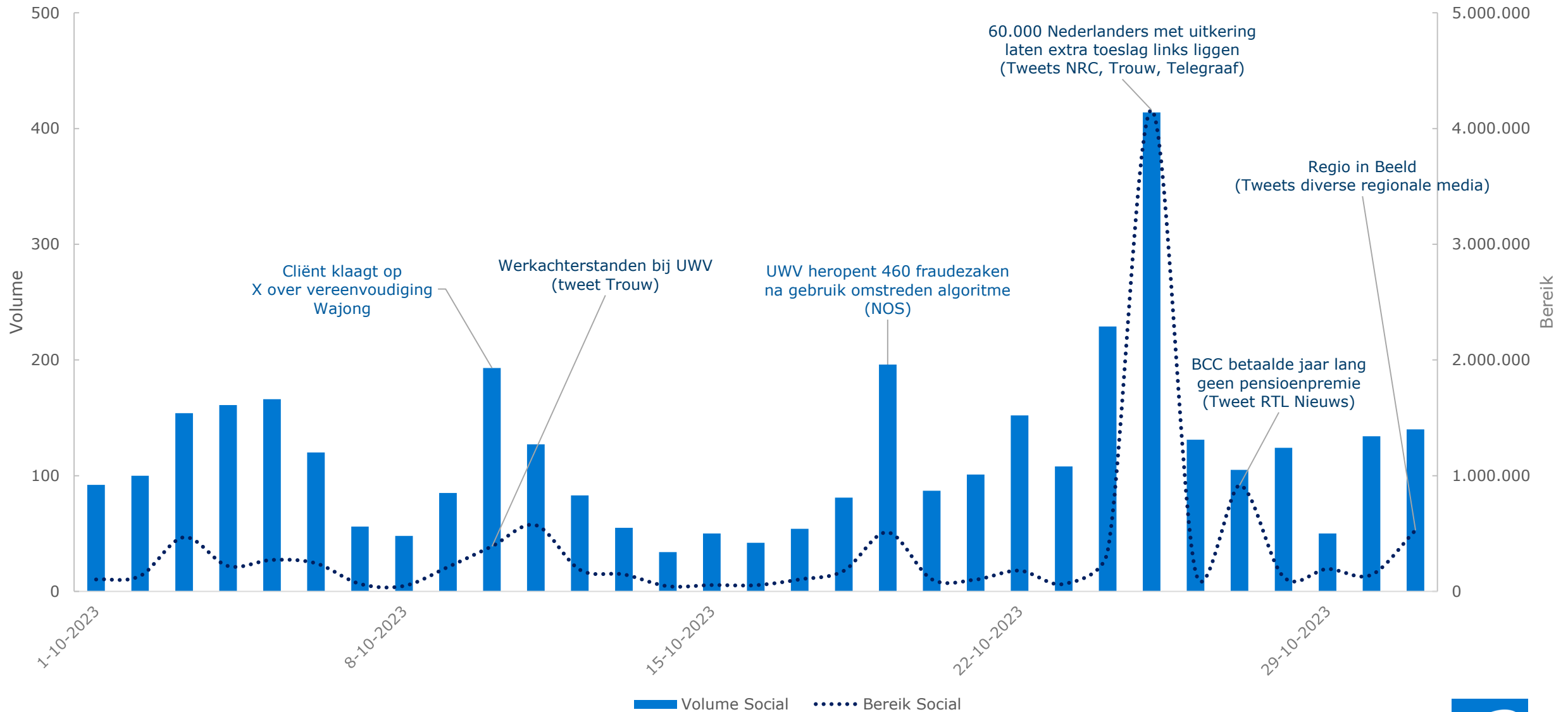


#### Toelichting:

Afnemende trend van volume van berichten door de jaren heen is voor een deel te verklaren doordat social media platformen het zoeken en analyseren van openbare berichten met tools van derden steeds meer beperken.

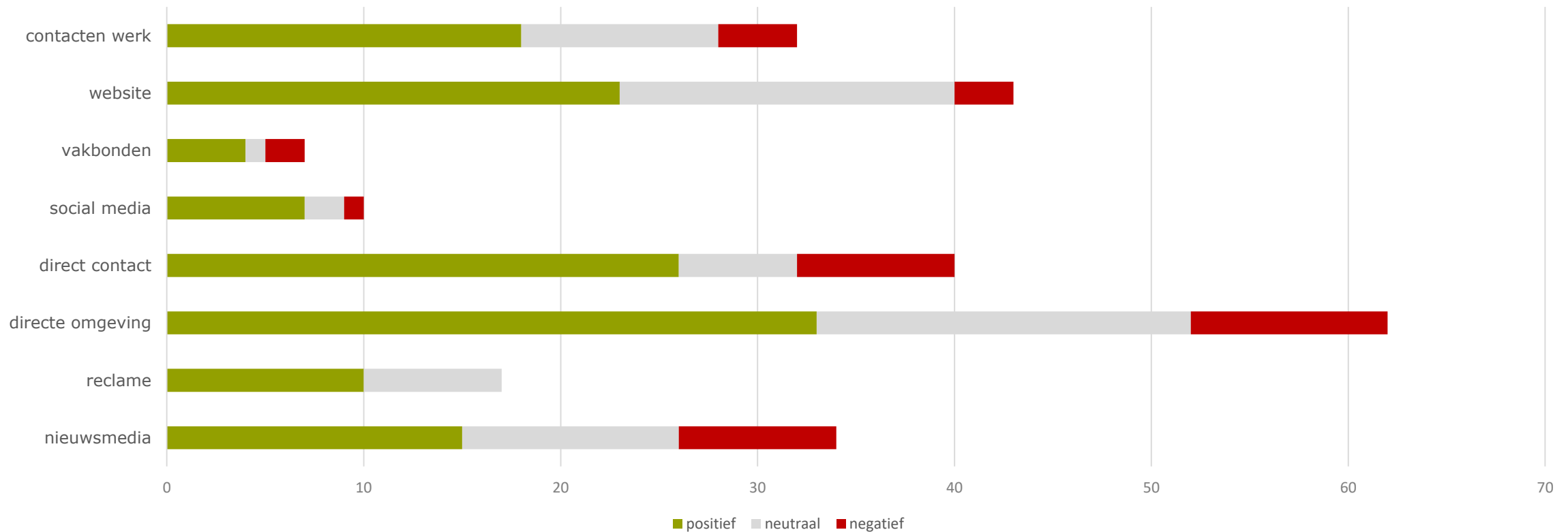


# Oktober: pieken volume/bereik social media



# Meeste mensen horen over UWV via de directe omgeving, gevolgd door website en direct contact.

Gemiddeld gezien over alle touchpoints is er een positief (56%) of neutraal (30%) effect op het beeld van UWV. 14% zorgt voor een negatief effect. Bij nieuwsmedia en direct contact is het positief effect relatief kleiner geworden ten opzichte van vorige maand.



**Toelichting:**

Sinds augustus 2021 is "contacten op werk" een van de suggesties in de vraagstelling.



- Continuumeting onder NL publiek (elke dag 10 respondenten, meestal zo'n 300 per maand)
- Korte vragenlijst met volgende onderwerpen:
  - Gevoel over UWV (negatief – positief) en verandering in dat gevoel
  - Reputatie (Reptrak Pulsescore)
  - Merkpersoonlijkheid (= 14 eigenschappen, vanaf augustus 2019 op maat voor UWV)
  - Herinnering van nieuws over UWV en mate waarin hierdoor perceptie wordt beïnvloed
  - Aantrekkelijkheid als werkgever en leverancier
  - Benchmark met SVB en Belastingdienst
  - Achtergrond gegevens (demografie, relatie met UWV)
- In juni en november 2020 zijn er een grotere steekproeven (n=967 en n=752) genomen in verband met een 0-meting voor onderzoek naar campagne-effecten.