



Voorlegger vergadering Raad van Bestuur UWV

Vergadering Raad van bestuur	
Datum	2 april 2024
Agendapunt	Agendapunt 12 Nummer 24 – 116
Onderwerp	Media- en reputatie jaarrapportage 2023
Directeur	Communicatie
Opsteller	
Portefeuillehouder RvB	Maarten Camps
Onderwerp heeft instemming van	
Directeur	Toelichting

Door Raad van Bestuur te nemen besluiten

1. De Raad neemt kennis van de media- en reputatieontwikkelingen in 2023. Hoe duiden we onze reputatieontwikkeling en zijn wij als organisatie voldoende in staat (geweest) om zichtbaar te zijn rondom onze vier belangrijkste thema's; (1) Menselijke maat en dienstverlening, (2) Arbeidsmarktontwikkelingen, (3) Preventie van werkloosheid en arbeidsongeschiktheid en (4) Sociaal medisch beoordelen.

Samenvatting onderwerp en reden bespreking

We analyseren de ontwikkeling in 2023. Hoe ontwikkelt de reputatie zich, wat is het mediabeeld en welke conclusies kunnen we trekken?

UWV reputatiescore in 2023 toegenomen naar 57 punten

Door iedere dag mensen te vragen naar hun mening over UWV, volgen we hoe het met de reputatie van UWV gedurende het jaar gaat. In 2023 hebben we ruim 4.000 mensen gevraagd naar hun beeld over UWV. De gemiddelde reputatiescore van UWV, die van nul tot honderd gaat, was in de eerste helft van 2023 57 en over het gehele jaar berekend komt deze score ook uit op 57. De reputatiescore is ten opzichte van het jaar ervoor met 3 punten gestegen. De reputatie is de laatste jaren over de gehele linie sterk gestegen en in december kwam deze score zelfs op 60 uit. De reputatie is een belangrijke graadmeter hoe het is gesteld met de algehele waardering en maatschappelijk draagvlak voor de organisatie.

Iedere dag leggen we tien mensen deze stellingen voor: "UWV is een bedrijf waar ik..."

- Een goed gevoel over heb
- Respect voor heb
- Vertrouwen in heb
- Bewondering voor heb

De gemiddelde score van deze vragen is de reputatiescore.

Reputatie score neemt toe bij niet-relaties

Over het algemeen kennen de mensen die een relatie hebben met UWV een hogere score toe aan UWV dan de groepen die geen relatie met UWV hebben. Een opvallende ontwikkeling is echter dat de groep 'niet-relaties' gedurende 2023 een steeds hogere reputatie waardering geeft aan UWV waardoor het verschil tussen deze twee groepen steeds meer afneemt. Meer proactieve berichtgeving en meer campagnes gericht op het grote publiek, 'UWV werkt voor ons allemaal', zijn hier debet aan.

'Het is goed dat UWV er is'

In het onderzoek wordt daarnaast met stellingen gevraagd wat het beeld is van hoe UWV zijn taken uitvoert. Op alle stellingen is een toename in positieve waardering te zien ten opzichte van 2022. 'Het is goed dat UWV er is', krijgt met 74 punten de hoogste score in 2023. 'UWV helpt mensen aan het werk of aan het werk te blijven' krijgt een score van 64 punten. 'UWV is de autoriteit van kennis van de Nederlandse arbeidsmarkt' krijgt 60 punten. 'UWV zet in zijn dienstverlening de mens centraal' krijgt 58 punten. De

laagste score met 57 punten krijgt de stelling 'UWV ziet erop toe dat uitkeringen alleen gebruikt worden door degenen die er recht op hebben'.

Verbetering 'Behulpzaam' en 'Menselijk'

Ook wordt het merkimage gemeten. Over de gehele linie zien we in 2023 een sterke verbetering ten opzichte van 2022 en de jaren daarvoor. Een paar items lichten we graag uit. 'Behulpzaam' steeg de laatste jaren van 54 naar 60. 'Menselijk' van 54 naar 58, 'betrouwbaar' van 53 naar 60 net als 'deskundig'. 'Klantgericht' steeg van 49 in 2020 naar 56 in 2023 en 'transparant' van maar liefst 46 naar 54 in dezelfde periode.

Touchpoints: lichte afname negatieve ervaring UWV

In het onderzoek naar de reputatie van UWV vragen we mensen ook waar ze UWV gezien of over UWV gehoord hebben. De grootste groep (n=2347) hoort over UWV uit de directe omgeving. Dat kunnen bijvoorbeeld familieleden of kennissen zijn die met UWV te maken hebben gehad. We zien dat de negatieve ervaring daalt van 27,3% in 2021 naar 20% in 2023. De negatieve ervaring na het zien van UWV in de media (n=1777) neemt ook af, van 31,6% in 2021 naar 19,7% in 2023. Voor social media (n= 603) geldt dat ook. Daar neemt de negatieve ervaring af van 19,9% in 2021 naar 7,4% in 2023.

Mediabeeld verbeterd

Van alle respondenten geeft 12% aan UWV in de media gezien te hebben in 2023, wat vergelijkbaar is met voorgaande jaren. Als mensen aangeven UWV gezien te hebben in de media, vragen we ook wat het effect hiervan is op hun beeld van UWV. We zien dat 44% aangeeft dat het zien van UWV een (heel) positief effect had. Van de overige respondenten geeft 36% aan dat het effect neutraal was en de overige 20% gaf aan dat het effect negatief was. Het negatieve effect is afgenomen ten opzichte van voorgaande jaren.

Media 2023: minder berichtgeving, verdubbeling proactieve media-aandacht

In de redactionele media verschijnen er ruim 9.600 berichten met een totaal potentieel bereik van 6.9 miljard. Dat is een daling van ruim 30 procent (4.400 berichten) ten opzichte van 2022. Er wordt minder over UWV bericht, dit is mede te verklaren door de wijze waarop UWV communicatief omgaat met issues en incidenten. Het geven van openheid van zaken, het betrachten van transparantie en de aanwezigheid in de media draagt hieraan bij. Daarnaast is te zien dat we procentueel zelf veel vaker het nieuws halen met eigen berichtgeving.

Van alle redactionele media is 21 procent van het bereik gegenereerd door UWV zelf. Dat is bijna een verdubbeling ten opzichte van 2022, toen was dat nog 11 procent. NU.nl, NOS en het AD zijn de meest impactvolle mediakanalen voor UWV. Op social media verschijnen de meeste berichten op Twitter (90.000), Facebook (5.000) en Instagram (2.131).

Verdriedubbeling aandacht 'menselijke maat'

Dat UWV meer menselijke maat in de dienstverlening wil, komt onder andere naar voren in toenemende berichtgeving over dit onderwerp. Zo wordt er niet meer gebeld vanuit UWV met een anoniem nummer en worden standaardbrieven aangepast. Verder was er aandacht voor wetten die te complex zijn met als gevolg dat ze slecht uit te voeren zijn en waardoor mensen deze niet goed snappen. Er verschijnen 638 redactionele berichten over dit thema. 18 procent van alle mediaberichtgeving over dit thema is door UWV geïnitieerd. Een flinke toename ten opzichte van 2022, toen nog maar 6 procent over dit onderwerp ging.

Voorkomen van werkloosheid staat voornamelijk in teken STAP en NOW

UWV komt met het thema voorkomen van werkloosheid, het meeste in het nieuws met betrekking tot de STAP-regeling. Ruim 36 procent van alle mediaberichtgeving is door UWV geïnitieerd. Daarbij ging er veel aandacht naar de aanvraagprocedures, waarbij storingen voorvielen. Ook werd er geschreven over de opleidingen die te volgen zijn via het budget. Zo zouden veel van deze opleidingen volgens critici niet bijdragen aan een betere positie op de arbeidsmarkt. Met betrekking tot de NOW-regeling was er met name aandacht voor de deadlines voor de definitieve berekeningen van de aanvragen. Naast de NOW-regeling, ook bedoeld om werkloosheid te voorkomen, is UWV relatief gezien beperkt in de media rondom dit onderwerp.

Krapte op de arbeidsmarkt trekt meeste landelijke en regionale aandacht

Het meest voorkomende thema in relatie tot UWV is de krapte op de arbeidsmarkt. De helft (50 procent) van alle berichtgeving over dit onderwerp is door UWV proactief gebracht. Net als in voorgaande jaren is UWV op dit onderwerp sterk in beeld als kennisorganisatie. Gedurende het jaar wordt vaak verwezen naar UWV voor het aantal WW-uitkeringen en de krapte in specifieke regio's of sectoren. De arbeidsmarktregio's van UWV komen in de redactionele media met name aan bod met publicaties over de krapte op de arbeidsmarkt. Vooral rondom de (pers)publicatie van de jaarlijkse 'Regio in beeld' cijfers trekken zeer veel aandacht van pers en stakeholders. Naast de cijfers en duiding door arbeidsmarktdeskundigen komt steeds vaker met casuïstiek de dienstverlening van UWV aan werkzoekenden en werkgevers in beeld.

Agendasetting met Sociaal medisch beoordelen: 'WIA-systeem is vastgelopen'

Rondom dit thema is UWV voornamelijk in het nieuws rondom Long COVID en de achterstanden met betrekking tot sociaal medisch beoordelen. UWV agendeert zelf de problematiek met betrekking tot de oplopende achterstanden. Tijdens de presentatie van het jaarverslag in april 2023 trekt dit onderwerp de meeste aandacht. Zo is in verschillende media te lezen dat UWV hard werkt aan maatregelen om de achterstand op de sociaal-medische beoordelingen in te lopen. Daarnaast klinkt er ook kritiek met betrekking tot de 'complexe' WIA-regeling en blijft het tekort aan verzekeringsartsen een actueel issue. Ook verschijnt er berichtgeving over een commissie die het WIA-stelsel nader gaat onderzoeken en over maatregelen die UWV neemt om de wachtrij sneller weg te kunnen werken. Bij verzekeringsartsen heerst er onvrede, aldus de NOVAG in december. Deze willen een onafhankelijke medische dienst beginnen omdat de achterstanden bij medische beoordelingen te groot zijn en de verbeteringen die UWV wil doorvoeren te weinig resultaat hebben.

Conclusie

Terugkijkend valt op dat de reputatie verder is toegenomen. Sinds de beginmeting in 2018 is de reputatie toegenomen van gemiddeld 48 punten in 2018 naar 57 punten in 2023. De reputatie stijgt bij zowel relaties (cliënten) als niet-relaties van UWV. Vooral onder 'niet-relaties', mensen die indirect in contact staan met UWV zien wij een toename in 2023. Hoewel toegenomen, is de reputatie nog steeds wel kwetsbaar te noemen. De reputatie wordt mede gevormd door de wijze waarop de organisatie en zijn medewerkers functioneren, communiceren en handelen.

De meeste media-aandacht gaat wederom uit naar de arbeidsmarktontwikkelingen, zowel landelijk en regionaal. UWV is daarbij een kennisautoriteit te noemen. Daarnaast slagen we erin om steeds meer proactief in beeld te zijn rondom de menselijke maat in dienstverlening, hoewel de aansprekende vernieuwende dienstverleningscasuïstiek nog beperkt beschikbaar is. UWV slaagt erin om het WIA-stelsel en complexe beoordelingssystematiek te agenderen. UWV krijgt echter ook kritiek vanuit de eigen achterban van verzekeringsartsen die aangeven geen vertrouwen meer te hebben en aangeven zich te willen afsplitsen.

In de maanden juli tot en met september stond UWV in de belangstelling vanwege berichtgeving over risicoscans en gebruik van cookies. In juli was de reputatiescore 56 en daalde in augustus naar 53. In september is de score echter gestegen naar 58 en gemiddeld komen we in 2023 uit op 57. Het geven van openheid van zaken, het betrachten van transparantie en de aanwezigheid in de media dragen mede bij aan de veerkracht van de reputatie en daarbij aan het vertrouwen en maatschappelijke waardering.

Onze proactieve media-aandacht en de wijze waarop we met issues omgaan dragen bij aan de versterking van de reputatie. Maar ook onze zichtbaarheid met onze campagnes ('UWV werkt voor ons allemaal'), aanwezigheid op social media, stakeholdermanagement en het versterken van de identiteitsbeleving onder eigen medewerkers zijn factoren die bijdragen aan het versterken van de reputatie.

Gevolgen voor mensen

- Geen

Kansen en risico's voor (de opdracht van) UWV

- Geen

Strategische aspecten van het besluit

N.v.t.

Bedrijfsvoering (personeel/financieel)

N.v.t.

Duurzaamheid

N.v.t.

Vervolgtraject besluitvorming

N.v.t.

Communicatie

N.v.t.

Openbaarheid

Deze documenten kunnen openbaar gemaakt worden:

- | | | |
|---|-------------------------------------|---------------------|
| 1 | <input checked="" type="checkbox"/> | Ja, in hun geheel. |
| 2 | <input type="checkbox"/> | Deels, omdat |
| 3 | <input type="checkbox"/> | Nee, |
| 4 | <input type="checkbox"/> | Nee, helemaal niet, |

Metadata

Omschrijving: Jaarlijkse mediareportage 2023

Trefwoord(en): communicatie, media, reputatie, beeldvorming, waardering.