

# REPUTATIEONDERZOEK KNGU

## SAMENVATTING

In 2023 heeft de KNGU een reputatie- en stakeholderonderzoek laten uitvoeren door IVRM. IVRM is een bureau, gespecialiseerd in het verhogen van de reputatiewaarde van organisaties en merken.

Het doel is inzicht te krijgen in de percepties en verwachtingen van stakeholders om de visie en missie van KNGU concreet uit te dragen en de reputatie te verbeteren. IVRM heeft een reputatieonderzoek uitgevoerd (nulmeting), bestaande uit een kwantitatief deel en een kwalitatief deel. Het kwantitatieve deel is uitgevoerd in de vorm van een online enquête onder clubbestuurders, trainer-coaches, docenten, vrijwilligers, juryleden, sporters en hun ouders en medewerkers van KNGU. Het kwalitatieve deel bestond uit diepte-interviews met vertegenwoordigers van deze stakeholdergroepen, aangevuld met verschillende andere externe stakeholders.



Het doel van het onderzoek is inzicht krijgen in de reputatie van de KNGU onder stakeholders en in hun verwachtingen van de organisatie, zodat de KNGU de juiste input heeft voor beleidskeuzes en de organisatie gericht kan bouwen aan de eigen reputatie en de reputatie van de gymnsport als geheel.

### Algehele reputatiescore

De overall reputatiescore van de KNGU krijgt van de respondenten een voldoende. Dat ligt in de lijn met andere sportbonden, bevestigt IVRM. Externe stakeholders geven de KNGU een rapportcijfer 6,6. Juryleden, ouders en sporters zijn met een 6,8 het meest positief. Docenten hebben het minst positieve beeld van de KNGU (6,1). Interne stakeholders (medewerkers en Bondsbestuur/Bondsraad) beoordelen de KNGU met een 6,7.

### Positief



Stakeholders zijn positief over de producten van de KNGU. Het nijntje Beweegdiploma is exemplarisch. Stakeholders vinden het sterk dat de KNGU zich richt op de motorische ontwikkeling van kinderen. Dit is tevens een thema waar stakeholders veel waarde aan hechten. Zij geven daarnaast aan dat de KNGU deze aanpak en doelstelling kan uitbreiden naar andere leeftijdscategorieën.

Veel stakeholders vinden dat de KNGU doortastend heeft opgetreden inzake grensoverschrijdend gedrag in de gymnsport. Men vindt het goed dat de KNGU zich kwetsbaar heeft opgesteld en dat er een onderzoek is geweest dat heeft geresulteerd in het rapport 'Ongelijke leggers'. Wat in dit dossier niet goed is gegaan, is dat de KNGU te snel trainers op non-actief heeft gezet. 'De goeden lijden dan onder de kwaden.'

### Verbeterpunten

Belangrijke verbeterpunten in het reputatieonderzoek omvatten communicatie, organisatorische efficiëntie en het versterken van de verbinding met de achterban. Stakeholders benadrukken ook de noodzaak van meer flexibiliteit in contributie, een betere samenwerking met externe partijen, positieve zichtbaarheid en een actievere rol in maatschappelijke projecten.

De wendbaarheid van de KNGU scoort vrij laag onder interne en externe stakeholders, terwijl met name de interne stakeholders er wel veel waarde aan hechten. Sterker nog, zij vinden het deel uitmaken van de gewenste reputatie van de KNGU. Het innovatievermogen, dat nodig is om wendbaar te zijn, scoort onder externe stakeholders een onvoldoende. De organisatie is volgens stakeholders wat ouderwets en reageert mede daardoor traag op ontwikkelingen, waardoor innovaties niet of nauwelijks van de grond komen.

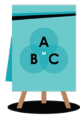


Alle stakeholdergroepen halen aan dat de communicatie door de KNGU met de achterban ondermaats is. De KNGU communiceert traag en onduidelijk, terwijl de ontwikkelingen in de sport zich in rap tempo opvolgen. Hierdoor loopt de KNGU achter de feiten aan.

De top drie verbeterprioriteiten vanuit het onderzoek voor de KNGU zijn:

- **Communicatie:** naar alle stakeholdergroepen. Stakeholders geven aan dat ze behoefte hebben aan duidelijke, gestructureerde en transparante communicatie naar leden, werknemers en vrijwilligers.
- **Organisatie:** de eigen organisatie op orde brengen en het verloop tegengaan. De organisatie moet volgens stakeholders veel gestroomlijnder. Er zijn te weinig mensen en er wordt gesproken over veel wisselingen.
- **Verbinding:** stakeholders vinden dat de KNGU onvoldoende binding heeft met haar achterban. De KNGU mag meer aanwezig zijn binnen clubs en verenigingen, maar ook voor individuele leden zou de meerwaarde van de KNGU duidelijker mogen zijn.

## Aanbevelingen



Op basis van de resultaten van dit reputatieonderzoek doet het IVRM de volgende aanbevelingen:

- ▶ **Communicatie:** Zowel de kwaliteit als de kwantiteit van de informatievoorziening moet omhoog. Denk aan de website, nieuwsbrief en social mediakanalen.
- ▶ **Contributie:** Stakeholders wensen meer flexibiliteit in de contributiebijdragen. Bijvoorbeeld een segmentatie naar leeftijd (kind, student, senior) of werken met een strippenkaartmodel (één, twee, drie keer per week trainen of per maand). De KNGU kan verschillende modellen onderzoeken en implementeren, zodat zij inspeelt op de behoeften van (toekomstige) leden.
- ▶ **Maatschappelijke impact vergroten:** Samenwerkingen zijn nodig om het hoge ledenverloop tegen te gaan en om maatschappelijk relevant te zijn én te blijven. De KNGU vertegenwoordigt met de gymnsport de basis van motorisch bewegen. We moeten allemaal meer bewegen en alle overheden en marktpartijen weten én willen dit. De KNGU kan door samenwerkingsverbanden bijdragen aan een gezonder en vitaler Nederland.
- ▶ **Zichtbaarheid:** Stakeholders zijn toe aan positieve, externe zichtbaarheid. De KNGU kan een rol nemen om een bijdrage te leveren aan de maatschappelijke uitdagingen van deze tijd, zoals jeugdobesitas en vitaal ouder worden.
- ▶ **Binding medewerkers:** Om het hoge verloop onder medewerkers van de KNGU tegen te gaan, doet de bond er goed aan om meer aandacht aan de eigen medewerkers te geven, gevolgd door beleid dat erop is gericht om medewerkers te behouden. Een stabiel team binnen de bond helpt om de verbinding met stakeholders aan te gaan en de relatie te verstevigen.

## Conclusie



De KNGU heeft de aanbevelingen en conclusies van dit reputatieplan van IVRM ter harte genomen. Deze zijn meegenomen in de Meerjarenstrategie voor 2024-2028. Zo staat een verbeterde communicatie hoog op de agenda. Dat zal ook bijdragen aan de zichtbaarheid, het vergroten van de maatschappelijke impact en de binding onder medewerkers. Ook wordt onderzocht hoe de contributie passender kan worden voor (toekomstige) leden.

Voor alle plannen voor 2024-2028 kun je hier de meerjarenstrategie bekijken.