



# Scherpere ambities voor een bredere doelgroep



Op het Logeion-congres, gehouden op 10 en 11 juni, licht voorzitter Rijk van Ark de plannen kort toe.

Een strategische **herpositionering van de vereniging**. Volgens het bestuur is Logeion daar aan toe. Dit besluit komt mede naar aanleiding van het eerder dit jaar gehouden ledenonderzoek. 'We scherpen onze ambities aan', stelt voorzitter Rijk van Ark. 'Wij moeten ons zelf **strategisch verder ontwikkelen** tot een open vereniging waar professionals uit de volle breedte van het vak zich thuis voelen.'

Voor de komende jaren stelt het bestuur een ontwikkeling voor langs drie strategische lijnen. 'In de eerste plaats moeten we groeien naar een meer open vereniging waar professionals uit de volle breedte van ons vakgebied zich thuis voelen. Dit kunnen we onder meer bereiken door nauwer te gaan samenwerken met strategische partners. Ook differentiatie van doelgroepen met een daarbij passend programma-aanbod is een belangrijke stap die we gaan maken.' De tweede pijler onder de vereniging blijft onverminderd de inzet op professionalisering en ontwikkeling van het vak. Tot slot is er een versterking van de autoriteit van Logeion waarop het bestuur wil inzetten. Van Ark: 'Denk daarbij aan belangenbehartiging voor het vak in zijn algemeenheid, maar ook voor individuele leden

of groepen leden, vergelijkbaar met hoe bijvoorbeeld de Nederlandse Vereniging voor Journalisten dat haar leden aanbiedt. Maar ook betere zichtbaarheid van Logeion in de media levert een positieve bijdrage aan de perceptie van de vereniging en de mensen die zij vertegenwoordigt.'

#### Het onderzoek

Belangrijke aanleiding voor de herpositionering is het dit voorjaar gehouden ledenonderzoek, dat door 770 van de ruim 3000 leden is ingevuld. Een respons van dertig procent, vergelijkbaar met die van het voorgaande onderzoek uit 2006. 'Het is ingevuld door een voor ons ledenbestand representatieve groep', aldus Van Ark. 'Zowel gekeken naar leeftijd als geslacht en werkniveau.' Het onderzoek laat zien dat de leden, vijf jaar na de fusie van de Vereniging voor Overheidscommunicatie (VVO) en de Beroepsvereniging voor Communicatie (BvC), tevreden zijn over de ingeslagen koers maar ook nog volop verbetermogelijkheden zien.

Dit heeft het bestuur aangespoord tot nadenken. Van Ark: 'En dat leidde er ook toe dat we nog niet eerder teruggekoppeld hebben naar onze leden, ook al zijn de resultaten al een paar maanden binnen. Wij vonden het van wezenlijk belang meteen te kunnen aangeven welke acties we gaan ondernemen.'

'Het bestuur geeft gehoor aan de belangrijke uitkomsten van het ledenonderzoek', gaat Van Ark verder. 'De leden staan bij ons centraal. Daarnaast willen wij een vereniging zijn die toegankelijk is voor een ieder die actief is in het vak. Het onderzoek bevestigt weer eens dat we slechts ten dele een afspiegeling zijn van het vak doordat we ons altijd beperkt hebben tot C en D niveau en de traditionele

public relations. Ons doel is een ledenbestand dat representatief is voor de hele branche. Dan kunnen we onze autoriteit doen gelden.'

#### Een nieuwe weg

In de vijf jaar dat Logeion nu als fusievereniging bestaat, zijn grote resultaten behaald. Die worden volgens Van Ark ook gezien. 'Er is erkenning voor wat we bereikt hebben. De ontwikkeling van nieuwe beroepsniveauprofilen, de start van de Logeion-leerstoel aan de Universiteit van Amsterdam, activiteiten rond coaching & intervisie en certificering van de communicatieopleidingen. En, we groeien nog steeds.'

Maar het onderzoek laat ook zien dat de leden meer willen. Er is behoefte aan belangenbehartiging, een goede ledenservice en een gedifferentieerd programma-aanbod. De verschillende segmenten van het vak en de niveaus daarbinnen moeten meer aandacht krijgen. Waarom geen studententak of een speciaal onderdeel voor het bedrijfsleven, rijksoverheid en zzp'ers? Maar bovenal: werf actief in de communicatiesegmenten die ondervertegenwoordigd zijn. Verder mag er best een commerciële tak komen die zich richt op certificering, coaching & intervisie en permanente educatie. Ook moet de vereniging stelling nemen in de media; haar gezicht laten zien en actief naar buiten treden. Van Ark: 'Dit is een wens die ook sterk leeft bij enkele regionale kringen. Ik hoop dat we daarin samen kunnen optrekken.'

#### Programmamanager en maatwerk

Van Ark: 'Juist in de verbreding ligt onze mogelijkheid recht te doen aan de opkomst van allerlei nieuwe beroepen en disciplines in ons vak. In die veranderende wereld hoort een vereniging als flexibele netwerkorganisatie. Dialoog en interactie met de omgeving is wat ons sterk maakt. Daar zetten we dus ook krachtig op in.' Tegelijk zijn er ook genoeg aspecten van het huidige functioneren die het bestuur wil behouden. 'Zo hebben we een hoogwaardig programma-aanbod – hoewel hier en daar nog wel aanmerkingen zijn op het kwaliteitsniveau van de activiteiten. Maar betere segmentering van doelgroepen op niveau van beroepen en sectoren maakt dat we met een passend aanbod kunnen komen', merkt Van Ark op. 'Een aanbod dat aansluit bij de interesses en behoeften van onze leden en dat kwalitatief van hoog

niveau is. Dit betekent dat er een strakker programmabeleid moet komen. Om dat te bereiken, zouden we een programmamanager kunnen aanstellen die met de themagroepen gaat werken aan een evenwichtig programma. Om te beginnen zal deze persoon het huidige aanbod eerst in kaart gaan brengen. Op basis daarvan gaat de programmamanager in overleg met de themagroepen de zogenaamde witte vlekken invullen.' Meer maatwerk wordt dan het devies van Logeion. 'Maatwerk waarin ook de geografische spreiding van de activiteiten – ook een wens van de regionale kringen – verbeterd zal worden. Meer bijeenkomsten buiten de Randstad, waar mogelijk samen met regionale kringen of andere partners', aldus Van Ark. 'In dat plaatje past wellicht ook een verhuizing van het bureau naar de regio Amsterdam of Utrecht. En het ondersteunen van onze nieuwe koers met rebranding en een nieuwe naam.' Uiteraard zullen de te nemen stappen in overleg met de leden plaatsvinden. 'Daarom nodigen we iedereen met klem uit naar de ledenvergadering te komen', roept Van Ark op. 'Daar vragen we straks in september toestemming voor deze koersverandering.'

*Meer over de koerswijziging van Logeion is te lezen in C #7, die op 11 september verschijnt. Hierin komt een uitgebreid artikel over de resultaten van het ledenonderzoek en de gevolgen daarvan voor de vereniging.*

### Ledenonderzoek: de belangrijkste resultaten

- Zestig procent van de leden is tevreden tot zeer tevreden met het lidmaatschap.
- De bijeenkomsten van de themagroepen worden gezien als de kern van de vereniging; toch bezoekt een derde van de leden zelden of nooit een bijeenkomst.
- Logeion is teveel op de Randstad georiënteerd; de activiteiten van de vereniging moeten goed over het hele land verspreid worden.
- 56 Procent van de leden is korter dan vijf jaar lid; dit leidt tot een sterke verjonging van de vereniging.
- Er zijn twee soorten leden te onderkennen: overheidspersoneel en (zelfstandig) adviseurs. Elk heeft een ander behoefte- en verwachtingspatroon waar het gaat om de vereniging en het aanbod van activiteiten.
- Er zijn relatief weinig vertegenwoordigers uit het bedrijfsleven en de marketing-communicatie binnen de gelederen van Logeion.
- Leden hebben behoefte aan belangenbehartiging voor het vak of voor groepen binnen het vak. Zij vinden dat de vereniging zichzelf en het vak veel prominenter moet profileren.