

FOCUS

OGEN OPEN EN KANSEN PAKKEN

Logeion en drie buitenlandse collega-verenigingen wisselen kennis, sprekers en ervaringen uit. “Zo ontstaat een mooie kruisbestuiving”, ziet directeur André Manning.



FOCUS

Toen André Manning in maart 2017 directeur van Logeion werd, was de opdracht van het bestuur om de vereniging in 'de volgende versnelling te krijgen'. Ze wilden een groei van het aantal leden en versterking van de drie pijlers positionering, programmering en professionalisering. Het bestuur vroeg hem ook nadrukkelijk te kijken naar verenigingen in de omringende landen mee bezig zijn. "We vinden het belangrijk om de leden ook die internationale dimensie van het vak te bieden, zonder dat ze daar zelf naar op zoek moeten. Dat is ook een taak van een vereniging", zegt Manning, die vóór Logeion in verschillende leidinggevende communicatiefuncties werkte bij Philips, Booking.com en Amcor. "Het verbreedt je blik. Het communicatievak ontwikkelt zich zo snel, in Nederland en daarbuiten. In de VS en het VK pakken ze bijvoorbeeld interne communicatie in organisaties, digitale communicatie en marketing anders aan dan hier."

Londen

Afgelopen december, januari en februari kon Logeion oogsten. Er werden drie samenwerkingsovereenkomsten ondertekend: met de wereldwijd opererende Public Relations and Communications Association in Londen (PRCA), de International Public Relations Association (IPRA), en met de zustervereniging CCPR/VCMP in Suriname. Het proces ernaartoe verliep op een natuurlijke manier, geholpen door een klein element van toeval, blijkt uit de verhalen van Manning. Zo had Logeion op het jaarcongres C-Day in juni vorig jaar een Britse spreker die onder de indruk was van de omvang van het congres: zevenhonderd bezoekers, een plenair programma, vele 'faster-classes' en talkshows, de verkiezing van de communicatieman/vrouw van het jaar, alles georganiseerd door voorna-

melijk vrijwilligers met ondersteuning van het bureau in Den Haag. "Zijn mond viel open van verbazing: 'Vertel me hoe je dat doet'. Hij bood aan om eens verder te praten in Londen en bracht ons in contact met de PRCA, later in de zomer, op een ochtend. Ik ging toch al naar Engeland op vakantie met mijn gezin. De PRCA stuurde een voorstel, dat we verder prima telefonisch en digitaal konden afronden."

Paramaribo

Vorig jaar kwam er ook een uitnodiging uit Suriname. "De zustervereniging daar kon subsidie aanvragen voor samenwerking met Logeion", vertelt Manning. "De voorzitter kwam in september toch voor familie naar Nederland, waarom dan niet meteen een afspraak gemaakt? En zo gebeurde het. Haar vraag was of wij onze kennis over een aantal thema's wilden delen. Dat gebeurt dit jaar in vijf webinars, door leden die al expert zijn in de onderwerpen. Het is leuk om leden zo'n mogelijkheid te geven en dat je met de technologie snel concreet iets kunt organiseren. Toen we het bekendmaakten, kregen we prompt een handvol spontane reacties van leden. Een van hen heeft familie in Suriname wonen en wilde er wel heen om te helpen voorbereiden. De Surinaamse voorzitter komt nu naar C-Day 2019 om te kijken hoe ze in 2020 een Surinaamse C-Day kan organiseren."

Brexit

Internationaal samenwerken doet Logeion al langer met Belgische collegaverenigingen. De banden daarmee worden nu weer aangehaald. Manning is er enthousiast over: "Je kunt zoveel leren van wat er in de VS en het VK gebeurt op het gebied van communicatie en marketing. In de VS, met een thuismarkt van 330 miljoen inwoners, werk

je bijvoorbeeld als startup of Amazon anders dan in Nederland. In het VK wordt alles beheerst door de brexit. Wat betekent dat voor de communicatie erover? Ik zou er graag een Brits expert over horen spreken. Desnoods via een videoverbinding, mocht het een harde brexit worden en je niet meer zo gemakkelijk overkomt voor een paar dagen."

21^e-eeuwse samenwerking

De communicatieverenigingen willen de samenwerking vooral praktisch en pragmatisch houden. "We hebben geen jaarplan met af te vinken acties", zegt Manning. "Het is: samen dingen doen, een 21^e-eeuwse samenwerking om het vak beter te maken."

Logeion is al begonnen met het voorbereiden van een studiereis naar Londen (PRCA) dit jaar, en voor de wederzijdse evenementen gaan ze experts uitwisselen waaronder voor C-Day 2019. "IPRA en PRCA zijn allebei grote internationale beroepsorganisaties met een geschiedenis van een halve eeuw. Het zou mooi zijn als we sprekers naar Nederland kunnen halen op het moment dat het relevant is voor ons", stelt Manning zich voor. "Een beetje opportunistisch is het wel zeg ik heel eerlijk. Hoewel: omgekeerd hebben wij ook leden die internationaal furore maken, bijvoorbeeld met kennis over interne communicatie in organisaties of over de betekenis van gedragswetenschap voor het communicatievak. Zij zullen hun verhaal ook graag voor de PRCA willen vertellen."

Kennis delen via whitepapers en andere documenten staat ook op het wensenlijstje. Het eerste onderwerp van uitwisseling is al opgepakt: een ethische beroepscode. "In Nederland is zo'n code nooit van de grond gekomen. De RRCA heeft er al een en stelt die aan Logeion ter beschikking."



WE VINDEN HET BELANGRIJK OM DE LEDEN OOK DIE INTERNATIONALE DIMENSIE VAN HET VAK TE BIEDEN

Actieve leden

Binnen de vereniging valt er over het communicatievak in de volle breedte en diepte genoeg op te steken. Voor hen die in een internationale context op bestuursniveau werken net zo goed als voor collega's in een junior-, medior- en seniorfunctie. Overigens ook voor niet-leden, zij betalen iets meer voor de bijeenkomsten. Logeion organiseert er jaarlijks rond de zestig. In 2018 waren het er 59, die ruim 4500 bezoekers trokken. Het zijn bijeenkomsten als 'enter-the-firms', workshops, masterclasses en communicatiecolleges. Tot vorig jaar werden ze inhoudelijk en praktisch georganiseerd door de vakgroepen, met ondersteuning van het verenigingsbureau. Er zijn er elf, waaronder bijvoorbeeld corporate communicatie, accountability en online communicatie, en ze bestaan uit leden. "De druk op hen om ieder jaar drie tot vier bijeenkomsten voor elkaar te boksen, naast hun werk, werd te groot. Ze zijn nog altijd actief, maar als bureau organiseren we nu meer zelf."

Deuren open

Om de leden verder een relevante programmering te kunnen bieden, is Logeion in gesprek met aanpalende beroepsverenigingen als NIMA, journalistenvereniging NVJ en de NCD (directeuren en commissarissen). "Als communicatieprofessional werk je voor veel

verschillende opdrachtgevers: directeuren, bestuurders, hr-managers, projectleiders. Communicatie staat dus altijd in dienst van opdrachtgevers. Dan is het goed om te weten hoe zij tegen ons werk aankijken. Daarom zoeken we de raakvlakken om gezamenlijke bijeenkomsten te kunnen organiseren. We hebben de deuren opengezet."

Groei

Het aantal bijeenkomsten bleef vorig jaar gelijk, maar het ledenbestand nam flink toe: met achthonderd. Dat was ook de bedoeling: bij zijn aanstelling kreeg Manning van het bestuur de opdracht om het aantal leden van 3300 in 2017 naar 6000 in 2021/22 te brengen. "Logeion had lange tijd een stabiel aantal leden. Dat komt doordat we van oudsher sterk verankerd zijn in de wereld van de overheid en semioverheid. De profitgroep is ondervertegenwoordigd. Van de leden werkt 55% in een junior- of mediorfunctie. 40% werkt op seniorniveau, veel van hen zijn boven de 45 jaar. Verder heeft 5% een executivefunctie. Met een beroepsgroep van tachtig- tot honderdduizend mensen is er ruimte genoeg voor groei, zowel in de profit als non-profitsector. Ons doel is, bij wijze van spreken, dat de pizza dan geheel groter wordt. Alleen moet het private pizzastuk wat sneller groeien dan het non-profitstuk."

Fans

Logeion bereikte de groeispuurt deels door een fusie met een beroepsvereniging van online professionals in de (semi)publieke sector. Van hen gingen er tweehonderd over naar Logeion. De grootste toename is autonome groei, als resultaat van een gecombineerde aanpak. Manning: "We hebben ons team uitgebreid met een marketing-communicatieadviseur en ontwikkelden een nieuwe wervingsstrategie. We zijn een digitale campagne gestart, we hebben fans geworven die anderen enthousiast kunnen maken voor Logeion. Tegelijkertijd namen we ook een adviseur voor interne ledencommunicatie aan om de oude en nieuwe leden bij de club te kunnen houden. Er zijn zoveel kleine dingen die je kunt doen. Het kan al met iets simpels als de factuur voor de contributie. Op die van ons stond niet meer dan jaargang, prijs en btw. Maak daar nu eens iets leukers van. We grijpen de factuur nu aan om de benefits voor de leden onder de aandacht te brengen. Ook dit soort dingen helpt om de versnelling in je vereniging te krijgen."

