

# De wereld verandert, Logeion dus ook

Communicatie is in beweging. Het vak differentieert, ontwikkelingen volgen elkaar in razend tempo op en de manier waarop we communiceren verandert. Leden verwachten een sterke vereniging die hen goed vertegenwoordigt. Logeion wil in deze wereld meebewegen, zoals zonnebloemen meedeinen met de zon. Dus, het bestuur kondigde het in de vorige C al aan, er staan nieuwe initiatieven op stapel.

'Pal staan voor het vak betekent een standpunt innemen. En dat uitdragen. Zo zetten we het communicatievak op de kaart.'

Eind vorig jaar vond het bestuur dat het goed zou zijn de thermometer eens in de vereniging te steken. Logeion bestaat vijf jaar als fusievereniging, een logisch moment om te controleren hoe de vlag erbij hangt. Pieter Schaffels, bestuurslid met marketing, werving en ledenbehoud in de portefeuille, neemt de taak op zich een onderzoek te begeleiden. Hij trekt onafhankelijk marktonderzoekadviseur Marjolijn van Nieuwkastele aan om zowel het ledenbestand onder de loep te nemen (waarbij ook gekeken wordt waarom mensen hun lidmaatschap opzeggen) als een onderzoek onder de leden te laten uitvoeren.

Het is niet zomaar controleren of de leden tevreden zijn. Ons vak beweegt. Internet heeft een vlucht genomen, social media zijn niet meer weg te denken. Er is een enorme instroom van mensen; professioneel en goed opgeleid en als zijnstromer zonder communicatieopleiding. En de manier waarop we communiceren is anders dan, pak hem beet, tien jaar geleden. Dat was de tijd dat je bakelieten mobielje een blikkig synthesizerdeuntje voortbracht; en je dat cool vond. Consumenten gaan nu er nu op uit om nieuws te vinden. Of ze maken gewoon zelf lauw nieuws via smartphone, twitter en een veelheid aan open communities.

'Bij onze start in 2005 zette Logeion professionalisering hoog in het vaandel', stelt Schaffels. 'En dat is nog steeds cruciaal om als vakgebied serieus genomen te worden. Maar we zien dat dit niet langer de enige manier is om de trends te beantwoorden. Het ledenonderzoek bevestigt dit: leden willen meer en er zijn zaken die van hen anders mogen.'

#### Inzichten

De centrale vraag in het onderzoek onder de ruim 3200 leden is wat zij verwachten van een

beroepsvereniging. Van Nieuwkastele: 'We wilden erachter komen waaraan leden behoefte hebben. Om daar zicht op te krijgen, is het belangrijk te weten wie er lid zijn. Dan valt op dat tachtig procent werkt bij de overheid of als zelfstandige. Grote delen van de beroepsgroep zijn dus te weinig vertegenwoordigd.'

Een grote schok was dit niet, maar het is wel een punt van zorg. Schaffels: 'Wij staan voor het hele communicatievak. Dan moet je representatief zijn en met autoriteit naar buiten kunnen treden. En autoriteit ontleeft je onder andere aan representativiteit. Grote delen van de beroepsgroep zijn nu nog ondervertegenwoordigd. Wij zijn dus, met andere woorden, nog niet representatief genoeg. Dit betekent dat we met onze activiteiten ook die mensen moeten aanspreken die nu geen lid (willen) zijn.'

In de activiteiten blijken aanpassingen nodig te zijn. We de nieuwe beroepsniveau profielen over de activiteiten van Logeion schuift, ontwaart witte vlekken die ingevuld moeten worden om iedereen in het vak aan te spreken. Volgens Schaffels en Van Nieuwkastele moeten de drempels om lid te worden weggehaald worden, tegelijk met het aanscherpen van het aanbod van activiteiten. 'Als wij een open platform kunnen worden waarop men vrij kan participeren, wordt het lidmaatschap een logisch gevolg van deelname. Nu is dat andersom.'

Een andere niet zo heel opvallende uitkomst is de Randstedelijkheid van Logeion. Er is grote behoefte aan activiteiten buiten het kwadrant Rotterdam, Den Haag, Amsterdam en Utrecht. 'Een noble taak voor het bestuur', merkt Schaffels zuinigjes op. 'Evenals het uitbreiden van het aanbod; te vaak zitten bijeenkomsten vol, waardoor het voor velen onhaalbaar is

deel te nemen.' Dat dit zonde is, beaamt Van Nieuwkastele: 'De activiteiten zijn de kern van deze vereniging. Ruim de helft van de leden komt regelmatig. Coaching, certificering, interview; allemaal belangrijk, maar het is dus niet waar het om draait.'

Gekeken naar zaken die Logeion nu niet aanbiedt, geven de leden aan dat de zichtbaarheid van het vak veel beter moet. Ontwikkelingen binnen het vak moeten geduid worden door een club die zich hard maakt voor communicatie. 'Een grote verscheidenheid aan verenigingen zorgt daar nu voor, stelt Van Nieuwkastele. 'Maar er is niet één club die het voor het hele vak opneemt, die de regie voert.' We gaan dit nu versneld oppakken, stelt Schaffels. 'De vraag die we onszelf moeten stellen is hoe we de belangen van het vak het beste kunnen bedienen met de wetenschap dat er zoveel verschillen zijn tussen de mensen die het vak beoefenen.'

#### Koers verleggen

Zoals in CO6 van dit jaar al werd aangekondigd, gaat het bestuur de koers van de vereniging aanpassen. Het zal geen totaal nieuwe richting worden. Professionalisering blijft belangrijk, certificering loopt door en thema's en activiteiten blijven. 'Maar op al die vlakken worden we veel scherper', meent Schaffels. Wat anders wordt, is de aanwas van leden. Logeion wil een representatieve club zijn en dat betekent meer leden en variatie in de achtergrond van leden. Investeren in de vereniging is noodzakelijk, is Schaffels' stellige overtuiging. 'Belangenbehartiging en profilering moeten we leren. Pal staan voor het vak betekent een standpunt innemen. En dat uitdragen. Zo zetten we communicatie op de kaart.'