



Agendapunt 4

Verslag van het bestuur over 2020

Met dit verslag legt het bestuur verantwoording af over de ondernomen activiteiten in het bestuursjaar 2020, van mei 2019 tot mei 2020).

1. Algemeen en bestuur

We kijken terug op een bizar jaar. Rond carnaval deed het coronavirus COVID-19 zijn intrede in Nederland. Niet lang daarna overspoelde het virus de wereld met een pandemie die zijn weerga niet kent. Op 3 maart vond het juryberaad van De Bonk plaats en een week later ging Nederland in lockdown. Vanaf dat moment werd alles anders. Het verbod op evenementen en bijeenkomsten blokkeerde datgene wat we als Communicatieclub het liefste doen: elkaar ontmoeten, kennis en inspiratie opdoen en genieten van een goed glas en lekker eten. Niet toevallig doorbraken we de stilte met... een webinar over webinars. Daarna volgden er in juni versoepelingen van de lockdown, waardoor we vlak voor de zomervakantie weer onze eerste fysieke bijeenkomst konden organiseren. Wat we nog niet wisten maar wel vreesden: COVID-19 slaat toe in pieken. Dus na de zomer volgde er opnieuw een lockdown. Vanaf dat moment hebben we alleen nog online events georganiseerd. Waar we tevreden over mogen zijn, is het animo voor die onlinebijeenkomsten.

2. Ledenbeleid

In 2020 meldden zich 18 nieuwe leden (dat waren er 22 in 2019) en hebben 23 leden hun lidmaatschap opgezegd (dat waren er 29 in 2019). Per saldo daalde het ledenaantal in 2020 dus met 5 leden. Voor een club die wil groeien is dat natuurlijk geen goed nieuws. De lichtpuntjes: de daling van het ledental neemt af en in een extreem uitdagend jaar met bijna alleen online events hebben we tóch 18 nieuwe leden mogen verwelkomen; ook leden die ons alleen maar via een beeldscherm kennis hadden gemaakt met CCB. Groei van het ledental blijft een belangrijke doelstelling van het bestuur. Uit een analyse van in- en uitstroom blijkt dat in 2017 en 2018 de helft van de nieuwe leden binnen 2 jaar het lidmaatschap weer heeft opgezegd. In 2019 en 2020 is die snelle uitstroom afgenomen naar 1 op de 4 à 5 nieuwe leden. Het bestuur blijft zich inspanssen om de daling van het ledenbestand weer om te buigen naar groei.

3. Financieel beleid

In 2020 hebben wij een positief resultaat gerealiseerd van € 4.747, - en dit saldo is toegevoegd aan onze reserve. Door de komst van corona hebben diverse events er anders uit gezien dan oorspronkelijk gedacht en zijn sommige events niet doorgegaan. Gelukkig kunnen we nog steeds gebruik maken van diverse sponsors in natura. Deze bijdragen in natura lopen geheel neutraal door de cijfers. De inkomsten die worden genoemd zijn eveneens opgenomen als uitgaven. Hierdoor zijn we in staat geweest om wederom een financiële buffer op te bouwen om toekomstige tegenvallers op te kunnen vangen.

Aan het eind van 2020 hebben wij een reserve van € 17.699, -.

Het ledenaantal is behoorlijk gedaald, maar door de creativiteit in het organiseren van bijeenkomsten lukt het om financieel gezond te blijven.

Gesteund door onze sponsors in natura kunnen we ook het financieel jaar 2021 met vertrouwen tegemoet te zien.

4. Sponsoring

Ondanks het coronajaar 2020 heeft CCB weer op de steun van onze hoofd-, gouden en zilveren sponsoren mogen rekenen. Mede dankzij deze steun hebben we ondanks dat er nauwelijks real life events zijn geweest wel kunnen genieten en kunnen leren van verschillende webinars, de veelgelezen magazines en onze eerste digitale en goed ontvangen uitreiking van de Bonk. Dus bij deze een meer dan welgemeende en hartelijke dank aan onze hoofd-, gouden en zilveren sponsoren voor hun betrokkenheid in dit jaar.

Maar het coronajaar heeft op het gebied van sponsoring ook impact gehad. In 2020 zijn we op zoek gegaan naar een nieuwe drukwerk-sponsor. En dat is niet eenvoudig gebleken, want door corona hebben veel bedrijven op het gebied van nieuwe samenwerkingen een afwachtende houding aangenomen. Begrijpelijk overigens, het was een jaar met veel onduidelijkheid en onzekerheid, dan is het niet vreemd dat bedrijven eerst in rustiger vaarwater willen komen en met een positieve toekomst in zicht. De zoektocht naar een drukwerk sponsor voor de uitnodigingen en magazines is in 2020 dus open blijven staan.

Ook heeft corona impact gehad op de nieuwe vorm van sponsoring die we in 2018 hebben geïntroduceerd: de sponsoring van evenementen. Het zal duidelijk zijn dat in het coronajaar 2020 hier weinig invulling aan gegeven is. Simpelweg omdat er nauwelijks 'real life' events zijn geweest.

Daarnaast is 2020 het laatste jaar de zeer gewaardeerde sponsorrelatie met Full Frame die in de afgelopen jaren de videoproducties voor de Bonk gemaakt hebben. We willen bij deze het team van Full Frame hartelijk bedanken voor de fijne samenwerking en de toffe producties. En ook de sponsorrelatie met Drawing Light is begin 2020 beëindigd. Jarenlang was Camiel Donders samen met Raldo Neven de 'hoffotograaf' tijdens de evenementen en verzorgde hij prachtige en sprekende beelden voor het CCB-magazine en gaf zo meer dan kleur aan de vereniging. Ook Camiel willen we natuurlijk hartelijk bedanken voor de jarenlange fijne samenwerking.

Tot slot hebben we in 2020 ook nieuwe sponsoren mogen verwelkomen. Ten eerste een warm welkom voor Dymph Essenstam van Stories by Dymph die fotografie tijdens de evenementen en voor het magazine gaat verzorgen. En we hebben GIG Creative Film Production uit Breda mogen verwelkomen als hoofdsponsor. Het team van Maarten Verhey gaat de videoproducties rondom de Bonk voor het CCB produceren. Het zal duidelijk zijn dat we enorm blij zijn deze twee geweldige sponsoren te mogen verwelkomen bij CommunicatieClub Bourgondië en kijken uit naar een fijne samenwerking.

Kortom, ook in dit bijzondere jaar hebben we met dank aan onze enthousiaste sponsoren bijzondere dingen kunnen organiseren. Wij bedanken hen hartelijk voor hun zeer gewaardeerde bijdragen.

In 2021 blijven we natuurlijk op zoek naar nieuwe bedrijven die CCB een warm hart toedragen en een rol willen spelen als sponsor. Daarnaast hopen we dat we in het nieuwe jaar weer vaker real life events kunnen organiseren waar we zo veel mogelijk de naam van een eventsponsor te kunnen koppelen.

5. CCB Events

Ook afgelopen jaar hebben we weer een serie drukbezochte, vakinhoudelijke events georganiseerd. Het eventjaar loopt van ALV tot ALV. Hieronder lees je korte verslagen van deze events.

5a. CCB Webinar: Hoe organiseer je een webinar?, 14 mei - webinar

Onder druk van de Corona-maatregelen (thuiswerken, verbod op groepsbijeenkomsten) schakelt werkend en vergaderend Nederland als snel over op digitale bijeenkomsten via platforms als Teams, Zoom en Google Meet. In het begin is dat onwennig, maar het is duidelijk dat we elkaar voorlopig uitsluitend of toch meestal via een scherm zullen zien en spreken. Voor ons eerste event na de uitbraak van de pandemie hoefden we daarom niet lang na te denken over een onderwerp. Communicatie-professionals worden massaal uitgedaagd om ineens webinars op te tuigen. Deskundige Hedwyg van Groenendaal bracht niet minder dan 37 deelnemers de basisbeginselen en fijne kneepjes bij van een goed georganiseerd webinar. Praktisch en inspirerend. Het deelnemeraantal deed niet onder voor de live bijeenkomsten die we gewend waren. Dat zou overigens gelden voor de meeste online events die we dit bijzondere jaar zouden organiseren.

5b. CCB Café: Bourgondische Beach Borrel, 9 juli bij Arbie's Beachhouse

Door de coronamaatregelen hadden we elkaar een hele tijd niet persoonlijk kunnen ontmoeten. In de zomer was het weer even mogelijk om samen te komen en hebben we voor 30 CCB-leden een zomerborrel georganiseerd bij Arbie's Beachhouse in Berkel-Enschot. Uiteraard op 1,5 meter afstand. Onder het genot van een hapje en een drankje kletsten we bij en proostten we op een mooie zomer.

5c. Bezoek Design Museum + ALV, 17 september bij Osteria Ciao Bella

Omdat COVID-19 ons in de zomermaanden iets meer ruimte gunde, lukte het ook om voor de uitgestelde ALV van mei een live bijeenkomst te organiseren. Het is inmiddels traditie dat we de ALV koppelen met een inspirerende groepsactiviteit. Dit jaar bracht een deel van de leden daarvoor een bezoek aan het Design Museum om een tweetal exposities te bekijken: een over design rond het menselijk lichaam en een over de state of art in digital posterontwerp. Daarna werden we verwelkomt in Osteria Ciao Bella op Fort Isabella in Vught voor een Siciliaanse maaltijd en onze traditionele jaarvergadering.

5d. Uitreiking De Bonk, 1 oktober in het Klassetheater + livestream

Helaas betekende de lockdown dat we de uitreiking van de Bonk op 2 april 2020 moesten uitstellen. Een event waar we al maanden mee bezig waren. Maar wat in het vat zit, verzuurt niet. Op 1 oktober was het dan zover! Door de maatregelen mochten er maar 30 gasten live aanwezig zijn in het Klasse Theater. Maar door het faciliteren van een livestream hoefden niemand de uitreiking te missen. Ruim 300 geïnteresseerden hebben live mee kunnen kijken hoe dit jaar vijf Bonken in ontvangst werden genomen.

5e. CCB Workshop: Digital strategy, 26 november - webinar

De CCB Workshop: Digital Strategy werd aangeboden door CCB Sponsor PauwR Digital Marketing. Elke succesvolle campagne begint met een goede strategie. Wie ga je benaderen, met welke content en via welk kanaal bijvoorbeeld? Hoe je dit gestructureerd aanpakt vertelde Pieter Voogt, oprichter en strateeg van PauwR Digital Marketing ons tijdens dit CCB webinar. Maar liefst 56 geïnteresseerden - 33 leden en 23 introducees - lieten zich graag meer vertellen over hoe je via het See, think, do model van Google structuur aanbrengt in je digital strategy. Pieter en Duco gaven ons alle tips en tricks en daagden het ingebelde publiek vervolgens uit om deze theorie direct in praktijk te brengen in een actuele praktijkcase: Hoe trek je de twijfelende groep over het Corona vaccin over de streep en zorg je dat mensen serieus gaan nadenken om zich te laten vaccineren? Waar

voorafgaand aan de brainstorm 61 procent zich zou laten inenten, was dat percentage na de praktijkcase gestegen naar 72 procent...

5f. CCB Café: De Grote Bourgondische Communicatie-pubquiz, 14 januari - online

Voor de eerste keer in de geschiedenis van CCB vond in 2020 de nieuwjaarsborrel online plaats. We combineerden de borrel met een PubQuiz waarin duidelijk werd hoe het met de algemene kennis over Brabant, Bourgondische lekkernijen én ons mooie marketing- en communicatievak stond. Alle deelnemers ontvingen vooraf een borrelpakket en uiteraard werd de winnaar op Bourgondische wijze beloond. Het was een gezellig en een mooi moment om bij te kletsen en vooruit te blikken op het aankomende jaar.

5g. CCB College: Merkenpsychologie, 11 februari - webinar

Corona of niet: eens per jaar zorgen we bij CCB voor wetenschappelijke inspiratie. Dat het dit jaar een digitaal college werd, deerde niet. Drieënvijftig CCB'ers en introducés waren donderdag 11 februari aanwezig in de virtual classroom voor de lezing van professor Peeter Verlegh, hoogleraar marketing aan de Vrije Universiteit Amsterdam. Zijn boodschap was misschien niet helemaal nieuw voor de luisteraars, maar wél duidelijk: als je als brand je merkwaarden en maatschappelijke doelstellingen helder hebt, kun je consumenten en personeel aan je binden. Waar we voor het CCB College normaal gesproken deelnamekosten berekenen voor zowel CCB leden als de introducees hebben we dit jaar, wegens het digitale college, besloten de CCB leden gratis te laten deelnemen. Daarnaast rekenden we voor introducees het gereduceerde bedrag van 35,- euro aan deelnamekosten.

5h. CCB Inspireert: Interne communicatie in het thuiswerktijdperk, 23 maart - webinar

Zul je altijd zien. Geef je een webinar over het thuiswerken en alle elementen die daarbij horen, krijg je het vanwege technische issues niet voor elkaar in beeld te komen. Het overkwam Huib Koeleman op dinsdag 23 maart tijdens CCB Inspireert. Gelukkig was hij goed te horen. En werd zijn sessie over interne communicatie in het thuiswerktijdperk er niet minder interessant op. Integendeel; binnen een uur somde Koeleman een rijtje interessante tools en adviezen op om het thuiswerken te vergemakkelijken en contact te onderhouden met collega's. De 40 deelnemers (36 CCB-leden en 4 introducees) deden actief mee aan de poll-vragen en maakten veelvuldig van de chatfunctie gebruik om vragen te stellen.

5i. CCB Workshop: Hoe maak ik een podcast? 29 april - webinar

Meer dan een gespreksonderwerp, een microfoon en opnameapparatuur (of een laptop) heb je in principe tegenwoordig niet meer nodig om een eigen podcast te maken. Maar hoe zorg je ervoor dat het een goede podcast wordt? Hoe zorg je ervoor dat het écht ergens over gaat en dat mensen naar jouw podcast blijven luisteren? Tijdens de online workshop 'Hoe maak ik een podcast?' hielp content creator Manouk van der Vorm 25 CCB-leden op weg. We kregen veel praktische informatie en gingen in break-out rooms ook zelf aan de slag!

6. Communicatieprijs Brabant: De Bonk 2019

In de voorafgaande vier jaar is een solide basis gelegd voor de inmiddels 24e editie van de Communicatieprijs Brabant, waarvoor 26 verschillende inzenders in totaal 45 cases instuurden. Een meer dan het voorgaande jaar. De cases werden wederom beoordeeld door onze ervaren en deskundige vakjury: Marieke van Bommel (ETZ), Paul Roeters (Studio Kluif), Frank Peters (BUAS) en Joris Verhaak (We are Blossom), Marco van Bilsen (BrandLoyalty) en Evelyn Reynen (Beck Communicatie) die met ingang van deze editie Inge van den Heuvel (CZ Verzekeringen) heeft opgevolgd.

Esther de Vilder (Bavaria) werd voor de gelegenheid vervangen door Claudia Langner (brand manager bij Jumbo) en Joris Verhaak (Fama Volat) moest vanwege quarantaine thuisblijven bij het juryberaad. De jury stelde tevreden vast dat het gemiddelde niveau van de inzendingen opnieuw omhooggegaan is. Er waren minder hoge uitschieters dan in 2019. In de categorieën Design en Evenementen werd géén Bonk uitgereikt, waarmee opnieuw wordt onderstreept, dat je een Bonk echt moet verdienen met een case die minimaal een 'acht' scoort.

Bij het organiseren van de uitreiking was het aanvankelijk nog toegestaan om 90 gasten live te ontvangen in het KlasseTheater in Tilburg. Een week vooraf werd dat aantal bijgesteld naar 30 personen. Met dat scenario was vooraf gelukkig rekening gehouden. Het gebruikelijke diner voor bezoekers moest vanwege Corona-protocol vervallen, en het daardoor vrijgevallen budget kon worden geïnvesteerd in een videoregistratie met livestream. Met het aantrekken van presentator Maarten Bouwhuis werd de uitreiking opnieuw een flinke stap professioneler gemaakt.

Grote winnaar van deze editie werd bureau Blue Dragon uit 's-Hertogenbosch. Zij wonnen een BONK in de categorie Marketingcommunicatie van de vakjury en na een pitch ontvingen zij van het publiek ok de Super-BONK voor beste case van 2019. Verder waren er prijzen voor Indicia, Studio Kluif i.s.m. Arthur & Brent en Veldkamp Producties. Eervolle vermeldingen gingen naar SPNJRT en Goedzooi.

Bestuursleden Mariëlle Verlouw, Simone de Weijer en Robert Essenstam werden bij de organisatie van de Bonk dit jaar opnieuw ondersteund door CCB-lid Natasja Gregorowitsch van TalkAbout, die wij daar graag voor willen bedanken.

7. CCB Magazine

Ook in 2020 verschenen weer 4 edities van het CCB Magazine. Omdat we de leden geen live events konden bieden, pakten we wat uitgebreider uit met het magazine. Meer pagina's gevuld met meer diepgaande artikelen op erg creatief vormgegeven pagina's, al zeggen we het zelf. In het magazine willen we leden en hun werkzaamheden laten zien, actualiteiten delen over ons vak, verslag doen van onze (online) events en vermaak bieden.

We zijn erg blij met het team dat elke keer weer klaar staat om het magazine te maken. Zij doen dit allemaal in de vorm van sponsoring in natura en daarom noemen we hun namen nog een keer: schrijfsters Lonneke Hoondert en Annelieke van der Linden, vormgevers Beelenkamp en Toelgroep en de fotografen Raldo Neven en Camiel Donders. Zij worden vanuit het bestuur begeleid door Froekje Panis. Allemaal enorm bedankt voor jullie bijdrage aan het magazine in het afgelopen jaar!

We vonden Julis Calis bereid om illustraties te maken voor het magazine. Meerdere keren werd ook de cover verfraaid door zijn creaties. Jules, heel erg bedankt hiervoor! Camiel Donders kondigde aan te stoppen als fotograaf voor het magazine. Na een korte zoektocht wilde Dymph Essenstam zijn plaats overnemen. We zijn erg blij met de creatieve invulling die Dymph hieraan geeft.

Eind 2019 had Drukkerij Groels aangekondigd te stoppen als drukwerksponsor na ruim 20 jaar. Sindsdien zijn we op zoek naar een drukker die het drukwerk wil uitvoeren in de vorm van sponsoring (geheel of anders gedeeltelijk), maar die hebben we nog niet gevonden. Daarom zijn de magazines in 2020 tegen betaling gedrukt. We hopen snel een sponsordeal te kunnen sluiten.

9. CCB online

De online communicatiekanalen zijn voor CCB onveranderd belangrijk gebleven. Met name voor de aankondiging van de CCB-events. Onderstaand de online activiteiten van 2020 per medium.

Website

In het afgelopen jaar zijn alle CCB-events op de online agenda op de website verschenen. Via de eventpagina's melden leden en introducees zich aan voor de CCB-evenementen. De enige wijziging voor dit jaar, was dat er meer online events georganiseerd waren. Dat wil zeggen dat de mensen die zich hebben ingeschreven voor een event via de automatische bevestigingsmail in Wordpress of via MailChimp de deelname link voor de digitale meeting ontvingen.

Op de website hebben leden de mogelijkheid om zelf Oogst en Kort Nieuws te uploaden. Dit is in het afgelopen jaar niet vaker dan 5 keer gebeurd. Leden worden hier vier keer per jaar op gewezen via email, hier wordt weinig gebruik van gemaakt. Daarnaast is het voornemen om Oogst en kort Nieuws uit het magazine te hergebruiken op de website, zodat we deze nieuwtjes en interessante updates van onze mede CCB leden in het netwerk kunnen delen op de CCB-social kanalen

De content uit het CCB-magazine wordt op de website hergebruikt, dat wil zeggen de cover-artikelen, en inspiratie verhalen worden enige tijd na het verschijnen van het magazine gepubliceerd op de CCB website en gedeeld via de social kanalen. De ervaring is dat leden het erg waarderen om hun verhaal zowel in het magazine als op we website terug te lezen.

Social media

De social media kanalen van CCB (Linkedin, Twitter, Facebook en Instagram) zijn ingezet voor het promoten van de CCB events, om CCB Magazine artikelen, Kort Nieuws en Oogst te delen en om nieuwe CCB leden voor te stellen. Dit wordt zeer gewaardeerd. Dat blijkt uit reacties en de engagement op de posts. Op social media live verslag doen van de sfeer tijdens een event zat er in het afgelopen jaar niet altijd in, omdat de meeste events digitaal waren. Dit leverde geen leuke sfeerbeelden op.

Aantal volgers per kanaal:

Facebook: 590 volgers

Twitter: 896 volgers

Instagram: 286 volgers

LinkedIn: 626 volgers

MailChimp

In het afgelopen jaar is Mailchimp ingezet voor CCB event-communicatie, oproepen voor Oogst en Kort Nieuws voor het CCB Magazine, het promoten van de Bonk en de CCB leden updaten over het CCB beleid in corona tijd. Naast contactlijst van CCB leden is er ook een lijst met niet-leden die wel graag CCB-mail ontvangen.

BlueJeans / Zoom / Microsoft Teams

Een inspirerende locatie, een vak gerelateerd onderwerp, gecombineerd met een gezellige netwerkborrel. Een recept wat ons bijzonder goed past als CommunicatieClub Bourgondië. Maar helaas in het afgelopen jaar waren we echter genoodzaakt de meeste events digitaal te laten plaatsvinden. De CCB events van 2020 hebben we vanaf diverse platformen gehost, denk aan Teams, Zoom en BlueJeans. We hebben wisselende ervaringen met de diverse communicatieplatformen. Onze voorkeur gaat naar het hosten van events vanuit Teams, om de volgende redenen. Teams is het meest gangbaar, bijna niemand heeft (technische)problemen met inbellen, als organisatie kunnen

we de toegang van deelnemers beheren en we hebben succesvolle ervaringen met het digitaal naborrelen in break out rooms via Teams.