



## **Agendapunt 4**

### **Verslag van het bestuur over 2021**

Met dit verslag legt het bestuur verantwoording af over de ondernomen activiteiten in het bestuursjaar 2021 (van mei 2020 tot mei 2022).

#### **1. Algemeen en bestuur**

Evenals het jaar 2020 was ook het afgelopen jaar uitzonderlijk van aard. Voor het tweede achtereenvolgende jaar werd het publieke leven sterk beïnvloed door de COVID-pandemie en de maatregelen om het virus in te dammen. Vaccinatiecampagnes brachten wel verbetering, maar geen onmiddellijke oplossing. Onvermijdelijk drukte deze situatie ook een stempel op het verenigingsleven van CCB, met overwegend activiteiten online in plaats van live evenementen. Bij het invullen van de agenda moesten we steeds in scenario's denken, hopen op versoepelingen en fysieke bijeenkomsten maar rekening houdend met een digitale uitvoering. De uitreiking van De Bonken, uitgesteld naar september, is daarvan een goed voorbeeld. Een tweede uitdaging deed zich voor met het aangekondigde afscheid als bestuurslid van Froekje Panis en het zwangerschapsverlof van Monique de Werdt. Voor hen vonden we, ruim voor de ALV gelukkig snel twee nieuwe, enthousiaste bestuursleden die tijdens de ALV van mei 2022 zullen worden gepresenteerd. Overigens keert Monique na haar verlof weer terug als bestuurslid. Tenslotte heeft Robert Essenstam aangekondigd het voorzitterschap na zes jaar te willen overdragen. In Tijmen Bergen (bestuurslid sinds 2021) hebben we een geweldige opvolger gevonden. Robert blijft na de stemming door de leden en de overdracht nog een jaar aan als algemeen bestuurslid.

#### **2. Ledenbeleid**

In 2021 meldden zich 10 nieuwe leden (dat waren er 18 in 2020) en hebben 13 leden hun lidmaatschap opgezegd (dat waren er 23 in 2020). Per saldo daalde het ledenaantal in 2021 dus met 3 leden.

Voor een club die wil groeien is dat natuurlijk geen goede trend. De lichtpuntjes: de daling van het ledental neemt af en in wederom een extreem uitdagend jaar met bijna alleen online events hebben we tóch 10 nieuwe leden mogen verwelkomen; ook leden die alleen maar via een beeldscherm kennis hadden gemaakt met CCB.

Groei van het ledental blijft een belangrijke doelstelling voor 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 inspannen om de daling van het ledenbestand weer om te buigen naar groei. Hiervoor wordt een commissie in het leven geroepen die zich bezig zal gaan houden met het ledenbeleid en specifiek dus ook ledenwerving.

### **3. Financieel beleid**

In 2021 hebben wij een negatief resultaat gerealiseerd van € 1.067,- en dit saldo is onttrokken 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 voorgaande jaren in staat geweest om een financiële buffer op te bouwen om toekomstige tegenvallers op te kunnen vangen.

Aan het eind van 2021 heeft de vereniging een reserve van € 16.632. 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 2022 met vertrouwen tegemoet te zien.

### **4. Sponsoring**

Ook in 2021 heeft Corona een flinke impact op het leven gehad. De onzekerheid over geldende maatregelen en wanneer die opgeheven zouden worden, heeft grote impact gehad op het reilen en zeilen van organisaties. Het CCB kan zich gelukkig prijzen dat ook in deze bijzondere tijden de sponsors onze vereniging een meer dan warm hart toedragen. In 2021 zijn dan ook alle contracten met onze huidige sponsoren verlengd en daar zijn we hen dan ook enorm dankbaar voor.

Dus bij deze een grote dank aan onze sponsoren uit 2021; onze hoofdsponsor GIG creative film production die zoals iedereen zich nog wel herinnert die geweldige promo's voor de Bonk heeft bedacht en geproduceerd, onze gouden sponsoren Beelenkamp Ontwerpers en Toelgroep die weer 4 keer voor een geweldig magazine hebben gezorgd in samenwerking met de redacteurs Sanne Tegelaar en Puck Visser, onze andere gouden sponsor Indicia die er altijd voor zorgt dat we online een eigen plek hebben en de website beheert en onderhoudt en last but not least onze zilveren sponsoren LDE accountants, Raldo Neven en Stories by Dymph voor alle fotografie bij events en voor het magazine en PauwR als onze online marketing partner.

Hopelijk is Corona iets wat we niet meer op dezelfde manier gaan meemaken en kunnen we in 2022 volop reallife events organiseren. We verwachten dan ook in 2022 weer voor verschillende events een aparte eventsponsor te kunnen verwelkomen. En hoewel het niet echt thuis hoort in een verslag over 2021, is het wel mooi om te benoemen dat we 2022 zijn gestart met maar liefst vier nieuwe sponsoren: gouden sponsoren Sanne Tegelaar en Puck Visser voor de redactie van het magazine, het creatieve communicatiebureau Staet van Creatie uit Tilburg en Joris Buijs Fotografie voor fotografie bij events en voor het magazine.

We kijken uit naar een mooi nieuw verenigingsjaar waarin we uiteraard altijd op zoek zijn naar en openstaan voor nieuwe sponsoren die CCB een warm hart toedragen.

## 5. CCB Events

Na de ALV die in mei 2021 online plaatsvond hebben we gelukkig weer live events kunnen organiseren. Hieronder lees je korte verslagen van deze events.

### 5a. CCB Inspireert: Doloris' data driven experience marketing - 29 juni 2021

Eindelijk was het dan zover, we mochten na een bewogen Corona-jaar waarin we elkaar veelal online hebben getroffen, ook met CCB weer in real life bij elkaar komen voor inspiratie en verwondering met een bourgondisch vleugje. Een van de eerste live events vond plaats bij Doloris' Meta Maze in Tilburg waar alles draait om beleving. Het grootste kunstdoolhof ter wereld opende in april 2019 haar deuren en precies twee jaar later vertelden de oprichters Joep van Gorp en Mathijs Verhagen CCB-leden alles over de ontwikkeling van de experience economy, hoe je daar als marketingorganisatie succesvol een plek in kunt veroveren en de rol van data driven marketing daarbij. Uiteraard stond de avond zelf ook in het teken van 'beleving' en konden de aanwezige leden en introducés ook zelf verdwalen in de surrealistische wereld van Doloris waar alle zintuigen op scherp werden gezet en de verbeelding en nieuwsgierigheid werden geprikkeld. In de nieuwe loungebar van Doloris' Meta Maze werd de avond zoals vanouds afgesloten met heerlijke drankjes en Bourgondische hapjes.

### 5b. CCB Café Zomerborrel - 15 juli 2021

We konden de zomer van 2021 niet beter beginnen dan met een borrel in de binnentuin van lunch & borrelbar NOIR, hartje Tilburg. De Corona maatregelen waren weer iets versoepeld; tot 22u kon er geborrel worden. Nét genoeg tijd om elkaar een mooie zomer te wensen en vooruit te kijken naar een najaar met hopelijk weer mooie CCB events.

### 5c. De Bonk ~ Uitreiking Communicatieprijs Brabant – 15 september 2021

Ook in 2021 vond net als in 2020, de Bonk in het najaar plaats. Een gevolg van Corona versoepelingen die op 15 september gunstiger waren dan het voorjaar. Er kon namelijk nét weer wat meer. Zo konden zo'n 75 reclamemakers en communicatie professionals ontvangen in het Klasse Theater te Tilburg. Door het faciliteren van een livestream konden ook andere geïnteresseerden de uitreiking volgen en zien welk bureau en opdrachtgever er met een Bonk naar huis gingen. Op het hoogtepunt volgden zo'n 600 kijkers de uitreiking. De uitreiking is terug te kijken op [YouTube](#).

De presentatie was voor het tweede jaar op rij in handen van BNN presentator Maarten Bouwhuis die met zijn tomeloze enthousiasme de avond aan elkaar praatte. 27 inzendingen (van totaal 18 inzenders) deden deze 25<sup>e</sup> editie een gooi naar de prestigieuze award. Er werden 6 Bonken uitgereikt waarvan 5 verdeeld over de categorieën Marketing Communicatie, Corporate Communicatie, (Digital) Events, Beeldcommunicatie en Smart budget. En ook de Super Bonk vond zijn weg naar een welverdiende winnaar voor de Beste Geïntegreerde case. Dit jaar werd er ook een Eervolle vermelding uitgereikt aan een case die niet genoeg punten scoorde voor een Bonk maar wel noemenswaardig was.

Hoofdsponsor GIG Creative Film Production zorgde deze editie voor twee indrukwekkende promotiefilms om de Bonk aan te kondigen. Het is dusdanig bruikbaar promotiemateriaal dat dit voor de Bonk 2021 (editie jaar 2022) nog intensiever ingezet kan worden als online promotiecampagne.

## **Winnaars Bonk 2020 per categorie:**

### **Marketing communicatie**

Case: For.Every.Body

Inzender: Megawatt Advertising

Opdrachtgever: Swiss Sense

### **Corporate communicatie**

Case: Kinderopvang Dankzij Jou

Inzender: Goals Nonstop Employer Branding

Opdrachtgever: Platform Kinderopvang werkt (FCB)

### **(Digital) Events**

Case: De Bossche Zomer

Inzender: Artishock

Opdrachtgever: Het Bossche Zomercollectief

### **Beeldcommunicatie**

Case: ETZ Positief getest

Inzender: GIG Creative Film Production

Opdrachtgever: Elisabeth Tweesteden Ziekenhuis

### **Smart budget**

Case: Geef kinderen geen vertekend beeld

Inzender: Scheepens

Opdrachtgever: Alliantie Alcoholbeleid Nederland (AAN)

### **Best geïntegreerde case**

Case: De week van de Schooiers

Inzender: Fightclub

Opdrachtgever: Hulphond Nederland

### **Eervolle vermelding**

Case: VINKLEUK!

Inzender: Goedzooi

Opdrachtgever: OLV Breda

## **5d. CCB College; Fan-strategie (door Wil Michels) - 4 november 2021**

*‘Wát een inspirerende spreker’, ‘Wil weet het fantastisch te vertellen; wat een vakman’, ‘Jeeh, wat een boeiende spreker en ‘n inhoudelijk sterk CCB College’.* Zomaar een greep uit de enthousiaste reacties die het bestuur ontving na CCB College ‘Fan-strategie’ – Maak mensen fan. Het was zo’n avond waardoor je stuiterend, vol inspiratie naar huis gaat. Wil Michels wist het publiek in geuren en kleuren te vertellen hoe je van medewerkers en klanten ‘fans’ maakt. Na het college kregen alle deelnemers het boek ‘Fan-strategie’ mee naar huis. Een mooie extra aanvulling op een geslaagd event.

### **5e. CCB Enter the Firm: Politie, een sterk merk! - 22 februari 2022**

Op donderdag 25 november was daar dan eindelijk (na het event twee keer te hebben moeten verplaatsen door corona) de 'CCB enter the firm' waarvoor CCB te gast was bij de politie-eenheid Oost-Brabant. Marleen Draisma (Hoofd Communicatie en CCB lid) en haar collega's lieten ons zien hoe deze eenheid communiceert met haar vele stakeholders en welke uitdagingen dat met zich meebrengt. We kropen zelf in de huid van politiewoordvoerder om live verslag te doen van een Bossche politie communicatie case. Een ontzettend leerzame en gezellige avond bij Werkwarenhuis Van Aken in Den Bosch.

### **5f. CCB Training – Digital Strategy (door PauwR) – 31 maart 2022**

Op 31 maart zette Pieter Voogt, strategy consultant, de deuren van PauwR wagenwijd open voor onze leden. Aan tien CCB-leden gaf hij een interactieve training Digital Marketing Strategy. Als sponsor deed Pieter dit namens PauwR overigens geheel belangeloos, waarmee de opbrengst volledig ten goede kwam aan de CCB-kas.

Pieter gaf een inkijkje in de boeiende wereld van digitale marketing. Naast toelichting op de See Do Think & Care methode met behulp van praktijkvoorbeelden, werden o.a. ook de do's en don'ts van deze tak van sport uitgebreid doorgenomen.

De praktijkcasus maakte de training interactief. Tijdens de heerlijke lunch werden de antwoorden besproken en bediscussieerd. De deelnemers beoordeelden de training als waardevol en interessant, waarbij meerdere malen aangegeven werd dat Pieter een prima inkijkje heeft gegeven in de complexe materie rondom digitale marketing.

### **5g. CCB Inspireert: Namens de Familie, crisiswoordvoering bij privé zaken – 14 april 2022**

In deze editie van CCB Inspireert gaf Jeroen Baardemans, media-adviseur en lid van het kernteam van Namens de Familie, een blik achter de schermen van complexe gebeurtenissen.

In een persoonlijk verhaal gaf Jeroen een inkijk hoe Namens de Familie mensen bijstaat die na een dramatische gebeurtenis plotseling en ongewild midden in het nieuws staan. Het is communicatie, stakeholdermanagement en crisismanagement van het hoogste niveau, vooral door de emotie die erbij komt kijken.

In zo een situatie zijn Jeroen en collega's plotseling woordvoerder van families die ongewild, onbedoeld en onverwacht het middelpunt van het nieuws zijn geworden. Hoe is de dynamiek tussen journalistiek en slachtoffers, terwijl je de menselijke maat wil behouden? Welk advies geef je als je de familie bijstaat? Jeroen liet zien hoe aandacht voor de positie van slachtoffers en oog voor de media steeds belangrijker worden en hoe je daar als adviseur, maar ook als mens mee omgaat. Dat niet alleen de getroffen families, maar ook journalisten blij zijn met de woordvoerders en een verhaal dat door beide kanten gedragen kan worden staat boven kijf.

## **6. CCB Magazine**

In 2021 verschenen weer vier edities van het CCB Magazine, net als ieder jaar. Het magazine is bedoeld als aanvulling op de events die CCB organiseert. We delen kennisartikelen, actualiteiten over ons vak, verslagen van onze events, introducties van nieuwe CCB-leden en ander nieuws van en voor leden. En dat alles met sprekende foto's in opvallend creatieve vormgeving.

Halverwege het jaar namen schrijfsters Lonneke Hoondert en Annelieke van der Linden afscheid van het redactieteam. Gelukkig vonden we vrij snel nieuwe woordkunstenaars: Puck Visser, Sanne Tegelaar en Saskia Willems schreven de derde en vierde editie van het magazine.

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: naast de schrijfsters zijn dat vormgevers Beelenkamp en Toelgroep en de fotografen Raldo Neven en Dymph Essenstam. Zij werden vanuit het bestuur begeleid door Froekje Panis. Allemaal enorm bedankt voor jullie bijdrage aan het magazine in het afgelopen jaar!

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 2021 weer tegen betaling gedrukt. We hopen snel een sponsordeal te kunnen sluiten.

### **7. CCB online**

De website en social media kanalen van CCB zijn in het coronajaar enorm belangrijk gebleven om contact te houden met onze leden, maar ook met niet-leden. Zowel voor het aankondigen van events, als zaken zoals het introduceren van nieuwe leden, cases van leden, verhalen uit het magazine en meer. Sinds kort kondigen we CCB events ook aan via LinkedIn. Dit is een mooie aanvulling op andere kanalen en de praktijk laat zien dat via een LinkedIn event ook steeds meer niet-leden hun weg weten te vinden naar CCB events.

Facebook, Instagram en LinkedIn blijven voor CCB in 2022 onverminderd belangrijk.