



## **Agendapunt 4**

### **Verslag van het bestuur over 2022**

Met dit verslag legt het bestuur verantwoording af over de ondernomen activiteiten in het bestuursjaar 2022 (van mei 2022 tot mei 2023).

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

2022 was een jaar van terug naar 'normaal' en van veranderingen in bemensing en organisatie van de club.

Ledenwerving en ledenbehoud waren en zijn voortdurende aandachtspunten. Wij wilden weten waar we ons op moesten richten. In de ledenenquête december 2022 (N=36, 24% leden respons), werden het netwerk van communicatieprofessionals en de events genoemd als voornaamste redenen om lid te zijn. Daar zit de toegevoegde waarde. Belangrijk in die werving is dan ook een duidelijke eventplanning. Op basis daarvan zien (potentiële) leden wat het lidmaatschap biedt qua kennisdeling en inspiratie en wat ze daarvoor terugkrijgen. De planning was dus het belangrijkste speerpunt voor het bestuur. Met de planning op orde is er meer ruimte voor andere activiteiten, zoals contentcreatie (obv die events) en ledenwerving. Verder kwamen uit die enquête geen grote, opmerkelijke zaken. Het geeft ons als bestuur wel houvast in wat leden willen zien.

Het jaar 2022 kende flinke veranderingen in het bestuur. Robert Essenstam heeft tijdens de ALV in 2022 de voorzittershamer (letterlijk) overgegeven aan Tijmen Bergen. Rond de jaarwisseling kondigde Simone de Weijer haar vertrek aan per januari 2023. En tijdens de ALV in 2023 volgen Robert Essenstam en Mariëlle Verlow. Daarmee verdwijnt een berg aan kennis en ervaring in een relatief nieuw bestuur. Gelukkig hebben we met Sanne Koks als beoogd secretaris en Antoine de Jong en Max van der Stokker als nieuwe bestuursleden geweldige nieuwe krachten aan ons weten te binden. Met de komst van deze drie nieuwe bestuursleden, telt het bestuur ná de ALV 2023 acht personen. Een mooi gezelschap!

De ervaring van Robert, die als oud-voorzitter na de ALV in 2022 nog een jaar aanbleef als algemeen bestuurslid, toonde op verschillende momenten zijn waarde. Niet in de laatste plaats tijdens de organisatie van de Communicatieprijs Brabant. Een hele klus, die bovendien steeds groter wordt, en die om een aanpassing vraagt. De organisatie van de Bonk vraagt om een grote personele bezetting en ook financieel drukken de uitgaven van de Bonk op de begroting. Na gesprekken met juryleden en interviews met verschillende bureaus die regelmatig deelnemen, besloot het bestuur een pauze in te lassen voor 2023 en dit jaar geen Bonk-uitreiking te organiseren. In 2024 keren we terug naar de oorspronkelijke periode; een event in het voorjaar, en herijken we de opzet en organisatie. Robert blijft hier komend jaar bij betrokken, samen met Saskia Meijs die als CCB lid afgelopen jaar als nieuw commissielid, samen met Mariëlle en Simone de Bonk heeft georganiseerd.

Ook het CCB-magazine was toe aan een opfrisbeurt. De totstandkoming van het magazine door een redactie van twee à drie CCB-leden is steeds een grote opgave. Daarbij vraagt ook de frequentie van vier magazines veel van hun agenda's. We zagen het als kans om ook hier even te resetten.

We zijn namelijk van mening dat het aanbieden van aantrekkelijke, vakinhoudelijke content een belangrijke pijler is voor een communicatieclub waar kennis en inspiratie hoog in het vaandel staat. Dat betekent dat on- en offline de content naadloos op elkaar mag aansluiten. En dat vraagt anno 2023 om een kritische blik. Tijdens een brainstorm met verschillende leden zijn de grote lijnen hiervoor uitgezet. Een nieuw te vormen contentteam werkt zelfstandig naast, maar ook met het bestuur samen om aantrekkelijke content te maken. Marlon Maas heeft aangegeven dit nieuw te vormen contentteam als contentcoördinator voor te willen gaan.

De grootste verandering is toch wel de naamsverandering van CommunicatieClub Bourgondie naar CommunicatieClub Brabant. Op een extra ingelaste ALV die plaatsvond tijdens het bezoek aan de LaTrappe Bierbrouwerij, werd unaniem besloten tot de naamswijziging. Een naam die meteen laat zien wat we zijn: een netwerk van Brabantse communicatieprofessionals, waarin het Bourgondische DNA ook automatisch ligt verscholen.

## **2. Ledenbeleid**

In 2022 meldden zich 11 nieuwe leden (dat waren er 10 in 2021) en hebben 13 leden hun lidmaatschap opgezegd (dat waren er 13 in 2021). Per saldo daalde het ledenaantal in 2022 dus met 2 leden.

## **3. Financieel beleid**

In 2022 hebben wij een positief resultaat gerealiseerd van € 1.447,- en dit saldo is toegevoegd aan onze reserve. Dit resultaat wordt hoofdzakelijk gerealiseerd door de niet begrote opbrengsten van de door Pieter Voogt gehouden workshop. De baten hiervan zijn geheel toegekomen aan de vereniging waarvoor wij Pieter erg dankbaar zijn.

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 lukt het ons om een financiële buffer aan te houden om toekomstige tegenvallers op te kunnen vangen.

Aan het eind van 2022 hebben wij een reserve van € 18.079,-

Het ledenaantal blijft dalen, 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 2023 met vertrouwen tegemoet te zien. Daarnaast hopen we door het bieden van de mogelijkheid van bedrijfslidmaatschappen meer leden te werven.

Eind 2022 zijn de statuten gewijzigd waardoor wij voldoen aan de WBTR. Tevens is de naam gewijzigd in Communicatie Club Brabant.

#### 4. Sponsoring

Na twee jaar corona kwam er in 2022 dan eindelijk een einde aan alle maatregelen. Dus eindelijk weer terug naar het normale leven. Dat betekende dat we ook op sponsorgebied weer stappen konden maken. We hebben in 2022 maar liefst 4 nieuwe sponsors mogen welkom heten: Staet van Creatie als onze creatieve partner, Joris Buijs als nieuwe fotograaf bij CCB evenementen en Sanne Tegelaar en Puck Visser voor de redactie van ons CCB Magazine.

Helaas hebben we in 2022 ook afscheid moeten nemen van onze jarenlange online sponsor PauwR. Niet omdat ze niet enthousiast zijn over het sponsorschap van onze prachtige vereniging, maar PauwR is overgenomen door Happy Horizon en daarmee is het sponsorship tot een einde gekomen.

Bij deze willen we al onze sponsors van harte bedanken, zonder hen hadden we van 2022 niet kunnen maken wat het geworden is. En dan hebben we het natuurlijk over GIG creative film production (hoofdsponsor), Beelenkamp Ontwerpers, Toelgroep en Indicia (gouden sponsors) en LDE accountants, Raldo Neven, Stories by Dymph, Joris Buijs en Staet van Creatie (zilveren sponsors). Hulde aan jullie commitment!

#### 5. CCB Events

In het jaar 2022/2023 vonden de volgende events plaats (juni t/m juni) waar verslag over wordt gedaan:

Do 19 mei	ALV – bij First Impression
Do 23 juni	Web 3.0 met Joris Verhaak
Do 14 juli	CCB Café zomerborrel – Bolwerk Den Bosch
Do 15 sept.	Uitreiking Bonk- Communicatieprijs Brabant
Do 22 okt.	CCB Workshop vloggen met Saskia van der Hilst
Do 24 nov.	La Trappe – Brouwerij Koningshoeven (incl. extra ingelaste ALV)
Do 19 jan.	CCB Nieuwjaarborrel, Rosalie Tilburg
Woe 8 febr.	Brabant Branding – CCB inspireert
Woe 1 maart	Ingmar de Lange – CCB College
Do 13 april	CM.com – Enter the Firm

##### 5a. Algemene Ledenvergadering 2022 - First Impression

Op donderdag 19 mei 2022 waren bestuur, leden en zelfs een aantal introducés voor de ALV te gast bij First Impression. CCB was een aantal jaren geleden al een eerder op bezoek bij deze bedenkers en makers van audiovisuele beleving en multi-zintuiglijke impact - zoals ze zichzelf omschrijven. Zoals dat gaat bij bedrijven die werken op het snijvlak van technologie, psychologie en creativiteit was er inmiddels veel nieuws te bekijken en te beleven. Na een inspirerende en boeiende rondleiding mochten we voor het officiële gedeelte van de ALV gebruik maken van de volledig ingerichte studio van onze gastheer. Belangrijkste agendapunten: de aanwezige leden werden voorgesteld aan hun nieuwe voorzitter, Tijmen Bergen en twee nieuwe bestuursleden: Tanja Schollen en Nicole Severijns. Vanwege familieomstandigheden kon Tijmen de voorzittershamer nog niet overnemen van Robert Essenstam. Die officiële handeling werd uitgesteld naar het eerstvolgende event.

### **5b. CCB Inspireert - Web 3.0 met Joris Verhaak – 23 juni 2022**

Soms heb je zo'n event waarvan je vooraf niet weet wat je mag verwachten, maar waarover achteraf iedereen vol enthousiasme en energie napraat tijdens de borrel. Het Web3.0 event op 23 juni 2022 bij Auberge de Bonheur was er zo een. Spreker Joris Verhaak heeft ons daar geïnspireerd over alle nieuwe online ontwikkelingen, van blockchain tot NFT's en van Meta tot Virtual Humans. En om al die abstracte begrippen een beetje begrijpbaar te maken, werd het verteld met het leven van Snoop Dogg als rode draad. Een inspirerend verhaal dat vooral liet zien dat de snelheid waarmee we ons moeten ontwikkelen alleen maar groter wordt.

### **5c. CCB Café Zomerborrel - 15 juli 2021**

Borrelen aan het water, op een zonovergoten avond in juni. Een mooiere CCB zomerborrel konden we ons niet wensen. Midden in het historische centrum van Den Bosch vond op donderdag 15 juli 2022 de CCB zomerborrel plaats bij het voormalig vestingwerk de Koepoort, restaurant brasserie **het Bolwerk**. CCB leden én ook introducees genoten van een hapje en een drankje op het grote zonovergoten terras aan de Dommel. Tot in de late uurtjes werd er bijgepraat en werden de eerste vakantieplannen al gedeeld. Precies waar CCB café voor bedoeld is; ongedwongen bijpraten met vakgenoten over zowel werk als privé.

### **5d. De Bonk ~ Uitreiking Communicatieprijs Brabant – 15 september 2022**

De Bonk – de uitreiking van de Communicatieprijs Brabant is inmiddels een begrip in marketing- en communicatieland. Na het jaar 2021 waarin de Bonk een hybride event was, konden we op 15 september 2022 weer zoals vanouds een Bonk event neerzetten, wederom in het sfeervolle Klasse Theater te Tilburg.

De presentatie was in handen van Rudy van Buurden die met zijn enthousiasme de avond aan elkaar praatte.

De Herinneringen Kerstbal is de grote winnaar geworden van de Bonk, de Communicatieprijs Brabant. De kerstbal, die door Studio Kluif werd bedacht voor Alzheimer Nederland, won eerst de Bonk in de categorie Marketingcommunicatie. Later stemde het publiek deze case naar de SuperBonk: het allerbeste Brabantse communicatiewerk van 2021.

In totaal deden 31 inzendingen deze 26e editie binnen 6 categorieën een gooi naar de prestigieuze award.

Hoofdsponsor GIG Creative Film Production zorgde net als de vorige editie voor de content ten behoeve van de online promotiecampagne en diverse video's tijdens de awarduitreiking.

#### **Winnaars Bonk 2021 per categorie:**

*Marketing communicatie*

Case: Herinneringen Kerstbal

Inzender: Studio Kluif

Opdrachtgever: Alzheimer Nederland

*Corporate communicatie*

Case: Nespresso Employer Branding

Inzender: Greenhouse

Opdrachtgever: Nespresso

*(Digital) Events*

Case: Roadburn Redux

Inzender: LiveWall

Opdrachtgever: Poppodium 013

*Beeldcommunicatie*

Case: SWZ – Verleg je grenzen

Inzender: Full Frame

Opdrachtgever: SWZ zorg

*Smart budget*

Case: Van Dobben Bestelbel

Inzender: Fightclub

Opdrachtgever: Van Geloven (Van Dobben)

*Best geïntegreerde case*

Geen Bonk-winnaar

*Super-Bonk*

Case: Herinneringen-kerstbal

Inzender: Studio Kluijff

Opdrachtgever: Alzheimer Nederland

**5e. CCB Workshop vloggen met Saskia van der Hilst – 22 oktober 2022**

“Vloggen, hoe pak je dat nou aan’ was het thema voor het event op 22 oktober. De Brabantse Vlogexpert Saskia van der Hilst heeft ons in een interactieve sessie bij de Nachtzuster in Tilburg meegenomen in de ins- en outs en voorbeelden van vloggen. Met eigenlijk maar één doel, alle drempels die je voelt om te starten met vloggen (want dat is nogal een heel persoonlijke manier van communiceren waar de meesten maar lastig mee durven te starten) weg te nemen. Hé, lezer van dit bestuursverslag, ben jij inmiddels al gestart?

**5f. CCB Enter the Firm: La Trappe Brouwerij Koningshoeven – 24 november 2022**

Neem de volgende ingrediënten: een rondleiding door brouwerij van een van de mooiste Brabantse merken met een gids. Een gids die niet alleen wist waarover hij het had maar de aandacht vast kon houden met een hoop humor, een inspirerend verhaal over hoe je marketing bedrijft voor een merk dat ‘Proef de stilte’ als thema hanteert én een meer dan gezellige en uitgebreide borrel in en schaapskooi. Dan heb je een prima samenvatting van dit geweldige event bij La Trappe op de Abdij Onze Lieve Vrouw van Koningshoeven. Een toffe rondleiding, een inspirerend verhaal en een ronduit gezellige en overdadige borrel; de ideale combinatie van inspiratie en Bourgondisch. Kortom: CCB in optima forma.

### **Extra ingelaste ALV**

Tijdens het event was er ook nog ruimte voor een extra ingelaste, korte, ALV. Tijdens de ALV in mei 2022 was namelijk mandaat gegeven voor een statutenwijziging op basis van de drie onderstaande punten. Op de agenda van de extra ALV stond het instemmen voor de algehele statutenwijziging met de volgende onderwerpen:

1. Naamswijziging naar Communicatie Club Brabant;
2. Algehele revisie statuten om te voldoen aan de WBTR

De algemene ledenvergadering ging unaniem akkoord met de voorgestelde statutenwijziging en de naamswijziging.

De algemene ledenvergadering machtigde ieder van de bestuursleden om de akte van de statutenwijziging te ondertekenen.

### **5g. CCB Nieuwjaarsborrel, Rosalie Tilburg – 19 januari 2023**

Eindelijk dan... we mochten weer! Na een digitale nieuwjaarsborrel in 2021 én een nieuwjaarspresentje voor leden in 2022 (i.p.v. een borrel), konden we eindelijk het jaar inluiden zoals we traditiegetrouw gewend zijn. Op donderdagavond 19 januari 2023 vond de CCB Nieuwjaarsborrel plaats bij café Rosalie in Tilburg. Volle bak!

In groot gezelschap werd die avond door voorzitter Tijmen Bergen ook de naamswijziging van Communicatie Club Bourgondie naar Communicatie Club Brabant aangekondigd. Een naam die CCB anno 2023 béter past. Want met een ambitie dat elke marketing- en communicatieprofessional in Brabant lid zou moeten zijn van onze club, vonden we het tijd voor een naamsverandering. En Bourgondisch? Dat zijn en blijven we sowieso wel.

Er werd driedubbel geproost; op het nieuwe jaar, op de nieuwe naam en last but not least ook op Simone de Weijer. Simone heeft eind 2022 aangegeven per 2023 haar bestuursrol bij CCB neer te leggen om tijd vrij te maken voor andere activiteiten. Simone, nogmaals hartelijk dank voor jouw bijdrage!

### **5h. CCB Inspireert – Brabant Branding – 8 februari 2023**

Via een ophaalbrug de eventlocatie oplopen, krui- door sluip-door in een kasteeltje; en uitkomen bij een mooi event van dé communicatieclub van Brabant. Dat was de beleving van een groot aantal leden die woensdag 8 februari kwamen luisteren naar het verhaal van Brabant Branding (onderdeel van de Provincie Noord- Brabant). Het team vertelde waarom zij, net als wij, geloven in de kracht van Brabant. En vooral hoe ze dagelijks werken aan het versterken van het imago van onze prachtige regio. We kregen een inkijkje in de strategie van Brabant Branding en hoe zij de communicatie in en over Brabant optuigen. De interactie met de zaal was ook niet mis; maar hoe kant het ook anders; van communicatieprofessionals uit Brabant hadden we ook niets anders verwacht. Een geslaagd event dat uiteraard met een hapje en drankje werd afgesloten op één van de rustieke kamers in Kasteel Maurick.

### 5i. CCB College – Sterk digitaal merk met Ingmar de Lange – woensdag 1 maart

Woensdag 1 maart was CCB te gast bij the Social Hub in Eindhoven (het voormalige Student Hotel). Een inspirerende locatie voor een net zo inspirerend college in natuurlijk 'de collegezaal'. Gastspreker was dit jaar Ingmar de Lange, merkstrateeg en schrijver van het boek 'Sterk Digitaal Merk', wat uitgeroepen is tot hét marketingboek van 2022 door de jury van de PIM Marketing Literatuur Prijs. Ingmar mag ons mee in de vertaalslag van strategisch merkken naar het digitale domein. Onderwerpen als branding in relatie tot Artificial Intelligence, Big data, growth marketing en performance marketing; het kwam deze avond allemaal voorbij. *Hoe word je merk succesvol in het digitale tijdperk? Wat moet je anders doen? En wat juist niet?* zomaar een greep uit wat vragen uit de zaal. Diverse voorbeelden van merkstrategieën kwamen aan de orde; wat maakt Auping beter of slechter dan Matt sleeps? CCB leden in de zaal wisten de discussie goed op gang te brengen. De avond werd afgesloten met een borrel en netwerkmoment in de lounge van The Social Hub. Zo'n event voor in de boeken zeggen wij dan!

### 5j. CCB Enter the Firm – CM.com – donderdag 13 april

Donderdag 13 april stond CCB Enter the Firm op de agenda. Een kijkje achter de schermen en geïnspireerd naar huis gaan met een tof verhaal. Dat was precies wat het beursgenoteerde CM.com in Breda te bieden had. Zo'n event op een donderdagmiddag wat je niet had willen missen.

Door CM.com worden bijna **8 miljard berichten** per jaar; van smsjes tot e-mail en WhatsApp voor haar klanten verstuurd. Klanten gebruiken het *Conversational commerce platform* van CM om hun klantcontact beter te laten verlopen. Innovatief en helemaal van deze tijd. En dat zijn niet de minste klanten!

Na een rondleiding over de campus van CM.com nam CTO Jan Saan ons mee in de wereld van conversational commerce. Een verhaal waar klantbeleving centraal stond en waar we de hele customer experience en operationele oplossingen van de Formule 1 Heineken Dutch Grand Prix de revue passeerden.

## 6. Content: on- en offline

Online en offline content zien we als een van de belangrijke pijlers van onze communicatieclub. Daar behoort ons magazine natuurlijk ook toe. We ambiëren een cross-mediale contentstrategie. Daarbij rees de vraag of het magazine in de huidige vorm nog gewenst is. Uit de enquête die we onlangs onder de leden gehouden hebben, is gebleken dat het magazine redelijk tot goed gelezen wordt en circa 50% een offline exemplaar waardeert.

De volledige uitkomsten van de enquête (m.b.t. het magazine) zijn uitgebreid besproken in een brainstormsessie met de voorzitter, het contentteam, de redactie en de grafisch ontwerpers van het magazine. Dit bleek een vruchtbare bijeenkomst waar een aantal frisse nieuwe ideeën zijn geopperd. Deze worden verder uitgewerkt.

Medio Q4 worden definitieve keuzes gemaakt m.b.t. het magazine, zodat we vanaf begin 2024 aan de slag kunnen met het magazine in een (eventueel) nieuwe vorm.