

08 ASAE 2018

De opbrengst van ASAE 2018. Veel stories, fun, gedeelde lessen en de ontmoeting met heel veel verenigingsprofessionals.

tekst *Hanny van den Berg* en *Roland Huisman*

Het jaarlijkse ASAE-congres 2018 speelde zich af in Chicago, een stad waar dagelijks 48.000 mensen in de verenigingswereld aan het werk zijn. Wat brengen de Dutch delegates mee naar huis?

Chicago: een waanzinnige stad, mooie architectuur, bruisend cultureel leven en, met 2000 verenigingen en hun 48.000 professionals, de tweede 'association hub' na Washington. Een stad ook waar je maar vier maanden van het jaar naar buiten kunt. In de zomer van 2018 de locatie voor het ASAE-congres. Heerlijk buiten, maar binnen de airconditioning op vriesstand in een gigantisch groot congresgebouw, waar een fiets wel handig zou zijn geweest. Met duizenden verenigingsprofessionals die zo gek (lees: betrokken en ge-

dreven) waren om de hele dag binnen te blijven om naar elkaar en naar externe sprekers en inleiders te luisteren. Alles was groots en imponerend: de succesverhalen, het aantal leden, de miljoenen inkomsten, de miljoenen kosten en, last but not least, de rijen bij de Starbucks. Tegelijkertijd was het ook hartverwarmend omdat het niet alleen professioneel, maar ook heel herkenbaar was en de onderlinge verbondenheid groot.



“De onderlinge verbinding heb ik op alle fronten ervaren; met mijn mede-Dutch-delegates, met al de Amerikaanse collega-verenigingsprofessionals en ook met de vele sprekers die me verrasten met hun persoonlijke ervaringen. Dat maakt dat ik geïnspireerd en gemotiveerd weer aan de slag ga als verenigingsprofessional, met de gedachte dat met mij vele anderen hetzelfde werk doen, worstelen met dezelfde uitdagingen en dat we met elkaar de beste oplossingen kunnen vinden.

De basis van DNA!” - Hanny van den Berg

Amerika en de wereld | ASAE positioneert verenigingen als het hart van de samenleving en wil de power of A, associations, verder versterken. ASAE staat voor een inclusieve samenleving, voor samenwerking en voor waarde toevoegen aan de samenleving. Lobby in de VS werkt altijd al anders dan in Nederland, maar sinds Trump het land regeert is dat nog een stuk ingewikkelder geworden. Veel Amerikaanse verenigingen zijn internationaal actief en hebben last van de beeldvorming in het buitenland. ASAE en andere Amerikaanse verenigingen met een internationaal werkveld en ambitie hebben juist geleerd dat dominantie vanuit de VS niet (meer) werkt in de huidige wereld.

“Op het ASAE-congres was veel aandacht voor internationalisering. Niet alleen omdat er 28 landen aanwezig waren, maar ook omdat de tijd rijp is om van een dominant Amerikaans naar een echt wereldwijd netwerk te gaan. Wat je ziet, is dat de bal nu gedragen wordt door Azië, het Midden-Oosten en Zuid-Amerika. Europa is opvallend afwezig in het debat, op

Nederland na, wat ons, DNA, een onevenredig sterke positie geeft. Er is nog heel veel werk te doen, maar het beweegt. Mooi om daar in zo'n reis getuige van te zijn en zelf wat duwtjes te geven.” - Peter Noordhoek

Keuzestress | Samen met circa 6000 deelnemers – waarvan ruim 3500 verenigingsprofessionals – konden we gedurende drie dagen zo'n 100 lezingen en workshops bezoeken. Het ging over de rol van de verenigingsdirecteur, de kunst van het luisteren, toekomstige ontwikkelingen, risicobeheersing, GDPR, omgaan met social media, strategische planning, storytelling, ledenbetrokkenheid en allerhande hr-onderwerpen. Kortom, te veel om op te noemen en volop keuzestress. Wat je er altijd uit meeneemt is kennisdeling, inspiratie en reflectie, behalve in een enkel geval, als de presentatie niet voldoet aan je verwachting of een zaaltje al (te) vol zit.

“Het valt niet altijd mee om de juiste krenten uit de pap te pikken, maar tegenover deze keuzestress staat dan weer het gezelschap van gepassioneerde verenigingsprofessionals waarin je verkeert en de conversaties over het vak waarin je verzeild raakt. En met de leden van de inmiddels befaamde ‘Dutch Delegation’, te herkennen aan hun bovengemiddelde lengte, is het altijd plezierig sparren!” - Jules Lejeune

Keynotes en game changers | Keynote speakers Yancey Strickler, medeoprichter en voormalig CEO van Kickstarter,





over de noodzaak voor bedrijven en organisaties om niet slechts te gaan voor financiële waardemaximalisatie, maar waarde toe te voegen aan de samenleving, en topsportvrouw Siri Lindley over de focus op wat kan, hebben zeker de ervaring verrijkt. De verhalen van de game changers, bedoeld om te inspireren, maakten af en toe nog meer indruk.

Het persoonlijk verhaal van Gabby Rivera laat ons zien dat je als vereniging ook een opdracht hebt in de samenleving. Zorg dat mensen die 'anders zijn' – afwijken van het gemiddelde – ook 'joy' in hun leven hebben. Stel je open voor anderen, ook binnen je vereniging. Maak verbinding, dat voorkomt tweedeling en zorgt voor een betere maatschappij.

Seth Mattison legde een vinger op alle belangrijke processen die spelen bij verenigingen. Er is een overgang bezig van een hiërarchische samenleving (ouderen) naar een netwerksamenleving (jongeren). Van zekerheid, stabiliteit, duidelijkheid met relatief weinig vrijheid (hiërarchie) naar vrijheid, vaagheid en onzekerheid en snelle veranderingen (netwerk). Er zijn technieken om dat aan te pakken, waarbij je vooral moet letten op waarden, dat deze uitgedragen worden en (met elkaar) beleefd.

Futurist Rich Karlgaard (ex-Forbes) over hoe digital technology weliswaar de rangorde van 's werelds grootste ondernemingen overhoop heeft gegooid, maar nu ook de evolutie van conventionele sectoren domineert. Hij voorziet op korte ter-

mijn disrupties in onderwijs, landbouw en energie. Zijn advies: maak kleine teams met verschillende type mensen, ook qua leeftijd, betrek jonge mensen bij alles en geef ze verantwoordelijkheid. En vergeet daarbij vooral niet de laatbloeiers op te pikken.

Uitwisseling | In de USA heeft men te maken met een systeem waarbij leden zich ieder jaar opnieuw moeten aanmelden. Dit maakt dat verenigingen veel aandacht hebben voor ledenbetrokkenheid (engagement). De leden moeten de toegevoegde waarde van het lidmaatschap continu blijven ervaren. De ontwikkelingen op het terrein van informatie, communicatie en technologie, waarbij informatie veel sneller en gemakkelijker is te vinden en leden dus minder afhankelijk worden van een vereniging, benadrukken het belang van 'engagement management' nog eens extra. Dit zagen we ook terug bij de werkbezoeken aan de twee verenigingen. Het ging hierbij overigens om grote verenigingen met 16.000 tot 19.000 leden en bureaus met 75 en 90 medewerkers.

Hoog verloop | Het Institute of Foodtechnologists heeft jaarlijks te maken met een situatie waarbij 30 tot 40% van de leden het lidmaatschap niet opnieuw afsluit. Dit geeft aan hoe groot de inspanningen moeten zijn om de leden betrokken te houden en nieuwe leden te vinden. Om te zorgen voor ledeninstroom heeft de vereniging een aparte vereniging opgezet voor studenten (3000 leden) met een eigen bestuur en ook

Take aways

een afvaardiging in het hoofdbestuur. Daarnaast is de vereniging gaan werken met 'persona's' die gebaseerd zijn op de fase in de carrière. Het doel is niet om per 'persona' andere producten aan te bieden, maar om gericht met ze te communiceren. De boodschap moet aansluiten bij de doelgroep. Opvallend is wel dat deze vereniging 60 tot 70% van haar inkomsten haalt uit het jaarcongres, waarbij alleen al de verhuur van expositieruimte \$ 10 miljoen opbrengt.

Dashboard | De Society of Critical Care Medicine zet vooral in op informatietechnologie om allerlei details over de leden en activiteiten zichtbaar te maken. Dit gebeurt door middel van bijzonder indrukwekkende dashboards. Duidelijk mag zijn dat dit om een strakke structuur vraagt qua inrichting van de database en veel discipline van de medewerkers van het bureau. Desondanks heeft het bureau 8 IT-medewerkers in dienst (totaal 75 medewerkers en een budget van \$ 20 miljoen). Voor de leden van de Nederlandse delegatie zijn de bijzonder gedetailleerde dashboards een Amerikaanse droom, maar opgemerkt moet worden dat in Nederland de Autoriteit Persoonsgegevens ongetwijfeld bedenkingen zou hebben bij sommige gegevens die worden verzameld.

Engagement management | Duidelijk is wel dat lid worden of blijven van een vereniging niet vanzelfsprekend is. Engagement management wordt niet alleen in de USA steeds belangrijker, maar ook in Nederland. Je moet weten wat je leden drijft en hoe je ze aanspreekt, en op welke manier je dat ook probeert inzichtelijk te maken. ←

*Meer take aways? Vraag het aan **Annemiek Wissink**, DNA; **Hanny van den Berg**, OSB en DNA; **Frank Radstake**, ANVR; **Lambert Zwiers** en **Alfred Welink**, VNO-NCW MKB Noord; **Patricia Hoogstraaten**, Vakcentrum; **Peter Noordhoek**, NNK; **Jules Lejeune**, Lejeune Association Management; **Daan Hoogendijk**, **Mathieu Daalder**, **Antoon Scheffers**, Versterking; **Rob Goijen**, Stb; **Jo Deforce**, CCI Groep; **Roland Huisman**, Wissenraet Van Spaendonck.*

Waarde – Dat organisaties breder moeten denken, namelijk in termen van maatschappelijke waarde toevoegen. Dit is essentieel voor hun voortbestaan. – *Annemiek Wissink*

Engage, engage, engage – Segmenteer je leden en ken ze goed, aparte meetings organiseren voor nieuwe leden, engage, engage engage met/door/via je leden, focus op het juiste aanbod. – *Mathieu Daalder*

Change the bottom – Je hebt in elke organisatie tops, middles and bottoms en we richten ons te weinig op de bottoms in change processen. 95% van alle veranderprocessen mislukt, maar we kunnen niet anders dan blijven proberen, want verandering is inherent aan ontwikkeling. – *Frank Radstake*

Samen vieren – Gepassioneerd door het verenigen. Sparren en uitdagen om het vak steeds beter te maken. Samen en vol levensvreugde is het elke keer een feest. Ik ben al veel jaren mee geweest maar dit was wel de beste groep van al die jaren. – *Daan Hoogendijk*

Vooruitzien – Association leaders in een panel met praktijkverhalen over de toepassing van foresight works in hun organisatie. De CEO als 'chief listening officer' en 'scout for the future' – *Jules Lejeune*

Leren van slechtste ideeën – Vraag bij een brainstorm niet alleen naar de beste ideeën, maar vooral ook naar de slechtste ideeën, en vraag daar op door! – *Frank Radstake*

Geef vorm aan toekomst – Technologie is dan wel een belangrijke game changer, maar ook duurzaamheid en persoonlijke beleving blijven belangrijke aandachtspunten. Mogelijke ontwikkelingen goed in kaart brengen doe je op drie manieren: wat gaat er gebeuren, wat zou er daarnaast kunnen gebeuren en hoe ziet de door ons gewenste toekomst eruit? – *Patricia Hoogstraaten*

Verrijking en inspiratie – Of het nu gaat om het formele ASAE-congres of het informele samenzijn tijdens de reis, leren van elkaars ervaringen zorgt altijd voor verrijking en inspiratie. – *Roland Huisman*

