



Tekst: Rosetta Kooistra

# De levensloop van verenigingen

Elke vereniging bevindt zich in een levensfase. Daaruit kun je kansen afleiden, focuspunten voor de komende jaren en de behoefte aan ondersteuning van de vereniging zelf.

De ontwikkeling van verenigingen kun je vergelijken met die van opgroeiende kinderen. Een jong kind moet nog alles leren: van tandenpoetsen tot aankleden. Ondernemers of professionals, die zich voor het eerst gaan verenigen in een branche- of beroepsorganisatie, buigen zich over statuten, reglementen, lidmaatschapscontributie of de eerste ALV, bijvoorbeeld. Daarna volgt de pubertijd, een periode van rebellie waarin binnen de vereniging discussie kan ontstaan over het doel of de organisatie. Zodra de vereniging volwassen is, stelt het bestuur een bureaumanager aan of huurt het een directeur in. Andere verenigingen gaan als het ware het huis uit en op eigen benen staan. Zij kloppen enkel aan voor advies bij een bureau of expert.

Als bestuurder ben je de linking pin tussen wat leden willen en wat mogelijk is

## Kameleon

Geen kind is hetzelfde. Dat geldt ook voor verenigingen. Als je dat weet, heeft iedere vereniging een kameleon nodig die in elke levensfase meekleurt met de veranderende behoefte

## Firevaned maakt een stap richting Vereniging 3.0

Regina Caron-Moerenhout, manager bij Firevaned (en werkzaam bij Wissenraet Van Spaendonck) ondersteunt de commissies KVO (Kwaliteit, Veiligheid en Opleiding), Voorlichting en het bestuur.

De branchevereniging voor fabrikanten en leveranciers van mobiliteitshulpmiddelen kent een hoge betrokkenheid en proactieve houding van de leden. Op 26 mei 2021 trad de Europese regeling Medical Device Regulation (MDR) in werking, die voor een grote informatiebehoefte onder de leden heeft gezorgd. De commissie KVO heeft daarom diverse kennisvoorzieningen getroffen. Zo ontstond het groeidocument 'MDR voor dummies' dat gaandeweg door de commissie up-to-date wordt gehouden.

In de nabije toekomst ziet Firevaned een belangrijke rol in het nog steviger onder de aandacht brengen richting burgers, beleidmakers en politiek dat door een goede inzet van hulpmiddelen mensen langer zelfstandig thuis kunnen wonen, werkzaam zijn en deelnemen aan het maatschappelijk verkeer. Naast de maatschappelijke meerwaarde levert dit ook een verlaging op van zorgkosten.

## Strategische focus voor Luka

Twee jaar geleden bestond het secretariaat van Luka – de Nederlandse Vereniging van Luchtkanalenfabrikanten – traditiegetrouw uit oudgedienden uit de sector. Het bestuur vond het tijd om de blik wat meer op de buitenwereld te richten. John Griep (werkzaam bij Wissenraet Van Spaendonck) nam de secretarisfunctie over en neemt geregeld een adviserende rol nu de transitie is ingezet. Meer zichtbaarheid voor Luka als autoriteit op het gebied van luchtbehandeling en luchtkanalen, dat werd het nieuwe doel. Middenin de coronacrisis is de eerste flyer uitgebracht die de vereniging neerzet als kennispartner en verwijst naar Luka-leden voor professionele luchtbehandeling. De flyer werd doorgestuurd naar klanten, afnemers en stakeholders. Op social media werd een campagne gestart. De zichtbaarheid betaalt uit: meerdere bedrijven hebben zich aangemeld voor een Luka-lidmaatschap.

Daarnaast spreekt Luka met partijen over een brede opleiding voor luchtkanalenmonteurs. De markt groeit immers maar personeel is schaars. Anderzijds zoekt Luka de samenwerking op met partijen die gelijke doelen nastreven, zoals Binnenklimaat Nederland, VNO-NCW en Techniek Nederland. Zo wil de vereniging aanhaken bij nieuwe initiatieven en een grotere (politieke) impact maken.

van de vereniging. Elke fase vergt weer andere deskundigheid: juristen, economen, bedrijfskundigen, een verenigingsmanager of directeur.

De vereniging kan dat intern realiseren of van buiten inhuren. Bijvoorbeeld als de behoefte ontstaat om het secretariaat, leden- en financiële administratie uit te besteden of de belangenbehartiging in Den Haag of Brussel te verstevigen. Luisteren, laveren, alle belangen goed afwegen en zoeken naar de juiste balans: dat is waar het binnen elke vereniging om gaat. Als bestuurder ben je de linking pin tussen wat leden willen en wat mogelijk is.

---

## Vergis je niet: het volwassen worden van een vereniging is geen doel op zich

### Strategische focus

Vergis je niet: het volwassen worden van een vereniging is geen doel op zich. Je hoeft niet altijd door te groeien. Neem bijvoorbeeld de VvE's (vereniging van eigenaren) die Nederland



rijk is. Die hoeven niet alle volwassen te worden. Het gaat erom dat je signaleert wat de vereniging en de leden of het domein waarop zij acteren nodig hebben. Anticiperen op de behoefte en het gesprek aangaan met het bestuur over strategische focuspunten: dat zou elke vereniging zichzelf met regelmaat moeten gunnen.

### Vereniging 3.0

Een praktisch model waar een vereniging langs kan worden gelegd is Vereniging 3.0. Afhankelijk van de fase waarin je zit, kom je erachter welke strategische ondersteuning en dienstverlening je nodig hebt. Niet om te toetsen of je goed bezig bent, maar om de verenigingsbehoefte in kaart te brengen.

Het model geeft een ontwikkelrichting aan voor alle belangrijke functies en organisatievragen. Denk aan belangenbehartiging, verdienmodellen, bestuur, organisatie, instrumenten en positionering. De meeste verenigingen zullen niet op alle aspecten tegelijk een transitie inzetten, maar kiezen hun eigen focus en ontwikkelroute. In de beginfase van een vereniging is het misschien al genoeg om een verenigingscoach in de hand te nemen. Een wat meer volwassen vereniging worstelt misschien met ledenbinding, het contributiemodel, of zit in het stadium dat een subsidiedeskundige wenselijk is.

### Verschuivingen vanwege corona

Verenigingen zijn meer online gaan doen vanwege corona. Dat heeft ook positieve kanten: ALV's zijn nog nooit zo druk bezocht als dit jaar. Tegelijkertijd kun je elkaar niet fysiek ontmoeten.

Symposia en congressen zijn uitgesteld of hebben online plaatsgevonden, vaak in een kortere vorm. Daardoor is de interactie met leden veranderd. De binding met leden op informatiegebied is bij veel verenigingen bijvoorbeeld vergroot.

Anderzijds zie je dat ook belangen of issues waarmee leden te maken krijgen verschuiven, en corona dus ook de belangenbehartiging beïnvloedt. Zo heeft Nefemed, de belangenorganisatie voor medische hulpmiddelen, flink bijgedragen aan het oplossen van het vraagstuk rondom de tekorten aan mondkapjes en beschermingsmiddelen in het begin van de coronaperiode. Een andere trend, die overigens los van de COVID-crisis staat, is dat er steeds meer samenwerkingsverbanden tussen brancheverenigingen ontstaan. Want wanneer meerdere verenigingen samen optrekken richting bijvoorbeeld de overheid, staan ze sterker. Zo is een plus een altijd meer dan twee.

---

Rosetta Kooistra / directeur Wissenraet Van Spaendonck  
/ Daarvoor directeur of bestuurder bij KNGF, FNV Bouw,  
Yarden-Vereniging en SBI-concern

---

