

Lustrum Utrechtse Communicatiekring

Veertig jaar verbinden

TEKST HANS HAJÉE

Op 13 september viert de Utrechtse Communicatiekring (UCK) haar 40-jarig bestaan. Met meer dan 400 leden is de vereniging verreweg het grootste regionale netwerk van communicatieprofessionals in Nederland. Wat is het geheim van dit succes? 'Onze aantrekkingskracht staat en valt met de inhoud van de bijeenkomsten. Dat is de kurk waarop alles drijft.'

Bij een lustrum, zeker als het gaat om veertig jaar, is de vraag legitiem hoe het allemaal begon. 'Dit hebben we vooral door *oral history* achterhaald,' lacht UCK-voorzitter Koen van Tankeren. Hij werkte onder meer bij de Consumentenbond, het ministerie van V&W en TPG en is nu zelfstandig specialist in woordvoering en crisiscommunicatie. 'Utrecht kende begin jaren '70 twee verschillende netwerken. De voorlichters van de gemeente kwamen regelmatig bij elkaar aan het Vredenburg. Elders in de stad – in café de Papegaai – verzamelden zich maandelijks een aantal journalisten van het Utrechts Nieuwsblad.' Op enig moment ontstond de gedachte, beide bloedgroepen samen te voegen. 'Zij waren immers actief op overlappende vakgebieden en hadden veel met elkaar te maken. Dit moet in 1973 zijn geweest, vandaar de timing van het lustrum.'

Geen toeval

De formele inschrijving in het Handelsregister vond later plaats, namelijk op 27 september 1988. Een drietal leden van dit eerste uur is nog altijd aan de UCK verbonden: Harry van Dam, Paul Horsmans en Karel Winkelaar. Anno 2013 zijn zij in gezelschap van ruim 400 andere communicatieprofessionals. 'Als UCK-bestuur hebben we regelmatig contact met collega-

verenigingen. Dan blijkt dat we niet alleen verreweg het grootste maar ook het meest actieve netwerk zijn,' meldt Van Tankeren. Deze combinatie is geen toeval. 'Onze aantrekkingskracht staat en valt met de inhoud van de bijeenkomsten. Dat is de kurk waarop alles drijft.' Jaarlijks organiseert de UCK maar liefst twintig bijeenkomsten. 'Los van de nieuwjaarsreceptie en een zomerborrel gaat het altijd om inhoudelijke workshops, masterclasses en themasessies met sprekers uit de praktijk. Die houden geen gelikte praatjes maar vertellen het echte verhaal; over successen én over wat er misging.' Al ontvangen zij geen vergoeding, sprekers komen graag. 'Zij treffen een groep geïnteresseerde toehoorders. Mensen met kennis van zaken die sprekers het hemd van het lijf vragen. Dat wordt als plezierig en stimulerend ervaren.'

Onderlinge chemie

Om de grote hoeveelheid bijeenkomsten mogelijk te maken, beschikt de UCK over een programmacommissie van tien personen. 'Hieruit nemen telkens wisselende duo's de organisatie voor hun rekening. Bij het vaststellen van thema's wordt scherp gelet op de actualiteit en de verschillende bloedgroepen. Elk lid vindt voldoende van zijn of haar gading.' De leden kenmerken zich door uiteenlopende specialismen.

UCK-voorzitter
Koen van Tankeren



'Tijdens discussies leidt dit tot een grote variëteit aan ervaringen en visies. Dat levert verfrissende, waardevolle inzichten op. Deze onderlinge chemie is voor mij een van de belangrijkste onderscheidende kenmerken van de UCK.'

Kring opent zich

Bij de achtergrond van de leden is de verhouding tussen bedrijfsleven, overheid en bureaus/zzp'ers vrijwel gelijk. 'Een mooie mix, net als de verdeling 60% vrouw en 40% man. De laatste jaren verjongt het ledenbestand, veelal met mensen die actief zijn in de nieuwe media. Ook inhoudelijk een waardevolle aanvulling.' Nieuwelingen worden gemakkelijk opgenomen. 'Als een groep leden staat te praten, opent de kring zich letterlijk bij een onbekend gezicht. De schouders gaan niet tegen elkaar, zoals je elders af en toe ziet.' Zzp'ers en leden uit de bureauwereld zijn frequenter aanwezig op bijeenkomsten dan de andere bloedgroepen. Maar een hijgerig netwerk is de UCK zeer zeker niet. 'We zijn geen kwartetclub waar vooral visitekaartjes worden uitgewisseld.'



De onderlinge chemie is een van de belangrijkste onderscheidende kenmerken van de UCK

Zakelijke wisselwerking krijgt op een natuurlijke manier gestalte. Als ik voor een opdracht specialisten nodig heb, put ik als vanzelfsprekend uit het UCK-netwerk. Veel andere leden doen hetzelfde.'

Niet vrijblijvend

Het gemiddeld aantal UCK'ers dat een bijeenkomst bijwoont, steeg de laatste zes jaar van 35 naar 85. 'Dat heeft zonder twijfel te maken met de inhoud van het programma. Ook de betrokkenheid van de leden speelt een rol. We zijn van bedrijfs-lidmaatschappen overgestapt naar een persoonlijk lidmaatschap. Dit zorgt voor een andere mindset. Het lidmaatschap is vrijwillig, maar niet vrijblijvend. Daarbij hoort ook het tijdig afzeggen voor een bijeenkomst. Vaak is maar plaats voor een beperkt aantal aanwezigen. Is een evenement overtekend dan kun je het niet maken, zonder dringende reden onaangekondigd weg te blijven. Indien nodig spreken we leden daarop aan.' Dat deze aanpak werkt, blijkt uit een no-show van minder dan 5%. 'Met het persoonlijke lidmaatschap wordt

ook het belang van tweerichtingsverkeer benadrukt. Het is de bedoeling dat je niet alleen komt halen maar ook iets bijdraagt. Dat mag een rol in de programmacommissie zijn, maar ook een actieve deelname aan de discussies.'

Talkshow

Gediscussieerd wordt er zeker op 13 september. Dan viert de UCK haar lustrum met een feestavond, 's middags voorafgegaan door een inhoudelijk programma. 'Onderwerp is "Veertig jaar in verbinding", zegt Armand Leenaers, senior communicatieadviseur bij de Economic Board Utrecht en lid van de lustrumcommissie. 'In het Conservatorium aan de Mariaplaats vindt een talkshow plaats met gasten die representatief zijn voor de verschillende decennia van ons bestaan. Zoals de eerste voorzitter Fien Meiresonne, Betteke van Ruler, Ad van Liempt en Eduard Hulskamp. Drie trends zorgen in het programma voor een rode draad door de afgelopen veertig jaar: de relatie tussen communicatieprofessionals en media, de beïnvloedende werking

van communicatie en de professionalisering van het vak. Deze invalshoeken geven ongetwijfeld voldoende houvast voor levendige discussies en anekdotes.'

Economisch belang

Wat zijn – als het feestgedruis is verstomd – de belangrijkste ambities van de UCK? 'Allereerst het blijven delen van kennis op communicatievlak in brede zin, plus het onverminderd invulling geven aan onze netwerkfunctie,' aldus Van Tankeren. 'Wat dat betreft dus *business as usual*. Verder willen we zoveel mogelijk verbindingen leggen die ons vak en de verschillende disciplines binnen de UCK raken. Bijvoorbeeld met partijen als Hogeschool Utrecht, Dutch Game Garden en de Economic Board Utrecht. Goed voorbeeld is deelname in het Center of Expertise waarin onderwijs, onderzoek en bedrijven in de creatieve industrie elkaar vinden. De communicatiesector vertegenwoordigt in de regio Utrecht een aanmerkelijk economisch belang. Als UCK nemen wij graag de verantwoordelijkheid die daarbij hoort.' ■