

Cumela: meer dan alleen een belangenbehartiger

Verenigingen zijn allang niet meer alleen de partij die de belangen van hun leden behartigt. Steeds vaker brengen ze ondernemers, leveranciers en kennispartners bij elkaar. Maar hoe verbind je deze partijen? Cumela, de brancheorganisatie voor ondernemers in groen, grond en infra, vond daarop een antwoord in de vorm van begunstigerspakketten.

Eduard van der Harst is sinds tweeënhalf jaar team-leider Marketing & Communicatie bij Cumela. "Ik was niet onbekend met deze wereld, maar de rol van een brancheorganisatie heb ik hier pas echt leren kennen. Die is ontzettend belangrijk: namens je achterban kun je één gezamenlijke stem vormen richting politiek of andere besluitvormende organisaties. Overheden zoeken steeds vaker gesprekspartners die kunnen helpen bij de grote transities die gaande zijn, zoals netcongestie, stikstofproblematiek of infrastructuur. Dat zijn onderwerpen waar onze ondernemers als eerste mee te maken krijgen."

Belangenbehartiging is volgens Eduard slechts één kant van het verhaal. Ondernemers hebben ook veel behoefte aan inzicht en inspiratie in hoe andere ondernemers het doen, zo zegt hij. "Onze regionale ondernemersclubs worden dan ook ontzettend goed gewaardeerd. Ze vragen elkaar: hoe pak jij dat aan? Ze zijn niet elkaars concurrenten, maar trekken samen op. Wij faciliteren die ontmoetingen actief, ook via jaarlijkse relatie- en innovatiedagen en andere bijeenkomsten. Het netwerk in stand houden en versterken is een van onze kerntaken."

Bij elkaar brengen

Die verbindende rol stopt voor Cumela niet bij de eigen leden. Ook leveranciers en andere marktpartijen

beschikken over kennis waar ondernemers iets aan kunnen hebben. "Ons vakblad Grondig wordt heel goed gelezen, bleek uit een lezersonderzoek onder leden, abonnees en adverteerders. Daar kunnen bedrijven natuurlijk in adverteren, maar uiteindelijk blijft dat een transactionele relatie. Iemand ziet je advertentie en legt het blad daarna weer weg. Daarom bieden wij



Eduard van der Harst, Cumela



Silvèr Snoek, Elma Media

leveranciers en kennispartners ook de mogelijkheid zich op een andere manier aan ons te binden. Onze begunstigerspakketten bieden verschillende mogelijkheden om met de achterban in contact te komen: van zichtbaarheid in het vakblad en de nieuwsbrief tot deelname aan relatie- en innovatiedagen of het delen van kennis tijdens bijeenkomsten. Zo faciliteer je op een informele manier ontmoetingen tussen leden en leveranciers. Daar kunnen mooie relaties uit ontstaan.”

Uiteindelijk hebben beide partijen iets aan deze constructie. “Het gaat niet alleen over ‘je moet hier je machine kopen’, maar veel meer over kennisuitwisseling. Als Cumela kunnen wij daarin een tussenpartij zijn. We willen geen reclamefolder zijn voor onze begunstigers. Het gaat erom hoe we hun kennis kunnen gebruiken voor onze leden, bijvoorbeeld als het gaat om innovaties of productontwikkeling. Het gaat verder dan alleen exposure.”

Onafhankelijk én relevant

Juist die inhoudelijke insteek spreekt Silvèr Snoek, commercieel directeur van Elma Media, aan. Elma is al ruim vier jaar partner van Cumela en helpt onder meer bij de ontwikkeling van de begunstigerspropositie, de werving van nieuwe partners en de uitvoering. “Wij zijn exclusief partner van branche- en beroepsverenigingen”, vertelt Silvèr. “Het woord vereniging zegt het eigenlijk al: een vereniging moet verenigen. Daar hoort verbinden bij. Dat kan met een blad, inspiratiedagen, netwerkbijeenkomsten of andere vormen van kennisdeling. Daar zit de toegevoegde waarde van een vereniging. De begunstigerspakketten passen hier goed in.”

Volgens Silvèr is het daarbij essentieel dat de vereniging haar onafhankelijkheid bewaakt. “Dat doe je door aan de voorkant goed aan te geven waar deze constructie voor bedoeld is. Zoals Eduard ook aangeeft, gaat het niet enkel om leveranciers een podium geven, maar om de knowhow van leveranciers te verbinden met de leden van Cumela. Alle partners zijn ze even lief. Inmiddels sluiten niet alleen machineleveranciers aan, maar bijvoorbeeld ook accountants en een adviesbureau uit de agrarische sector. Die doen mee vanuit dezelfde gedachte: hoe kunnen we het ondernemende lid verder helpen richting de toekomst en ontzorgen?”

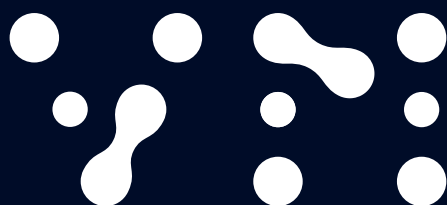
Eén aanspreekpunt

Elma ondersteunt Cumela in tal van opzichten, maar de vereniging bepaalt altijd zelf de koers. Silvèr: “Zij geven aan welke thema’s belangrijk zijn en welke onderwerpen spelen. Wij helpen vervolgens met de communicatiestrategie en het verbinden van relevante partijen.” Eduard is blij met die samenwerking. “Elma helpt ons bij de werving van begunstigers, het relatiebeheer én de mediakant. Ze geven ons vakblad uit en ondersteunen bij de advertentieverkoop. Het is prettig om één centraal aanspreekpunt te hebben. Zo doen we allebei waar we goed in zijn.”

Dat de aanpak werkt, merken beide organisaties in de praktijk. Eduard ziet dat leden de bijeenkomsten met begunstigers goed waarderen. “Soms verzorgt een begunstiger een rondleiding in een fabriek of is hij aanwezig bij een ondernemersclub. Dat is een laagdrempelige manier om meer te leren over de toeleveringsketen.” Ook de begunstigers zelf weten elkaar steeds beter te vinden. “Ze ontmoeten elkaar tijdens onze bijeenkomsten en bouwen onderling ook weer nieuwe contacten op.” Silvèr zag dat onlangs letterlijk gebeuren. “Na afloop van een bijeenkomst stonden alle begunstigers met elkaar in gesprek. Toen dacht ik: waar zie je dit nog? Dat is echt bijzonder.”

Mooie vorm

Zou Eduard andere verenigingen deze aanpak aanraden? “Absoluut. Je verbindt meerdere partijen met elkaar én aan de vereniging. Dat maakt je sterker.” Silvèr plaatst daar nog één belangrijke kanttekening bij: “Het moet wel bij je vereniging passen. Maar of je nu een branche- of beroepsvereniging bent, uiteindelijk ben je allebei een verbinder. Je moet alleen zorgen dat je die rol goed invult én je onafhankelijkheid blijft borgen. Blijf verenigen en verbinden. Daar is dit een mooie vorm van.” 🍀



VerenigingsMagazine

Dit artikel is te lezen in het VerenigingsMagazine (VM)

VM is het enige vakblad in Nederland voor de verenigingsprofessional. Ben jij geïnteresseerd in de ontwikkelingen van verenigingen? Per jaar verschijnen vier edities van het vakblad, zowel in papieren als digitale vorm.

**Abonneren? Bekijk de mogelijkheden op:
wijzijndna.nl/abonneren**



kenniscentrum

VM wordt uitgegeven vanuit het DNA Kenniscentrum.

DNA biedt verenigingen en haar professionals de mogelijkheid om kennis te delen, van elkaar te leren en zich te laten inspireren. Samen delen we passie voor het vak en helpen wij verenigingen net dat stapje verder.

**Meer weten?
wijzijndna.nl**