

# Een communicatieplan voor de VVBAD



1922

*Communicatie is een belangrijk onderdeel van de werking van de Vlaamse Vereniging voor Bibliotheek-, Archief- en Documentatiewezenen vzw (VVBAD). De vereniging beheert verschillende communicatiekanalen: van 'vlaggenschip' Bibliotheek- & archiefgids, over Info en de elektronische nieuwsbrief tot de website. Ongeveer de helft van het personeel is op één of andere manier met communicatie bezig. Zij vroegen zich af of deze kanalen wel goed op elkaar afgestemd zijn. Daarnaast ontstonden enkele jaren geleden een felle discussie over het voortbestaan van Info. Konden we van dit ledenblad een digitaal tijdschrift maken, of bleven we het beter drukken? Zonder dit tijdschrift te kaderen binnen het globale communicatiebeleid van de vereniging, was een antwoord op deze vraag niet mogelijk. Redenen genoeg dus om werk te maken van een communicatieplan voor de VVBAD.*

De studie werd uitbesteed aan Memori, een onderzoeksgroep van de Katholieke Hogeschool Mechelen gespecialiseerd in communicatie in non-profitorganisaties. Het traject omvatte interviews, een brainstorm, een online enquête en een focus-groepsgesprek. In november vorig jaar stelde onderzoeker Steven Wellens het plan voor aan de raad van bestuur.

## Een nieuwe missie

Het plan vertrok vanuit de vaststelling dat de identiteit en de doelstellingen van de vereniging niet helemaal helder geformuleerd zijn. Op basis van de aanbevelingen van Memori, kunnen drie opdrachten voor de vereniging gedefinieerd worden. In volgorde van belang: De VVBAD als belangenbehartiger, als intersectorale speler en als sectorale speler. Als intersectorale speler stimuleert de vereniging samenwerking en overleg tussen de verschillende deelsectoren. Hiervoor sloot ze trouwens een beheersovereenkomst af

met de Vlaamse overheid. Ook deskundigheidsbevordering, met Informatie aan Zee als grootste initiatief, en informatieverstrekking spelen hier een belangrijke rol. De vereniging neemt het voortouw in beroeps- en opleidingsmateries, zowel intersectoraal als sectoraal. Daarnaast werkt ze complementair aan wat de andere spelers, zoals de steunpunten, doen. Dit alles betekent niet dat de vereniging nu heel andere activiteiten gaat organiseren dan voorheen. Het helpt wel om intern duidelijk prioriteiten te stellen en extern heldere afspraken te maken met andere organisaties.

Uit de gesprekken over de identiteit, volgde een nieuwe missie voor de vereniging:

*De VVBAD is dé beroepsvereniging in Vlaanderen van bibliothecarissen, archivariissen en documentalisten. Onze ledenvereniging, ondersteund door een professioneel team, stimuleert overleg en samenwerking in het werkveld, met zinn voor verdieping en vernieuwing.*

*Voor al onze leden, zowel personen als organisaties, zijn we een platform voor uitwisseling van kennis en expertise. Door te netwerken, te informeren en activiteiten te organiseren, streven we naar de verdere professionalisering en ontwikkeling van de sector.*

*De VVBAD vertegenwoordigt de sector bij overheden en andere partners. Wij treden op als adviseur en belangenbehartiger.*

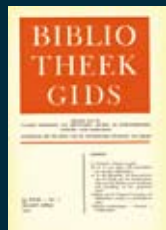
*Zo ijveren we ervoor dat alle burgers nu en in de toekomst gebruik kunnen maken van goed bewaarde en toegankelijke informatie.*

## Vier strategische doelstellingen

Memori formuleerde vier communicatiedoelstellingen voor de vereniging:

- De communicatiewerking professionaliseren;
- Een huisstijl ontwikkelen;
- De externe communicatie optimaliseren;
- De interne communicatie optimaliseren.

Voor elk van deze doelstellingen stelde Memori ook operationele doelen. Op 25 mei keurde de Raad van Bestuur een stappenplan goed dat hieraan concrete acties en een globale timing koppelt. We lichten hier de belangrijkste punten toe.



1955



1972



1992



1997



1999



2004

### De communicatiewerking professionaliseren

Binnen het VBAD-secretariaat worden de taken herverdeeld. Alle communicatieopdrachten, zoals de redactie van Info, de website en de elektronische nieuwsbrief en het redactiesecretariaat van *Bibliotheek- & archiefgids*, vallen nu onder de verantwoordelijkheid van de stafmedewerker communicatie. Voor alle medewerkers, voor de Raad van Bestuur en op termijn voor alle afdelingen, wordt communicatie een structureel aandachtspunt. Rond dit thema wordt de nodige vorming voorzien, zowel voor het personeel als voor de actieve leden.

### Een huisstijl ontwikkelen

Hoewel er in het verleden aanzetten zijn geweest, heeft de VBAD geen eigen huisstijl. Publicaties uit de reeks *Archiefkunde*, de elektronische nieuwsbrief, de papieren tijdschriften: ze zijn niet in één oogopslag te herkennen als producten van dezelfde vereniging. Dit is dan ook de eerste stap in de uitwerking van het communicatieplan. De nieuwe vormgeving wordt in het najaar ontwikkeld en zal geleidelijk geïntroduceerd worden met de vernieuwing van de communicatiekanalen.

### De externe communicatie optimaliseren

Als onafhankelijke beroepsvereniging heeft de VBAD baat bij een positieve uitstraling van de beroepen 'archivaris' en 'bibliothecaris'. Zeker voor bibliotheken is de instroom van nieuwe medewerkers de komende jaren een belangrijk aandachtspunt. Zowel in openbare bibliotheken als in schoolbibliotheken gaat een hele generatie binnenkort met pensioen. Duidelijke informatieverstrekking voor een breed publiek is ongetwijfeld een eerste stap naar een positieve beeldvorming. Dit kan bijvoorbeeld door [www.vlabidoc.be](http://www.vlabidoc.be) uit te werken tot een portaal-site met informatie over instellingen en hun collecties (de *Vlabidoc*), over de opleidingen en over de beroepen. Ook een bredere imagocampagne behoort tot de mogelijkheden. Voor bibliothecarissen sluit deze dan best aan bij de campagne die VCOB/Locus lanceerden voor openbare bibliotheken als instellingen.

De informatieprofessionals blijven natuurlijk de eerste doelgroep van de vereniging. De kwaliteit van de informatie die de vereniging nu aanbiedt, staat niet ter discussie. Ook in de toekomst willen we dezelfde hoge standaarden blijven hanteren. Wel dringt zich een grondige vernieuwing van de tijdschriften op. *Memori* adviseerde enerzijds om *Info* en *Bibscoop* te laten verdwijnen als zelfstandige kanalen,

maar de informatie die de VBAD in beide tijdschriften aan bod laat komen, moet anderzijds wel behouden blijven. Dat kan digitaal, via de nieuwsbrief en de website, en via een vernieuwde *Bibliotheek- & archiefgids*. De frequentie van dit tijdschrift kan hoger, de inhoud gevarieerder. Het nieuwe tijdschrift zou zo moeten uitgroeien tot een degelijk vaktijdschrift en verenigingsblad. Door ook kortere, beleidsgerichte artikelen op te nemen, moet het tijdschrift eveneens beleidsverantwoordelijken uit de brede sector kunnen aanspreken. Voor de uitwerking van een nieuw concept wordt de nodige tijd uitgetrokken. De lancering ervan is voorzien voor januari 2011.

Ook de vernieuwing van de website is een belangrijk aandachtspunt. De site die de vereniging in 2005 online zette, heeft de verwachtingen nooit echt kunnen waarmaken. De ambities die toen geformuleerd werden, zullen als uitgangspunt dienen voor een nieuwe functionele analyse. Een betere navigatiestructuur en een verhoogde interactiviteit staan daarbij centraal. Indien mogelijk wordt de vernieuwing gefaseerd doorgevoerd. Ook hier is de finalisering voorzien voor januari 2011.

### De interne communicatie optimaliseren

Als een vereniging van vrijwilligers waarin ruim tweehonderd informatieprofessionals zich actief inzetten, is er nood aan een goede, doorgedreven interne communicatie. De website kan dienen als platform voor de uitwisseling van bestuursdocumenten, zoals verslagen, draaiboeken en modelbegrotingen. Interactieve tools zoals wiki's en fora kunnen de samenwerking stimuleren. De realisatie van een extranet voor actieve leden zou best wel eens de eerste stap kunnen worden in de vernieuwing van [www.vvbad.be](http://www.vvbad.be).

### Besluit

De VBAD wil in de komende maanden een ambitieus communicatieplan implementeren. Het gaat om niet meer of niet minder dan een grondige vernieuwing van het communicatiebeleid. Een vernieuwing die voortbouwt op de bestaande sterke punten. Belangen van de sector behartigen, uitwisseling tussen de deelsectoren bevorderen, werken aan professionalisering en aan een positief image, het steunt allemaal op een goede communicatie. Uiteindelijk willen we hetzelfde blijven doen, maar beter.

*Denis De Bruyne, redactievoorzitter*  
*Bruno Vermeeren, coördinator VBAD*