

Q&A

Algemeen

1. **Q:** *Waarom gaan jullie samen?*

A: Door de kracht, kennis en netwerken van VEA en IAB Nederland samen te voegen en uit te breiden wordt er een verbindend netwerk gecreëerd dat waarde levert in de hele keten. Waarin plaats is voor creatie, media, data en technologie. We creëren hiermee een brancheplatform voor iedereen in de branche, van CEO's tot starters. Voor professionals werkzaam bij reclame-, media- en communicatiebureaus, ad-techpartijen, uitgevers en adverteerders. Een vereniging die ook altijd open zal staan voor andere samenwerkingen in de branche.

2. **Q:** *Waarom juist deze combinatie?*

A: De uitdagingen waar onze leden en de klanten van onze leden mee te maken krijgen, zijn nooit (meer) ééndimensionaal. Maar vragen om een grote diversiteit aan mensen en disciplines. En dus ook om een branchevereniging die breder kijkt, denkt en werkt. Door samen te gaan kunnen we op alle vakgebieden en niveaus mensen verbinden en het vak verder brengen. We hebben een sterke match met IAB op ambitie en visie en daarnaast zeer complementaire activiteiten en leden. Dit geeft een sterk en mooi uitgangspunt.

3. **Q:** *Is deze fusie noodzakelijk door Corona?*

A: Nee, we doen dit vanuit kracht en vanuit onze visie waarbij wij vinden dat het tijd is voor meer verbinding in de branche. Niet omdat het enigszins moet. Bovendien zijn we de eerste gesprekken hierover al ruim voor Corona gestart.

4. **Q:** *Is er een branchevereniging nog wel van deze tijd?*

A: De branche verandert maar de behoefte om te verbinden, te leren, te inspireren en kennis met elkaar te delen blijft bestaan en wordt allemaal groter. Daarnaast voelen we de behoefte om samen met elkaar de ontwikkelingen en trends in de markt te duiden. Ook zaken die vragen om standaardisering, wetgeving en (zelf) regulering zijn een logische taak van een branchevereniging. Juist vanwege al deze zaken is een branchevereniging volgens ons van elke tijd. En juist in een tijd waarin de ontwikkelingen zich zo snel opvolgen als nu en de uitdagingen niet (meer) ééndimensionaal zijn is meer samenwerken van groot belang.

5. **Q:** *Zijn jullie niet bang dat leden deze fusie als reden aangrijpen om op te zeggen?*

A: Wij moeten onze toegevoegde waarde elke dag bewijzen, fusie of niet. Wij geloven in de propositie van de nieuwe vereniging en de meerwaarde die we hiermee voor het gehele ecosysteem en alle leden creëren. We denken met deze stap ook aantrekkelijker te worden voor bureaus en organisaties die nog geen lid zijn.

6. **Q:** *Wat als de ALV nee zegt?*

A: We willen nogmaals benadrukken dat we behouden wat sterk is van beide verenigingen. Door te fuseren kunnen we op alle vakgebieden en niveaus mensen nog meer verbinden en het vak samen nog verder brengen. De toegevoegde waarde voor de branche en onze leden is groter als we samen verder gaan, dan als aparte verenigingen. We hebben er alle vertrouwen in dat onze leden dit ook zo zien. We gaan hier voor de ALV ook met onze leden over in gesprek om ze goed mee te nemen in deze verandering.

Lidmaatschap

7. **Q:** *Wat voor invloed heeft dit op de contributie?*

A: Voor 2021 houden we vast aan de huidige contributiestructuur van zowel IAB Nederland als VEA. Vanaf 2022 willen we overstappen naar één contributiemodel. Hierbij zullen we naast de feedback vanuit de markt ook de huidige contributie als uitgangspunt nemen en dit uiteraard ruim op tijd communiceren.

8. **Q:** *Ik ben lid bij beide verenigingen. Wat voor invloed heeft dit op de contributie?*

A: Wanneer je nu lid bent van beide verenigingen ontvang je voor 2021 33% korting op het totale lidmaatschap bedrag. Voor 2021 houden we vast aan de huidige contributiestructuur van zowel IAB Nederland als VEA. Vanaf 2022 willen we overstappen naar één contributiemodel. Hierbij zullen we naast de feedback vanuit de markt ook de huidige contributie als uitgangspunt nemen en dit uiteraard ruim op tijd communiceren.

9. **Q:** *Wat is de winst voor een VEA-lid?*

A: In de nieuwe vorm breiden we uit met een fantastisch netwerk van de ruim 200 adverteerders, mediabureaus, publishers en technologieleveranciers die bij IAB

Nederland zijn aangesloten. Ook vergroten we ons aanbod van kennissessies, (online) evenementen, whitepapers en onderzoeken die voor iedereen binnen jouw organisatie toegankelijk zijn. Bovendien is het mogelijk dat onze leden zitting nemen in een van de negen taskforces of werkgroepen om met andere professionals het vak verder te brengen.

10. **Q:** *Kan ik partner worden van de nieuwe vereniging?*

A: Wat leuk dat je interesse hierin hebt! Uiteraard moet de nieuwe vereniging eerst door de leden van VEA en IAB Nederland worden goedgekeurd voordat we definitief samen verder kunnen. De nieuwe vereniging wordt dan per 1-1-2021 opgericht. We brengen je graag op de hoogte van de mogelijkheden vanaf 1 januari. Neem contact op met wendy@iab.nl en zij zal je meer vertellen over de mogelijkheden.

11. **Q:** *Wat gaat de vereniging doen?*

A: Met het realiseren van de nieuwe vereniging brengen we de twee sterke organisaties, VEA en IAB Nederland, bij elkaar om een nog krachtiger en wendbaarder netwerk te bouwen dat past bij deze tijd. Waar we nog meer gaan samenwerken en geprikkeld worden door innovatie en waarde creëren voor het grotere geheel. Waar het niet gaat om of je adverteerder, exploitant, bureau of data & tech club bent. Maar waar je een omgeving treft waar iedereen kan groeien.

Een netwerk waar kennis, kunde en interactie op het gebied van creatie, media, data, tech, innovatie en business bij elkaar komt. Een netwerk van iedereen, van starters tot board room en alles ertussen in. Voor alle vakgenoten, en bedrijven werkzaam in de creatie, media, data en tech. Een netwerk met een duidelijk, gezamenlijk doel: groei van de mens, groei van de business en de groei van ons mooie vak.

Een netwerk dat ook, samen met zijn leden, ontwikkelingen en trends in de markt zal blijven duiden en waar mogelijk standaardisering, wetgeving en (zelf)regulering zal bepalen of beïnvloeden.

12. **Q:** *Voor wie is de nieuwe vereniging er nu eigenlijk?*

A: Voor iedereen (zowel individuen als bedrijven) werkzaam in de gehele marketingketen, bezig met merk, creatie, media, data en technologie, van CEO tot starter.

13. **Q:** *Is er al een naam bekend?*

A: We onderzoeken momenteel een aantal opties waar we enthousiast over zijn. We verwachten daar over een aantal weken nieuws over. Hiervoor is het uiteraard ook van belang dat onze leden goedkeuring geven voor deze voorgenomen fusie.

14. **Q:** *Gaan jullie ook samen met MWG of ander partijen?*

A: Hier is nog niet over gesproken. Maar wat niet is, kan nog komen! Wij zullen een vereniging zijn die altijd open zal staan voor andere samenwerkingen, in welke vorm dan ook, als dit toegevoegde waarde heeft voor onze leden en branche. Ook de huidige samenwerking met andere brancheverenigingen houden we graag in stand.

15. **Q:** *Waar gaan jullie vestigen?*

A: Net als veel bedrijven werken ook wij nog voor een groot gedeelte vanuit huis. Dit zorgt ook voor een andere behoefte qua kantoorcapaciteit. Als de nieuwe vereniging wordt goedgekeurd door onze leden dan heeft het de voorkeur om ons te vestigen op Westergasterrein. Hier zijn ook de MWG en ADCN gevestigd en die vestigingsplaats zal een eventuele verdere samenwerking verder bevorderen.

Activiteiten nieuwe vereniging

16. **Q:** *Wat is de missie & visie van de nieuwe vereniging?*

A: Visie: Verbinding is de motor van vooruitgang.

Missie: Een omgeving waar iedereen kan groeien. Het is ons belangrijkste doel als brancheplatform om een omgeving te creëren waar iedereen kan groeien. Groei van de mens, bedrijven en ons mooie vak.

17. **Q:** *Wat gebeurt er met Effies/24 Festival/Legend Diner?*

A: We zullen de huidige activiteiten van zowel IAB Nederland als de VEA behouden. Daarbij horen ook de evenementen zoals de Effies, 24 festival en het Legend Diner.

18. **Q:** *Wat zijn nieuwe activiteiten van de nieuwe vereniging?*

A: We zullen naast het samenvoegen van de twee sterke verenigingen en zijn activiteiten ook twee nieuwe taskforces oprichten: Creative.IO en Consumer Centricity. Voor beide taskforces staat het verbinden van expertise en visie centraal. De taskforce Creative.IO zal als doelstelling hebben: het optimaal laten samenwerken

van de gouden driehoek; creatie-data-tech. De taskforce Consumer Centricity zal vooral kijken naar het veranderend gedrag van de consument, wat we daaruit kunnen leren en welk effect dit heeft op de keuzes op het vlak van marketing, communicatie en media.

19. **Q:** *Wat gaat er verdwijnen?*

A: Vooralsnog niets. We zullen in de komende periode goed kijken en luisteren naar onze leden en jaarpartners. Waarbij we in gesprek zullen gaan over waar verdere behoeftes liggen, wat eventueel overbodig is en waar verbinding waardevol is.

Bestuur & Organisatie

20. **Q:** *Hoe gaat het bestuur eruitzien?*

A: We hebben het bestuur samengesteld rondom de onderwerpen die op dit moment wezenlijk voor het vak zijn. Daarnaast zijn er een aantal doorlopende verantwoordelijkheden (zoals secretaris, penningmeester) die ook bij het bestuur vallen. Concreet met namen en rugnummers betekent dit:

- a. Voorzitter: Marion Koopman
 - b. Vice-Voorzitter en Secretaris: Saskia Wagenmakers
- De portefeuilles:
- c. Strategie en Consument: Gijs de Bruijn en Joris Lak
 - d. Creativiteit: Dick van der Lecq en Yvonne Prins
 - e. Media & Commerce: Atva van Zanten en Brian Hirman
 - f. Data, Technologie & Privacy: Tim Geenen en Dorine van Mullem
 - g. Next Gen Talent: Baba Touré en Diana van Roest
 - h. Business Acceleration: Saskia Wagenmakers
 - i. Communicatie: Jos Govaart

21. **Q:** *Waarom zo'n groot bestuur?*

A: Het voorgestelde bestuur is zorgvuldig samengesteld uit sterke mensen vanuit het vak en met een goede balans tussen nieuwe bestuursleden en een deel van de bestuursleden vanuit de beide huidige verenigingen. Het zijn stuk voor stuk ambitieuze professionals vanuit diverse vakgebieden, bloedgroepen en achtergronden met een gedeelde passie, visie en vakmanschap.

22. **Q:** *Hoe gaat Het Bureau van de nieuwe vereniging er uitzien?*

A: Wendy Pouw, huidig directeur IAB Nederland, zal de directeur worden van de nieuwe vereniging. Zij zal samen met de huidige teams van de VEA en IAB Nederland het bureau van de nieuwe vereniging vormen. Talmon Kochheim de huidige directeur van de VEA zal in 2021 aanblijven als adviseur om gezamenlijk de vereniging verder op te bouwen en essentiële elementen vanuit de VEA te waarborgen.

23. **Q:** *Wat gaat er gebeuren met de Adviesraad van IAB Nederland?*

A: De nieuwe vereniging zal bij de start geen adviesraad hebben. IAB Nederland heeft wel goede ervaringen met een extern klankbord. Het zou kunnen dat dit in een nader te bepalen vorm terug gaat komen in de toekomst. Dat is aan het nieuwe bestuur en staat nu niet op de agenda.

24. **Q:** *Wie wordt de nieuwe voorzitter?*

A: Marion Koopman

25. **Q:** *Marion heeft net een nieuwe rol bij WPP geaccepteerd en is nu de nieuwe voorzitter van deze grote vereniging. Heeft zij hier wel tijd voor?*

A: Ja, gelukkig wel. Maar Marion doet het natuurlijk niet alleen. Het voltallige bestuur doet het samen en bestaat uit extreem goede, betrokken en actieve professionals. We hebben er dan ook het volle vertrouwen in dat zij dit gezamenlijk zeer goed kunnen invullen.

26. **Q:** *Waarom is het bestuur al helemaal ingevuld?*

A: Voor een goede start van de nieuwe vereniging vinden we een sterk en ambitieus leiderschapsteam belangrijk. Samen zullen ze de nieuwe vereniging vormgeven en leiden. Door nu al naar buiten te komen met de namen van de professionals die de nieuwe vereniging gaan verenigen hopen wij jullie voldoende inzage te geven in wat je van de nieuwe vereniging kunt verwachten. Het voorgestelde bestuur zijn stuk voor stuk ambitieuze professionals vanuit diverse vakgebieden en achtergronden. Ze hebben allen een gedeelde passie, visie en vakmanschap.