

Wetenschapswinkelonderzoek leidt tot aanpassingen communicatiemiddelen en beleidsvisie VIVA-SVV

Eén van de organisaties die de voorbije jaren beroep heeft gedaan op de diensten van de Wetenschapswinkel Brussel is VIVA-SVV, een vrouwenvereniging van de socialistische mutualiteiten.



Het onderzoek, uitgevoerd door de studente Communicatiewetenschappen Sarah Verhaege in het kader van haar thesis, focuste zich op de vraag naar de identiteit en het imago van VIVA-SVV.

Met de resultaten is de organisatie niet bij de pakken blijven zitten. Een nieuw beleidsplan werd opgesteld en de communicatiemiddelen werden aangepast.

Eén van de knelpunten waarmee VIVA-SVV kampte, was de veroudering van de afdelingen. Vooral oudere mensen blijken tijd te kunnen vrij maken om activiteiten voor de vrouw en het gezin te organiseren. Toch zijn er tegenwoordig ook vrouwengroepen binnen de organisatie actief, die bijna uitsluitend bestaan uit jonge vrouwen. Natuurlijk mogen de seniorenvrouwen niet vergeten worden; zij zijn immers nog vaak de drijvende kracht achter de schermen van de afdelingen.

Ook meer en meer wordt het gezin bij het gebeuren betrokken. De klassieke vrouwenvereniging verdwijnt en er wordt plaats gemaakt voor man en kinderen. Bij VIVA-SVV hebben ze de trend ingezet: sinds kort werken er 3 mannen! Op die manier trachten ze de boodschap over te brengen naar hun afdelingen.

Een tweede knelpunt dat opdook uit het onderzoek was het gebrek aan éénvormigheid. Voordat VIVA-SVV met de nieuwe bedrijfscultuur van start ging, had elke afdeling zijn eigen naam voor de vrouwenbeweging. Het hoeft niet gezegd te worden dat één naam en één identiteit het imago van de organisatie ten goede komt. Ook voor de bestuursvrijwilligers van de afdelingen is dat van belang. Zij trekken nu aan één en hetzelfde touw.

Vervolgens deed en doet VIVA-SVV veel inspanningen om hun bekendheid te vergroten. Vrouwen die zich aansluiten bij de socialistische mutualiteiten zijn automatisch lid van de vrouwenvereniging maar uit het onderzoek van Sarah Verhaeghe bleek dat 2/3 niet te weten aangesloten te zijn. Meer bekendheid bij hun leden is dus zeker gewenst.

Om die reden doet VIVA-SVV meer inspanning via verschillende communicatiekanalen. In S-Magazine, het maandelijks ledenblad van de Socialistische mutualiteiten, krijgt de organisatie telkens 2 pagina's om hun activiteiten en projecten voor te stellen. Daarnaast is er nog de website (die vanaf 2007 helemaal vernieuwd wordt), de nieuwsbrief, VIVazine en Breek uit Jezelf. In de toekomst zal er ook nog een elektronische nieuwsbrief volgen.

Het beleid van VIVA-SVV werd aangepast en concentreert zich nu rond volgende pijlers: gezondheid en welbevinden, consumeren, cultuur en creativiteit, gelijke kansen, gezin, relaties en opvoeding. Die pijlers worden vertaald naar al hun activiteiten en naar hun toekomstvisie.

In welke mate die pijlers en de activiteiten hun beoogde doelen bereiken, zal nog moeten blijken. Voor een vervolgonderzoek is het op dit moment nog wat te vroeg, maar wie

weet zal over 5 jaar opnieuw een student via de Wetenschapswinkel het nieuwe beleid van VIVA-SVV evalueren.

Meer info over VIVA-SVV:

<http://www.vivasvv.be/viva/>

Meer info over het centraal aanspreekpunt Wetenschapswinkel:

<http://www.wetenschapswinkel.be/>

En over de Wetenschapswinkel aan de Vrije Universiteit Brussel:

<http://www.vub.ac.be/wetenschapswinkel/>