

REPUBLIEK VERSLAG 2021 & DOELEN 2022

In opdracht van het bestuur van Republiek



DE RELEVANTE CIJFERS OP EEN RIJ

Hoe gaat het met onze campagne voor de republiek?

Als je de opiniepeilingen mag geloven goed: 'steun monarchie historisch dieptepunt' (IPSOS sept. '21)

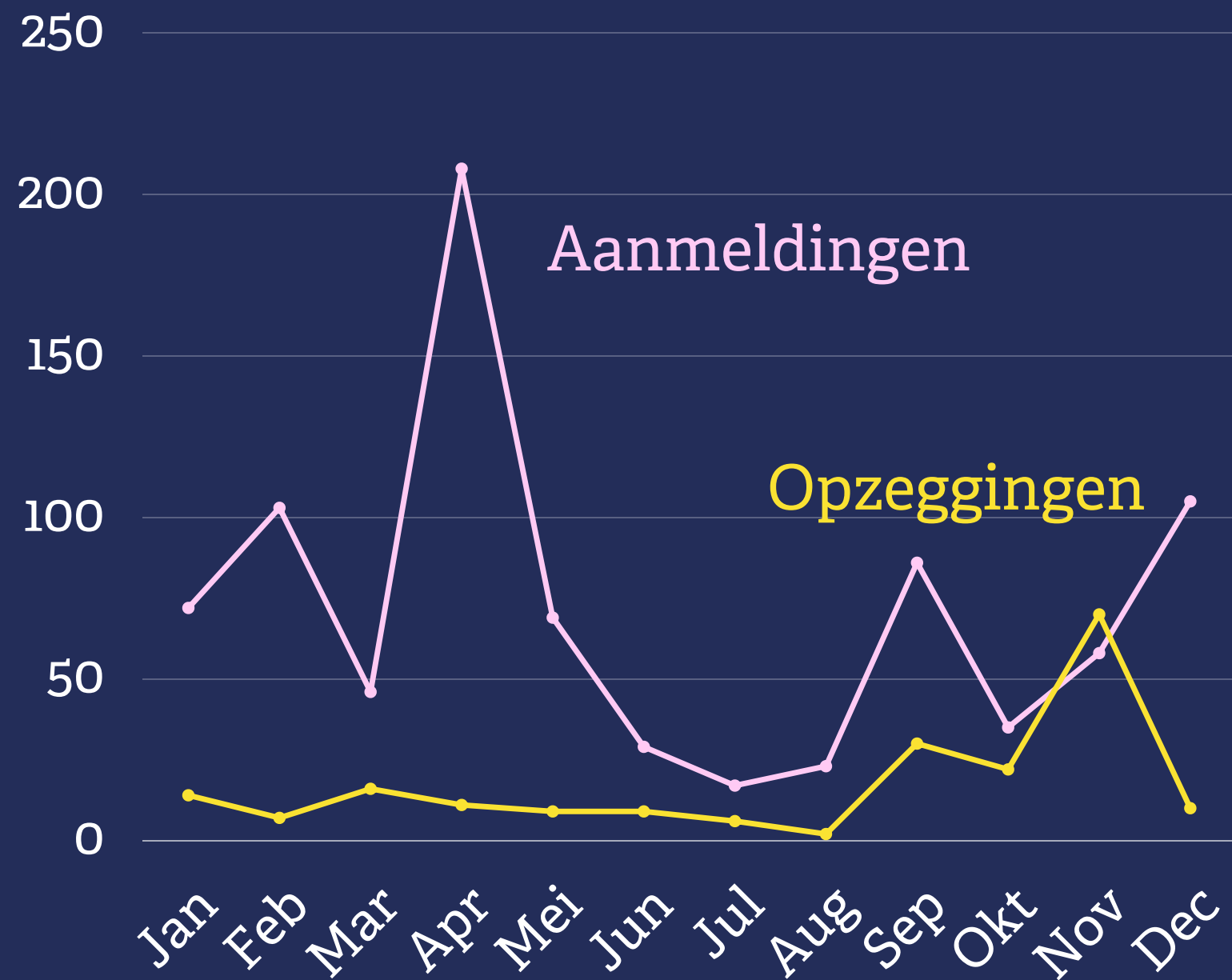
Maar zulke peilingen vertellen slechts een deel van het verhaal. We willen, ook los van de waan van de dag, een effectieve pro-republiek beweging opbouwen.

Daarom publiceren we voortaan jaarlijks een gedetailleerd verslag met cijfers. Dit is de eerste editie.

Bram van Montfoort, 4 januari 2022
Campagnemanager Republiek

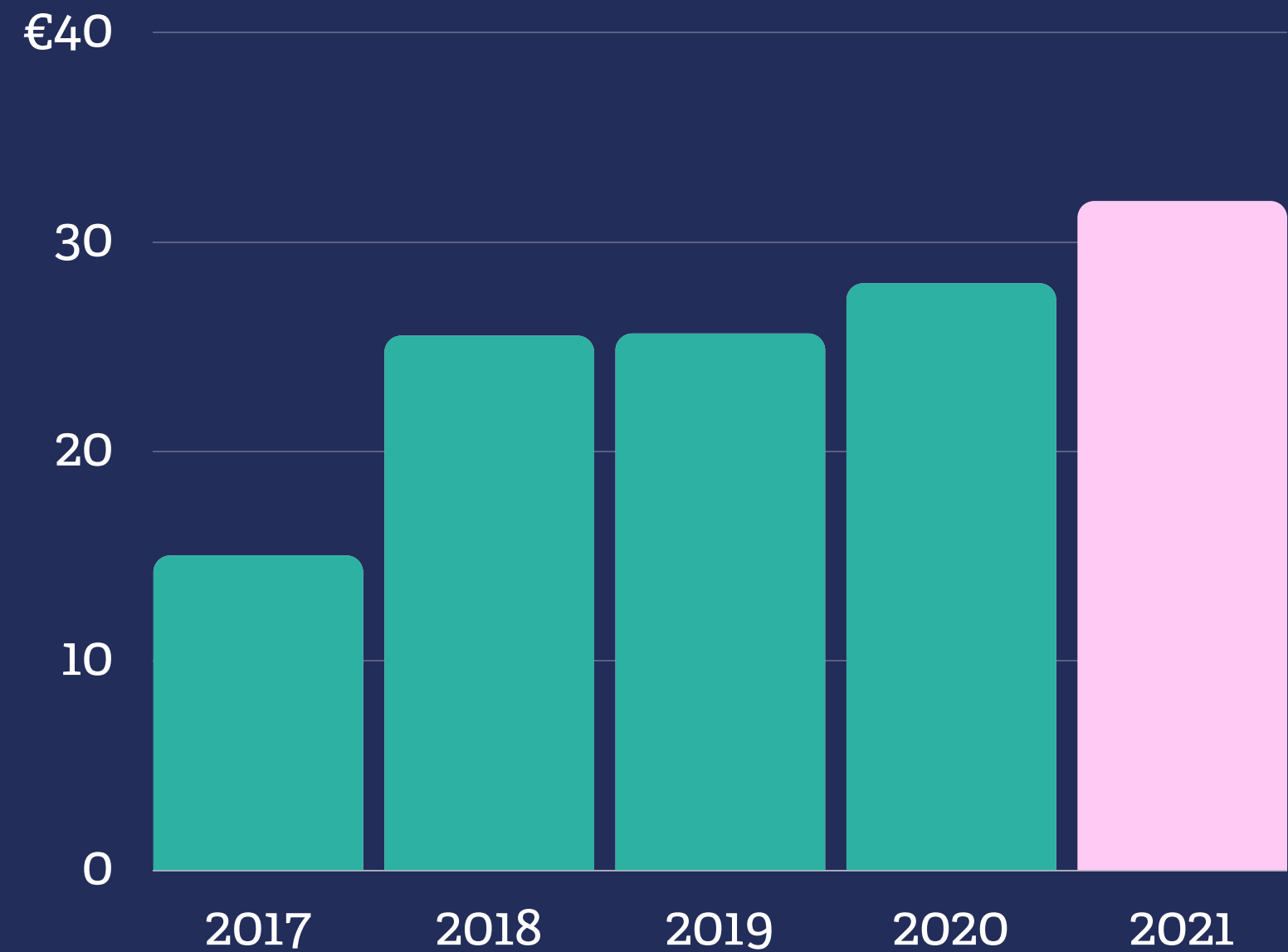
LEDENVERLOOP

3.491 leden (+23,8%)



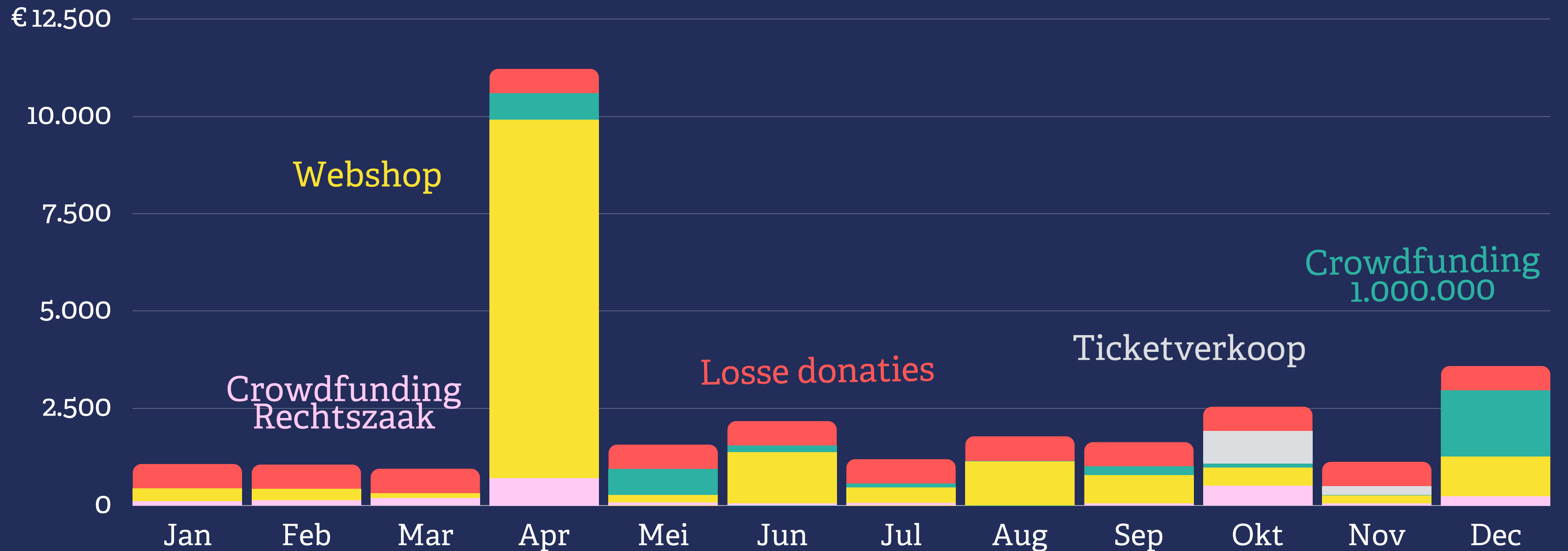
CONTRIBUTIE

Nieuw lid €31,9 (+13,9%)



OVERIGE OMZET

€29.768 (-34,8%)



Losse donaties per bankoverschrijving naar schatting €7.500 - in gelijke mate verdeeld over jaar

TOPVERKOPERS 2021

Vanaf april (nieuwe huisstijl)



1. Republiek t-shirt
212 verkocht



2. Republiek vlag
184 verkocht

3. Republiek hoodie
79 verkocht



4. Republiek mok
74 verkocht



ANALYSE LEDEN & OMZET 2021

Stijging leden doorgezet, minder door crowdfunding

De maanden september en oktober 2020 behoorden tot de meest succesvolle ooit voor de republikeinse beweging. Met dank aan onze rechtszaak om de macht van de koning aan te pakken (40.000 crowdfunding / naar schatting 250 nieuwe leden) en het schandaal rond de Griekenlandreis (500 nieuwe leden).

We hebben eerder te maken gehad met een snelle aanwas. Bijvoorbeeld in 2013. Uit het jaarverslag van 2014 blijkt echter dat een groot aantal nieuwe leden een jaar later alweer verdwenen was. Maar liefst 25% van het totaal had de contributie niet voldaan.

Dit probleem speelde in 2021 gelukkig minder o.a. dankzij de standaard automatische incasso. We hebben actief contact gezocht met leden die contributie niet betaalden. Een deel hebben we in november uitgeschreven.

In 2021 hebben we dankzij eigen acties en schandalen rond de monarchie ook een flink aantal nieuwe leden weten aan te trekken.

De overige omzet daalde ten opzichte van recordjaar 2020, toch hebben we met kleine acties en de webshop nog een respectabel bedrag weten op te halen.

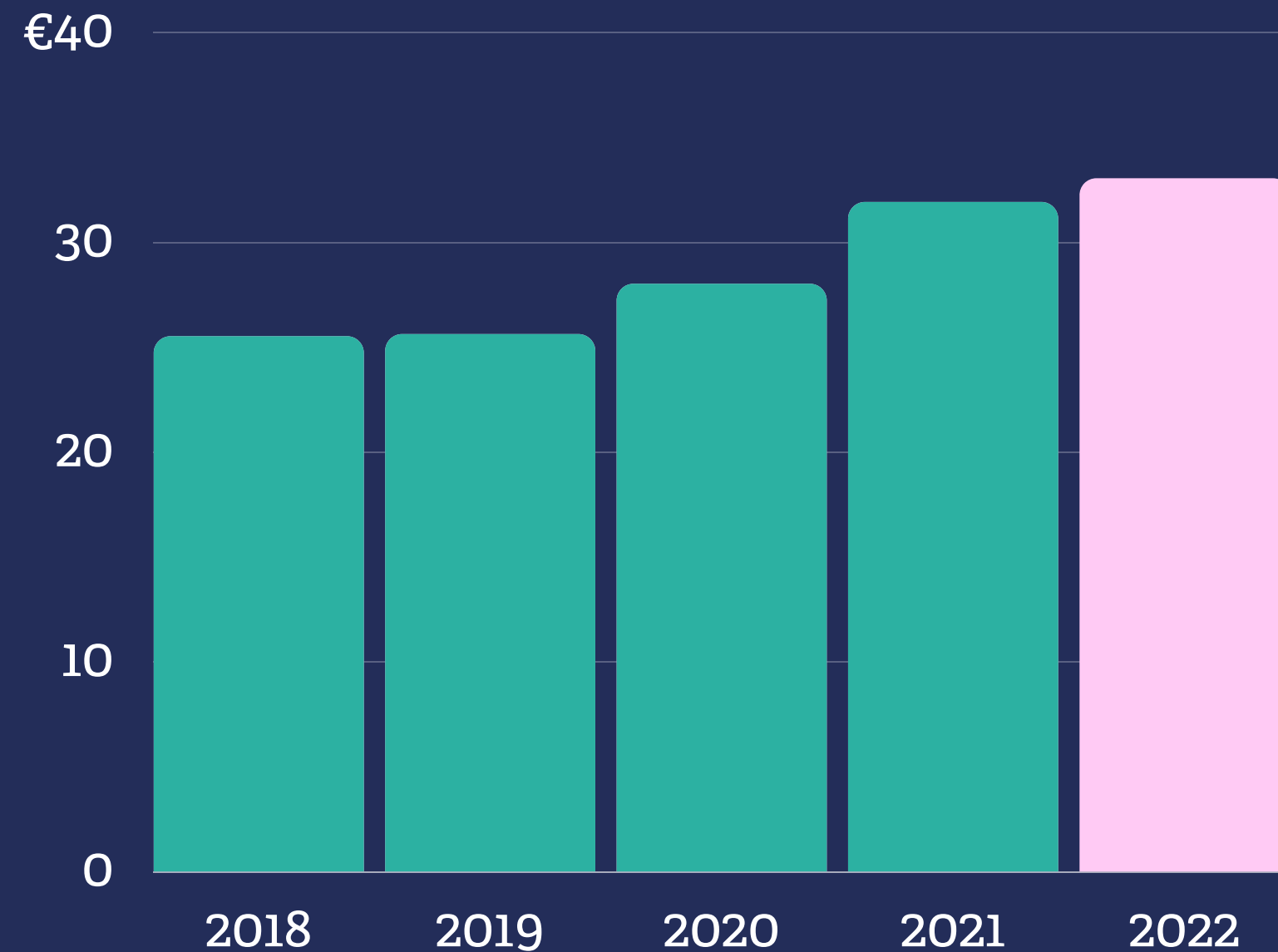
DOELSTELLING LEDEN & OMZET

Overige omzet €20-35.000 / Contr. nieuw lid €33 (+3,5%)

Het aantal nieuwe leden in 2022 valt moeilijk te voorspellen. We zijn deels afhankelijk van schandalen rond de monarchie.

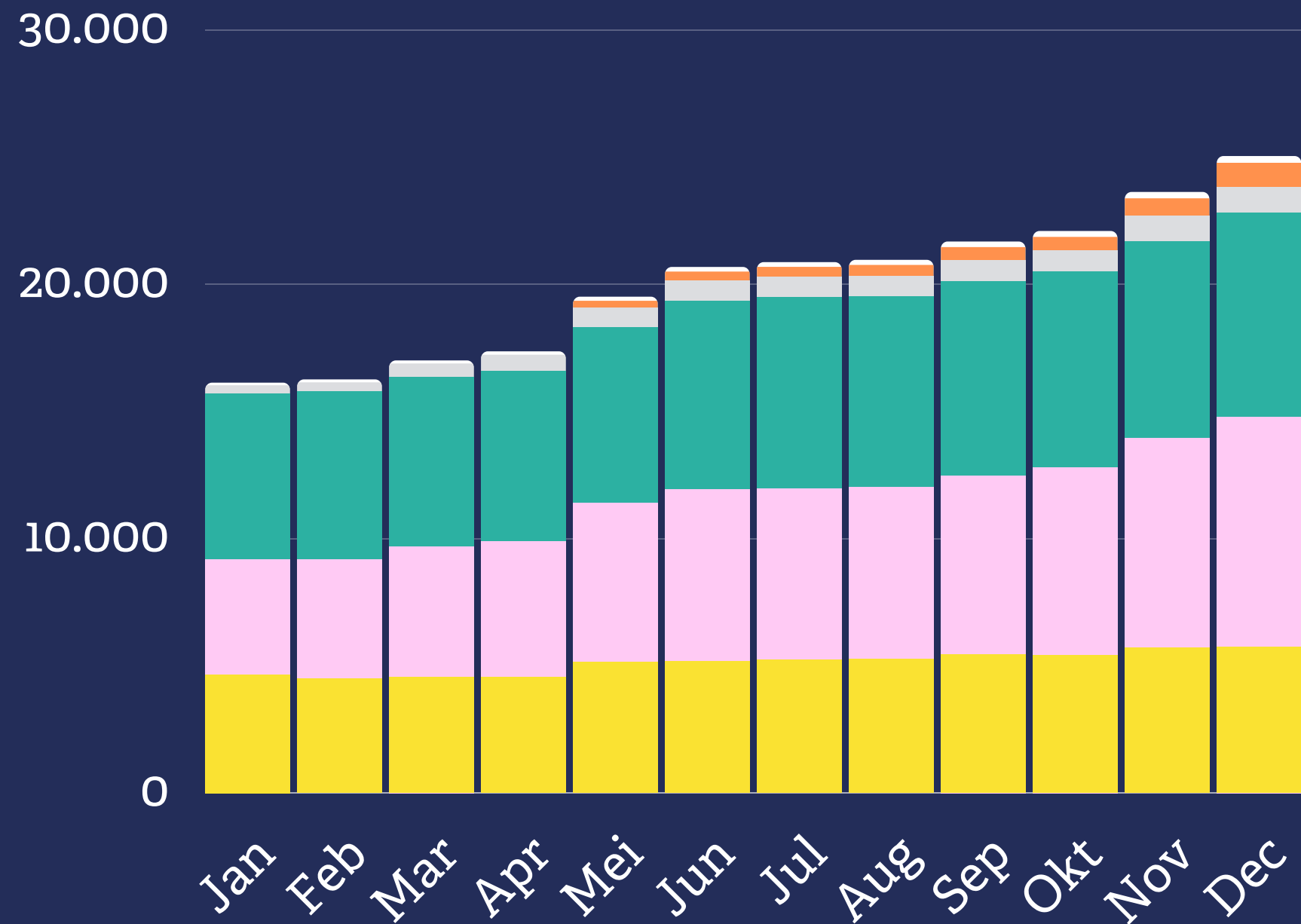
Waar we meer invloed op hebben zijn onze eigen acties. We willen door middel van crowdfunding, donaties, ticketverkoop en merchandise minimaal €20.000 omzetten.

Ook gaan we werken aan een verdere stijging van het gemiddelde contributiebedrag voor nieuwe leden. Dat blijkt relatief eenvoudig te bewerkstelligen. Zo houden we meer tijd over om campagne te voeren voor de republiek.



ONLINE VOLGERS

25.025 volgers (+55,4%)



LinkedIn: 276 (+170,6%)

Instagram: 942 (nieuw)

YouTube: 1.020 (+204,5%)

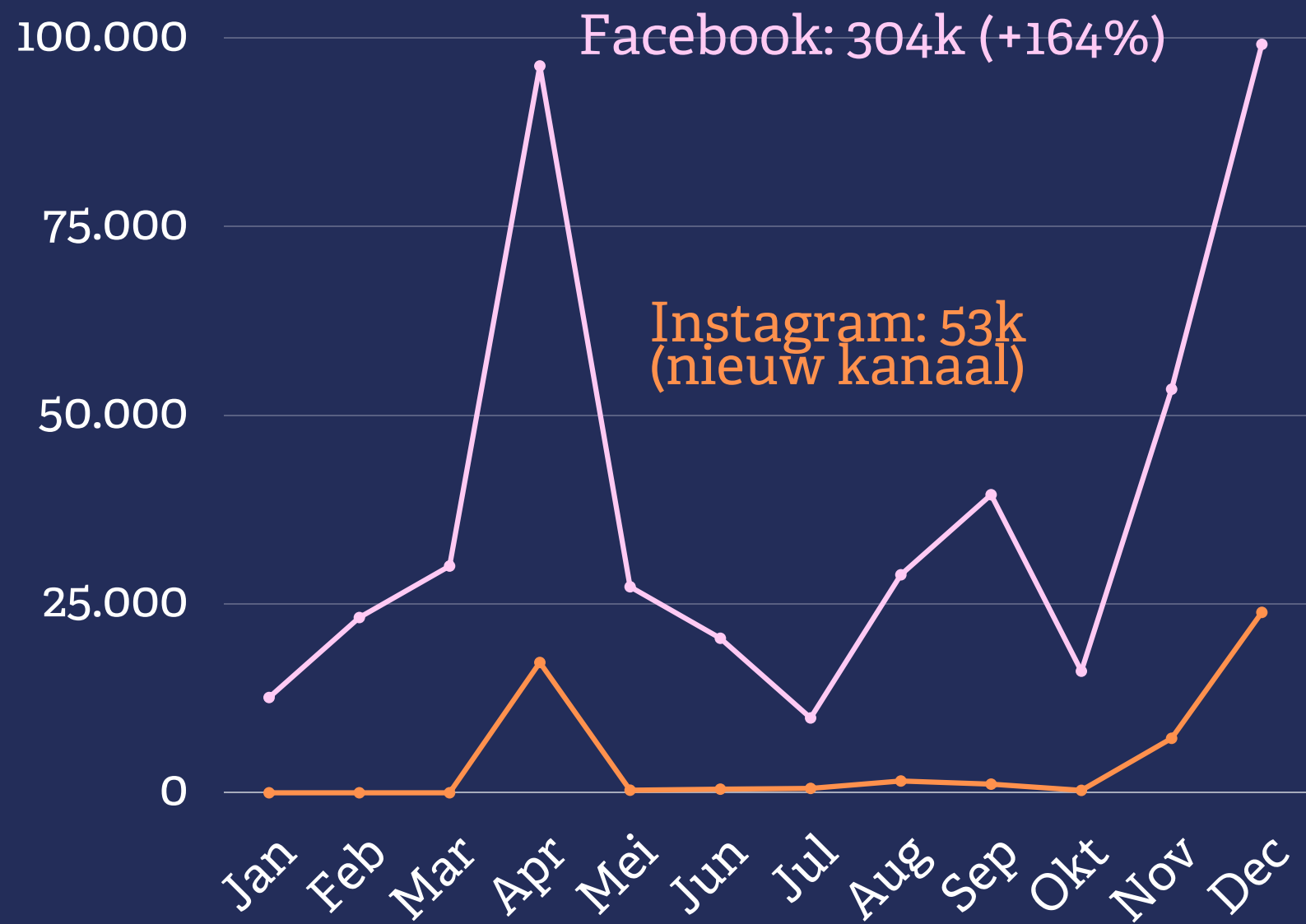
Nieuwsbrief: 8.004 (+22,7%)

Facebook: 9.042 (+101%)

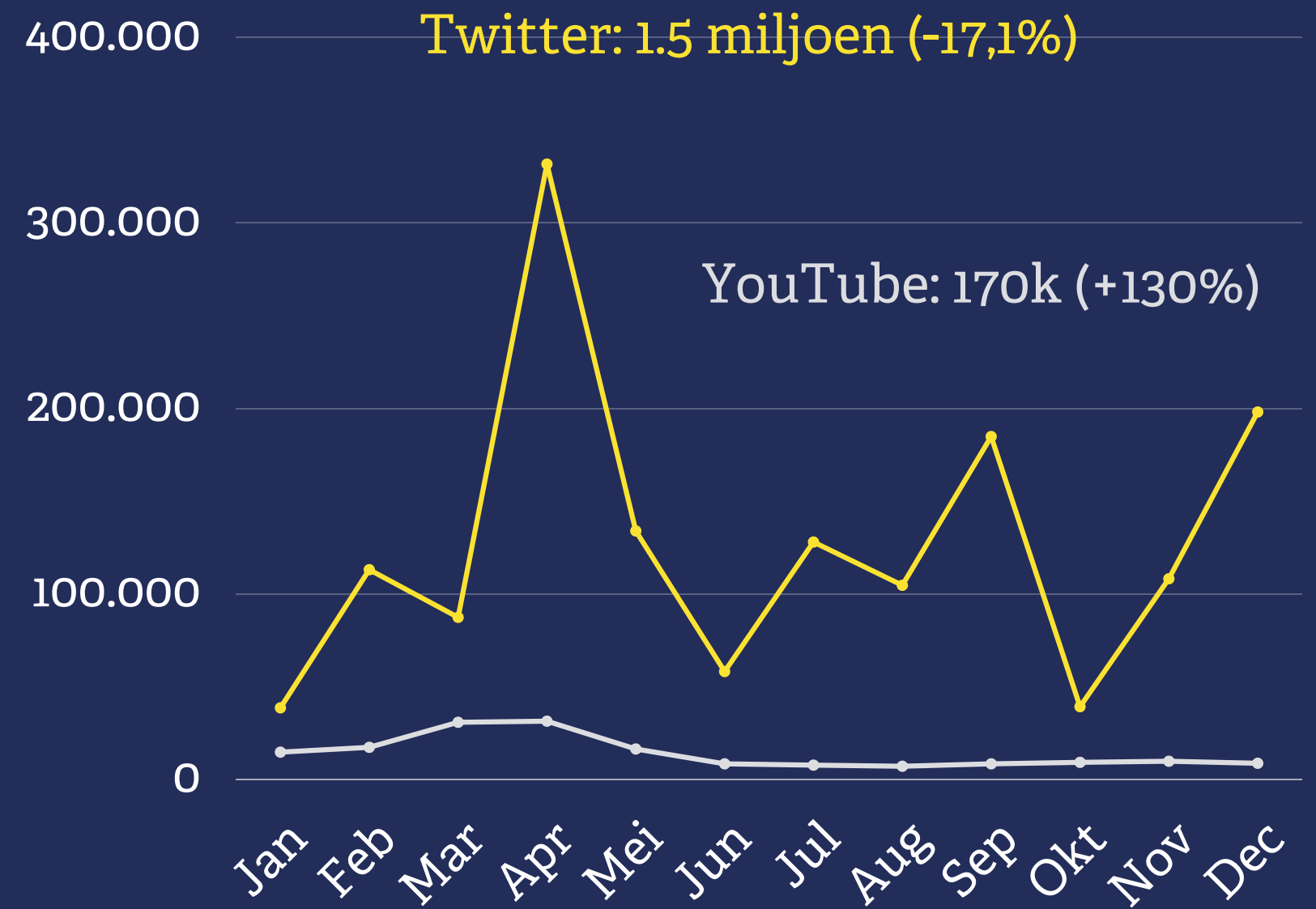
Twitter: 5.734 (+23,3%)

ONLINE BEREIK

Aantal bereikte personen



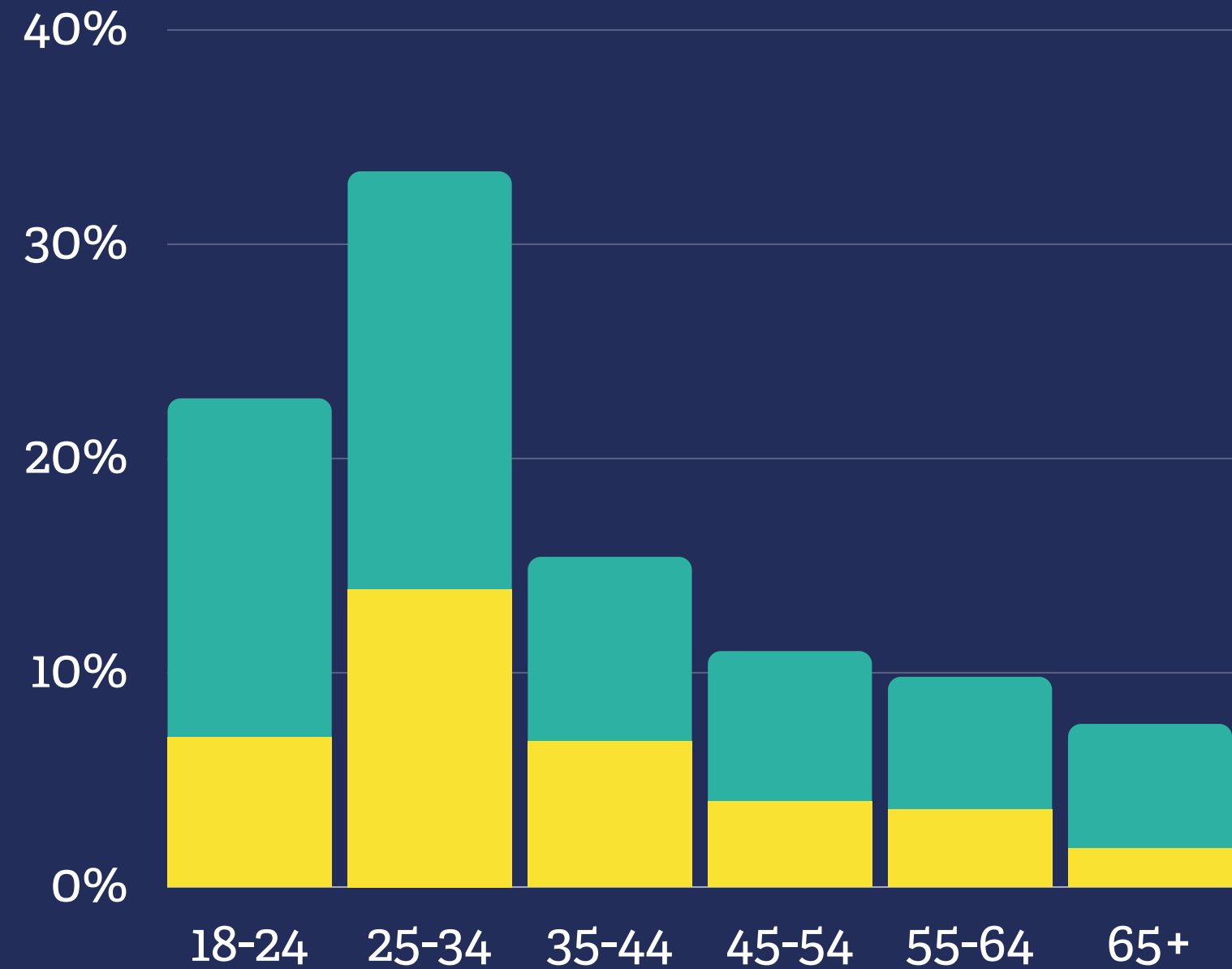
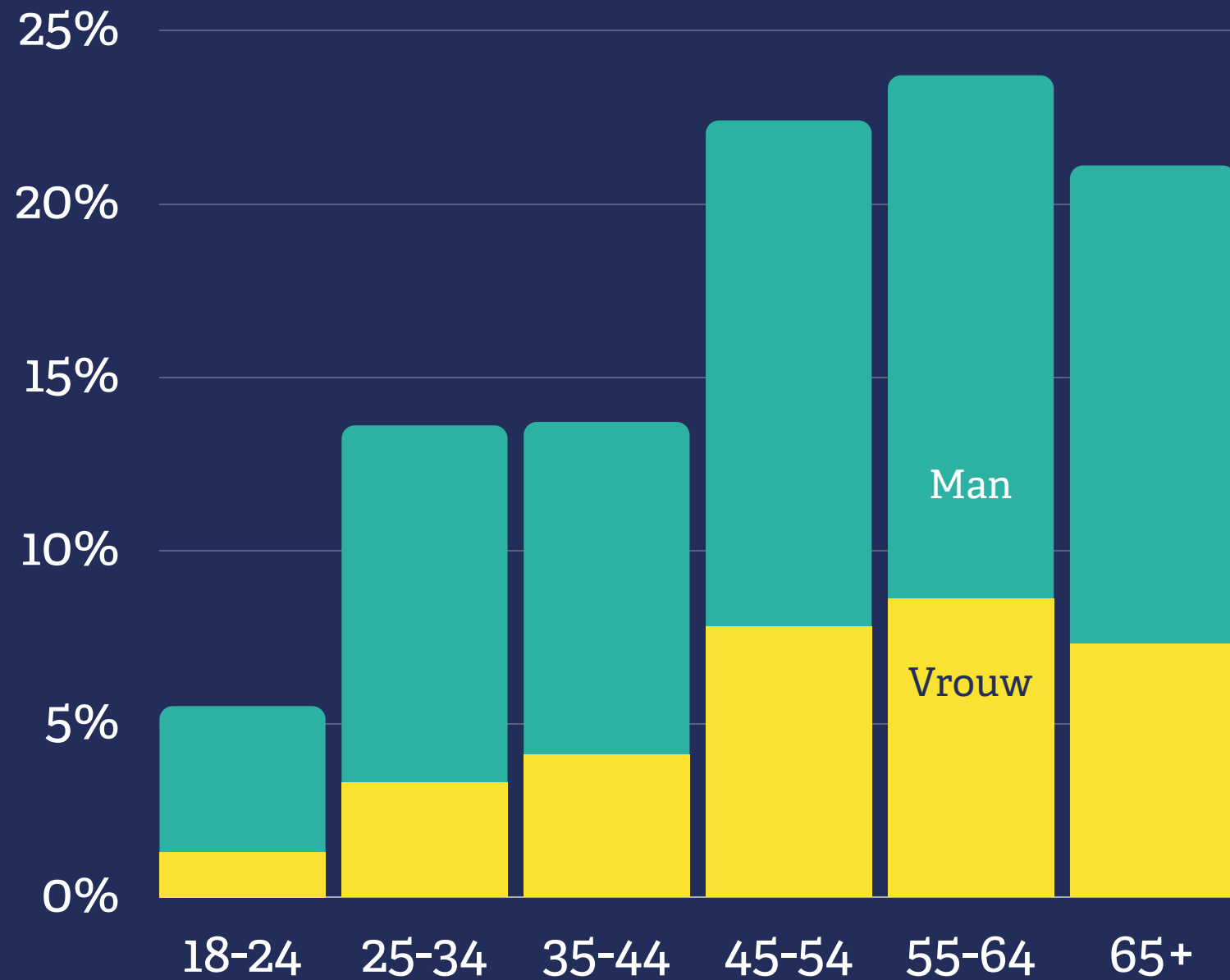
Aantal weergaven/vertoningen



DEMOGRAFISCHE GEGEVENS

Facebookvolggers gemiddeld 50,1 jaar oud

Instagramvolggers gemiddeld 36,6 jaar oud



ANALYSE ONLINE 2021

Flinke stijging volgers, nog niet heel divers

In 2021 hebben we voor het eerst op grotere schaal geadverteerd op Facebook. Met een investering van €2.100 zijn er 2.400 nieuwe volgers bijgekomen. De kosten per volger zijn hoger dan op Twitter, maar daar mogen we helaas niet meer adverteren.

De groep 50+ en man is oververtegenwoordigd bij de nieuwe volgers op Facebook.

Daarnaast hebben we bij verschillende acties ook geadverteerd op bereik via Facebook en Instagram. De investering van €700 heeft een bereik van 81.000 personen opgeleverd.

In het laatste kwartaal van 2021 zijn we begonnen met contentplanning. Met de tool Buffer zorgen we ervoor dat op elk kanaal (behalve YouTube) minimaal 2 keer per week een bericht geplaatst wordt. De stijging in het bereik is nu al terug te zien in de cijfers.

Tot slot zijn we in december 2021 gaan samenwerken met 'Social Compass' voor het aantrekken van nieuwe volgers op Instagram. Het is nog te vroeg om conclusies te trekken, maar de eerste resultaten zijn bemoedigend.

We hebben ons doel qua volgers gehaald!

DOELSTELLING ONLINE 2022

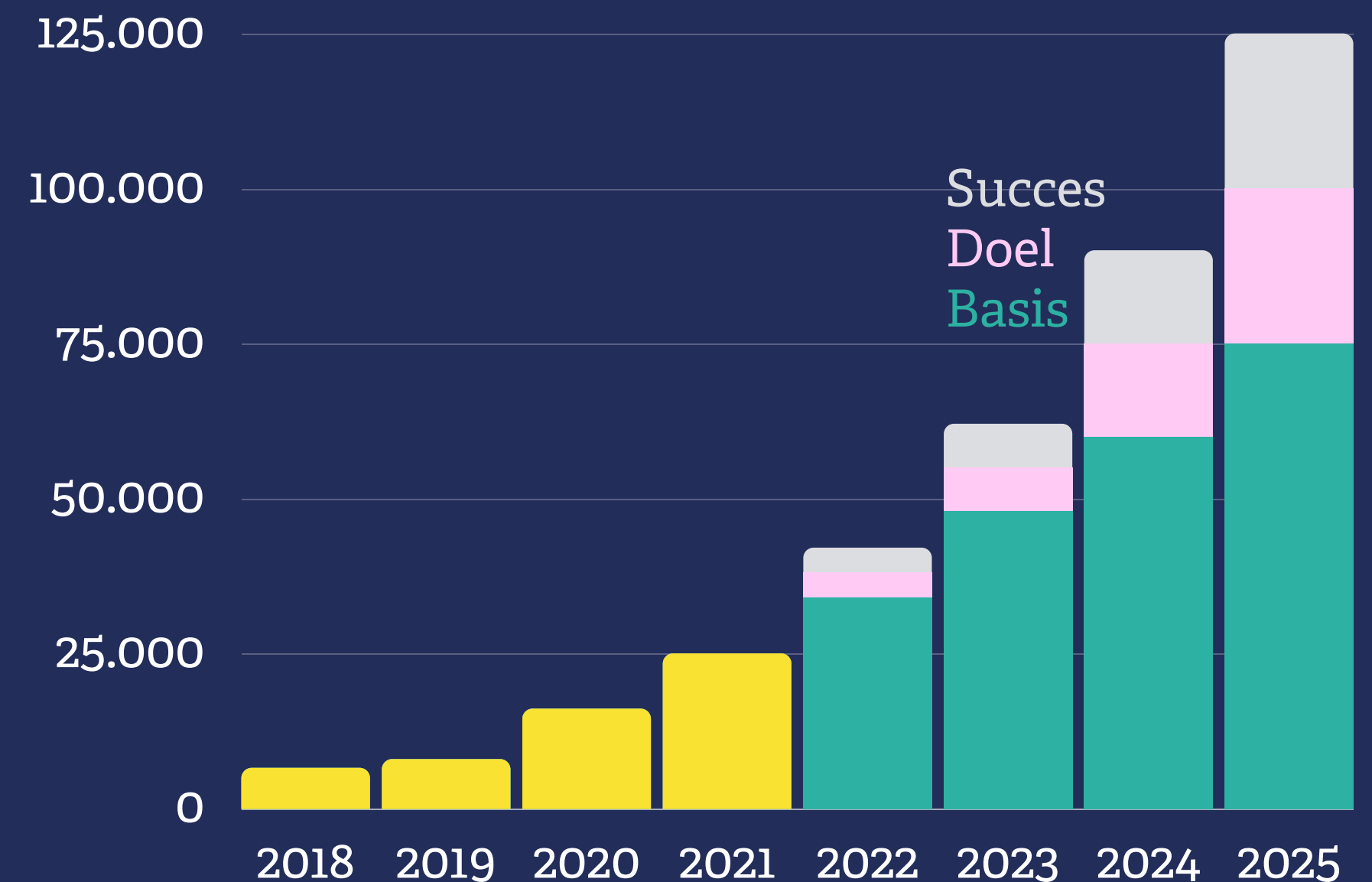
34.000-42.000 volgers (+36-68%)

in 2025 willen we op eigen kracht een miljoen Nederlanders kunnen bereiken. Dat is het bereik van een succesvolle campagne via eigen kanalen (dus nog voor de media het oppikt).

Om dat doel te halen hebben we in 2022 minimaal 34.000 volgers nodig, maar we streven als campagnebureau naar 38.000.

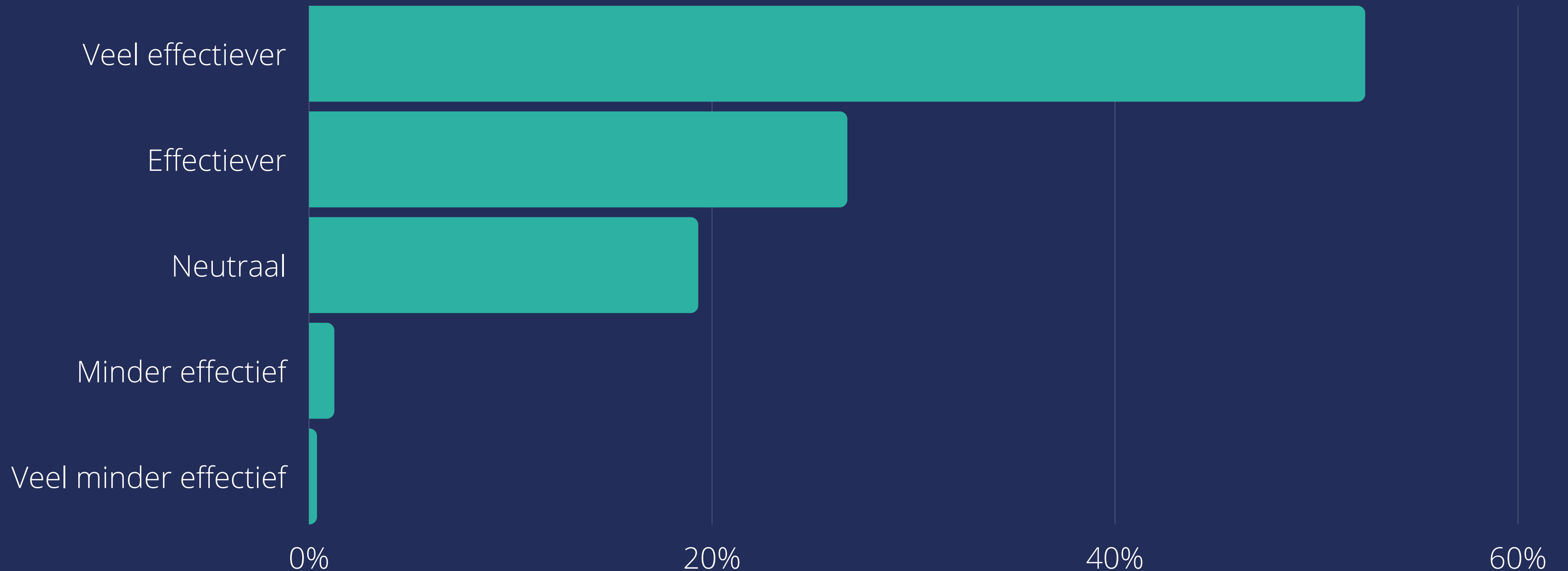
We kijken niet alleen naar het totaal. Om een jonger en diverser publiek te bereiken, gaan we ons meer focussen op Instagram en YouTube en minder op Facebook.

75.000 volgers = 1.000.000 bereik in succesvolle campagne



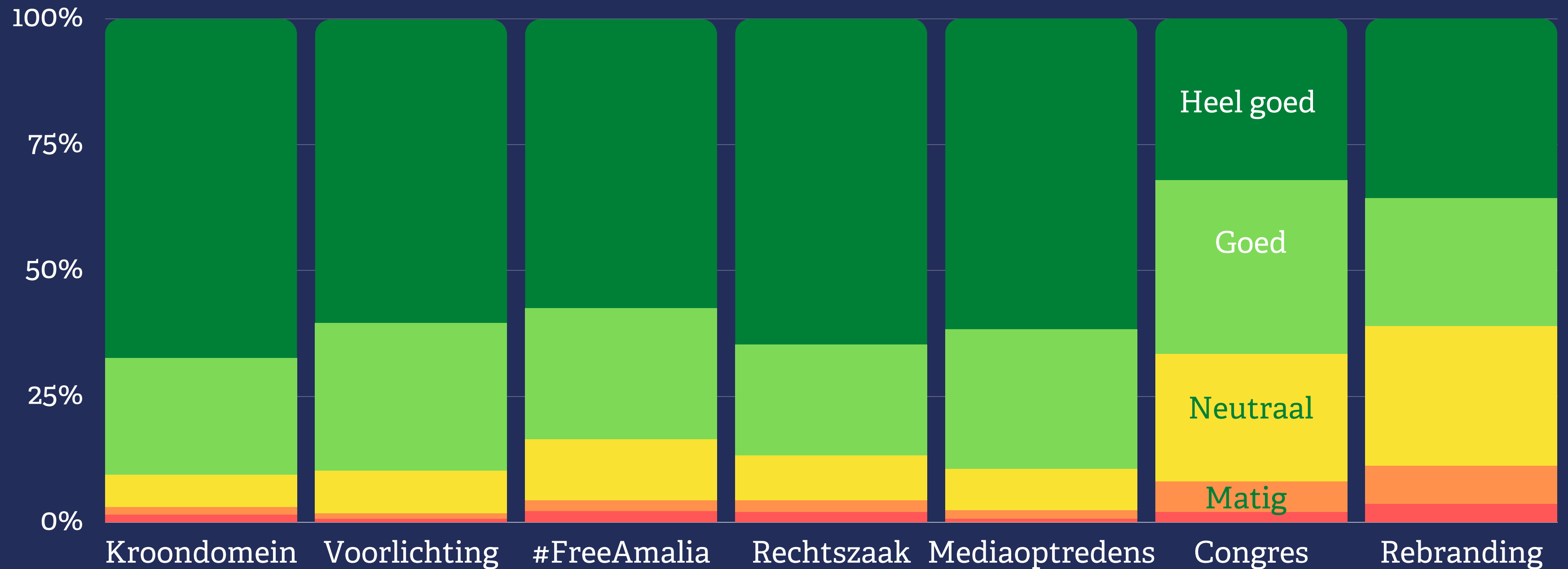
WAARDERING CAMPAGNE (LEDEN) N=553

77,5% vindt de campagne effectiever dan voorheen



WAARDERING PER ONDERDEEL (ACHTERBAN)

N=1102



ANALYSE CAMPAGNE 2021

Klaar voor een groter publiek

Onze doelen voor deze periode zijn vastgelegd in het beleidsplan 2021-2025.

In 2021 hebben we vooral succesvol gewerkt aan imagoprobleem (1) / stille periodes (4).

Over de lancering van een nieuwe naam, huisstijl en bijbehorende website is een groot deel van de huidige achterban positief (61%), tegenover een kleine groep negatief (11%).

Belangrijk is ook dat we dankzij de rebranding een jonger en diverser publiek kunnen bereiken. De eerste stap op Instagram is gezet.

We zijn er voor het eerst in geslaagd om ook tijdens relatief stille periodes nieuwe leden, volgers en media-aandacht aan te trekken. Alleen tijdens de zomerperiode is nog een duidelijke dip waarneembaar.

Met de picknick op Kroondomein't Loo hebben we een groot publiek weten te bereiken. De sluiting van het bos werd in opiniepeilingen ook genoemd als reden voor de dalende steun voor de monarchie.

Qua media-aandacht was 2021 een redelijk jaar, maar het bereik via televisie viel tegen.

DOELSTELLING CAMPAGNE 2022

Een politiek netwerk en grotere zichtbaarheid

Met de FreeAmalia brievenschrijf-campagne hebben we voor het eerst goed van ons laten horen in politiek Den Haag.

In 2022 gaan we hierop voortbouwen door het opzetten van een pro-republiek politiek netwerk met leden van diverse partijen.

Hier is animo voor bij onze achterban, blijkt uit intern onderzoek (211 aanmeldingen).

Daarnaast gaan we contacten met diverse Kamerleden opzetten en warmhouden.

In 2022 ligt de focus ook op visuele zichtbaarheid. We lanceren de video-interviews die we gedurende de zomer van 2021 door het hele land hebben opgenomen.

Ook gaan we tijdens belangrijke momenten actievoeren op een manier die goed op foto of video vastgelegd kan worden.

Daarbij maken we gebruik van de vrijwilligers (443 aanmeldingen) die actie willen voeren en/of meedoen aan een poster- of stickeractie.