

REPUBLIEK VERSLAG 2023 & DOELEN 2024

In opdracht van het bestuur van Republiek



DE RELEVANTE CIJFERS OP EEN RIJ

Hoe gaat het met onze campagne voor de republiek?

Voor het eerst zijn er evenveel voor- als tegenstanders van erfopvolging (bron: [Ipsos, september 2023](#))

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 jaarlijks een gedetailleerd verslag met cijfers. Dit is de derde editie.

Bram van Montfoort,
Campagnemanager Republiek
(bram@republiek.org)



LEDEN

WILLEM
DE
LAATSTE
WWW.REPUBLIEK.ORG

TIKKIC
Ik wil aan de Koning
€4.000.000 terugvragen
betaal je eigen feestje

RARE
vertoning,
zo'n land met
een KONING

HET SYMBOOL
VAN ONGELUKHEID

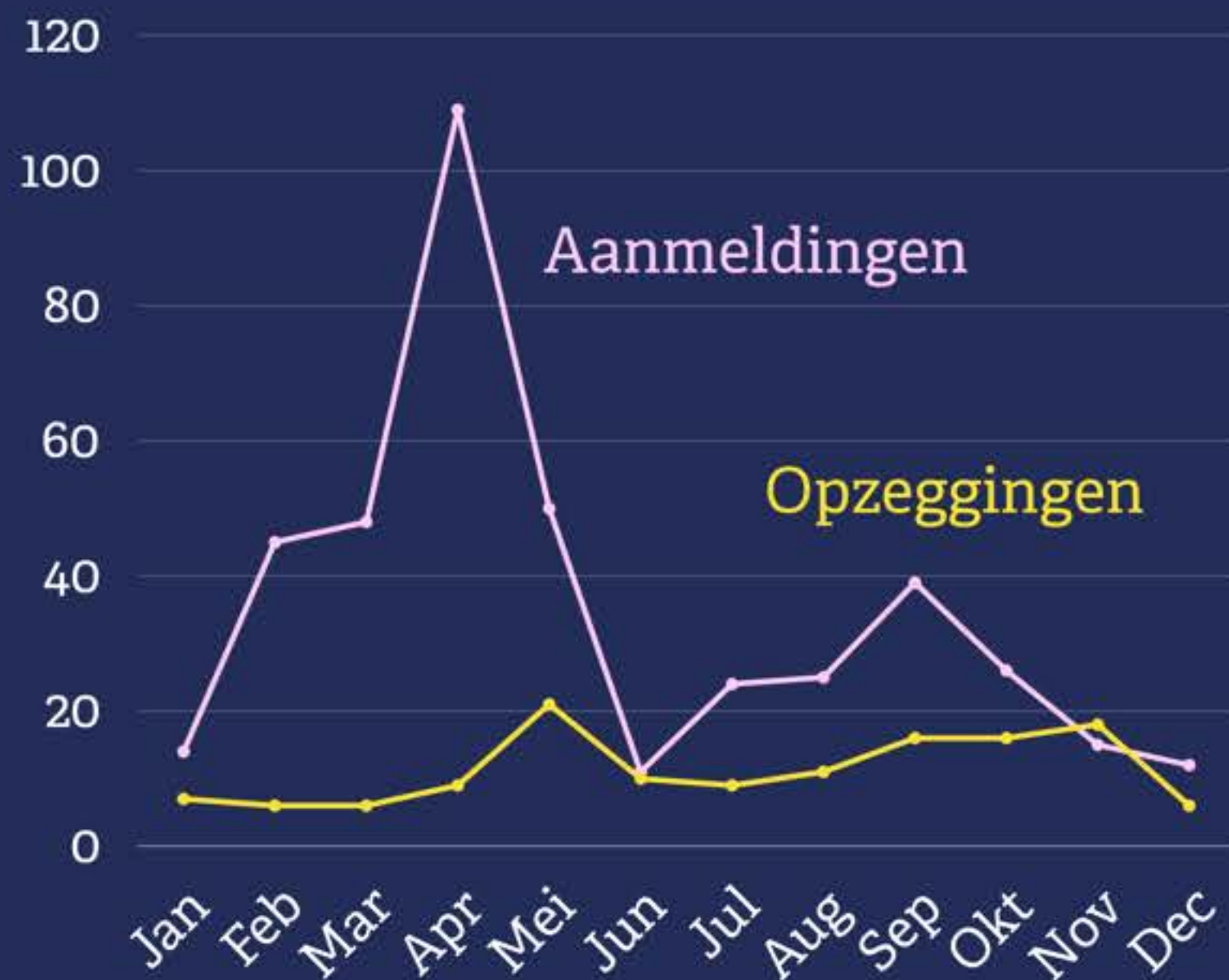
WILLEM
DE
LAATSTE
WWW.REPUBLIEK.ORG

WILLEM
DE
LAATSTE
WWW.REPUBLIEK.ORG

Republiek der
Nederlanden

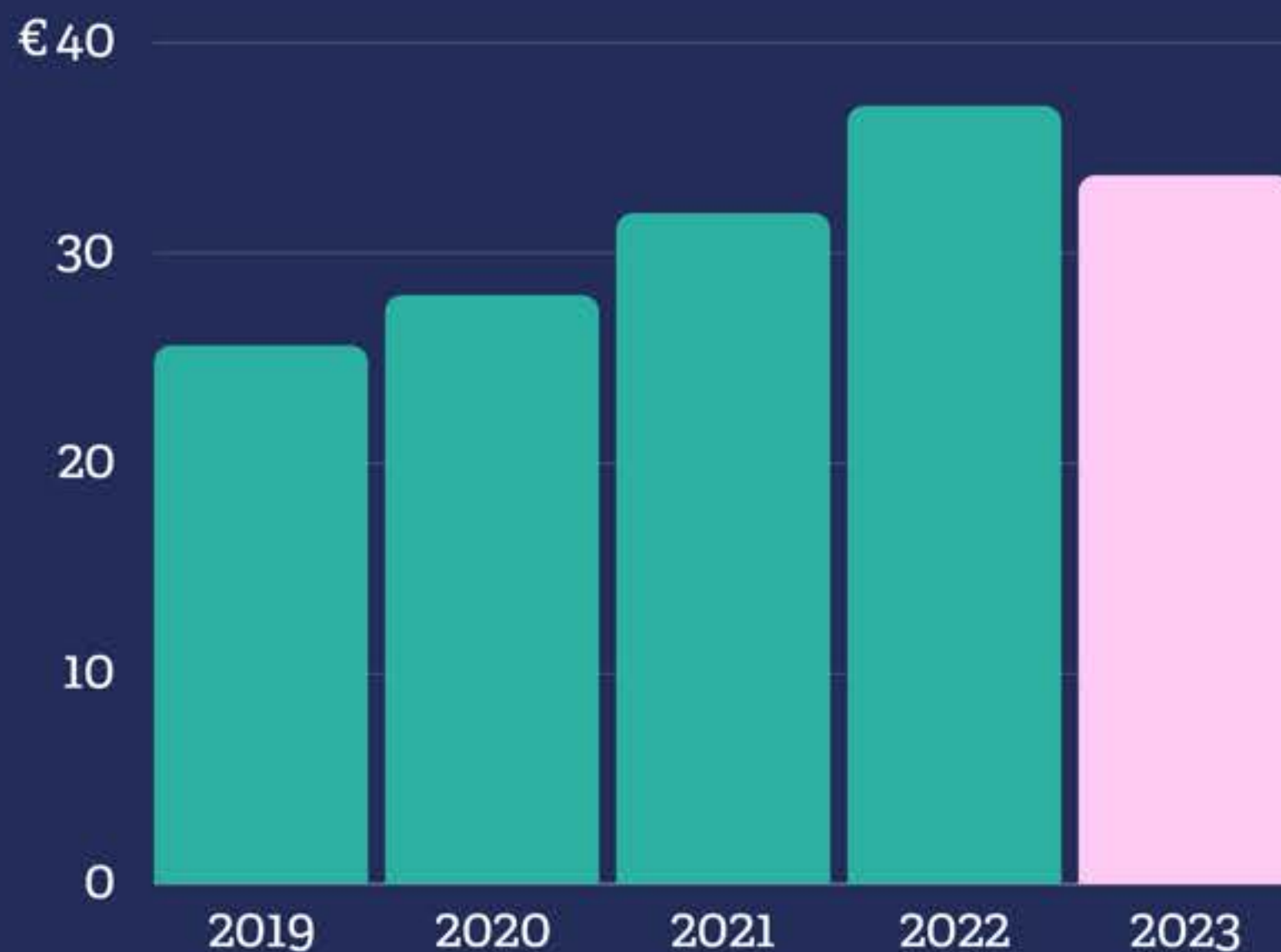
LEDENVERLOOP

3.780 leden (+5,8%)



CONTRIBUTIE

Per nieuw lid €34 (-8,1%)



OVERIGE OMZET

€29.124 (-0,5%)



ANALYSE LEDEN & OMZET 2023

Aantal leden stijgt verder, overige omzet gelijk

Gemiddeld werd er in 2023 elke dag iemand lid van Republiek. Kijk je naar de verdeling per maand dan is er een duidelijke uitschieter in de periode rond Koningsdag.

Wanneer je de opzeggingen meerekent, blijft er een groei over van 5,8% leden in totaal.

De actie 'Gedicht voor de Koning' zorgde voor een duidelijke stijging (+100) in leden. Daarnaast werd met een crowdfunding rond deze actie bijna 15.000 euro opgehaald.

Het gemiddelde contributiebedrag daalde in 2023 met name omdat er weinig nieuwe 'leden voor het leven' zijn bijgekomen.

Zonder deze categorie steeg het gemiddelde contributiebedrag wel enigszins.

De overige omzet bleef in 2023 nagenoeg gelijk. Er waren meer inkomsten door crowdfunding en ticketverkoop en minder door aankopen in de webshop. De verwachte stijging van overige omzet is uitgebleven.

DOELSTELLING LEDEN & OMZET

Stabiele groei

Het aantal nieuwe leden in 2024 valt moeilijk te voorspellen. We zijn deels afhankelijk van schandalen rond de monarchie.

Belangrijk is dat we - in tegenstelling tot andere ledenverenigingen - blijven groeien. In ledental, volgers en omzet.

Door meer leden voor het leven aan te trekken werken we aan de hogere omzet. We mikken op een ledengroei van 4%. We gaan minder aandacht besteden aan de webshop, omdat deze relatief weinig opbrengt per item.



MAAR DAN KRIJGEN



Republiek @levederepubliek
Goed idee!

...ISCHIEF IS
ONLINE
IN DE HELE WERELD

Arjen Lubach - Khalid & Sophie 09/01/2023

4:22 p.m. · 25 jan. 2023 · 3,6 mln. Weergaven

WIL NEDERLAND EEN MACHTIGE PRESIDENT?

60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%

JA

voorbeelden:
Frankrijk, V.S.



NEE

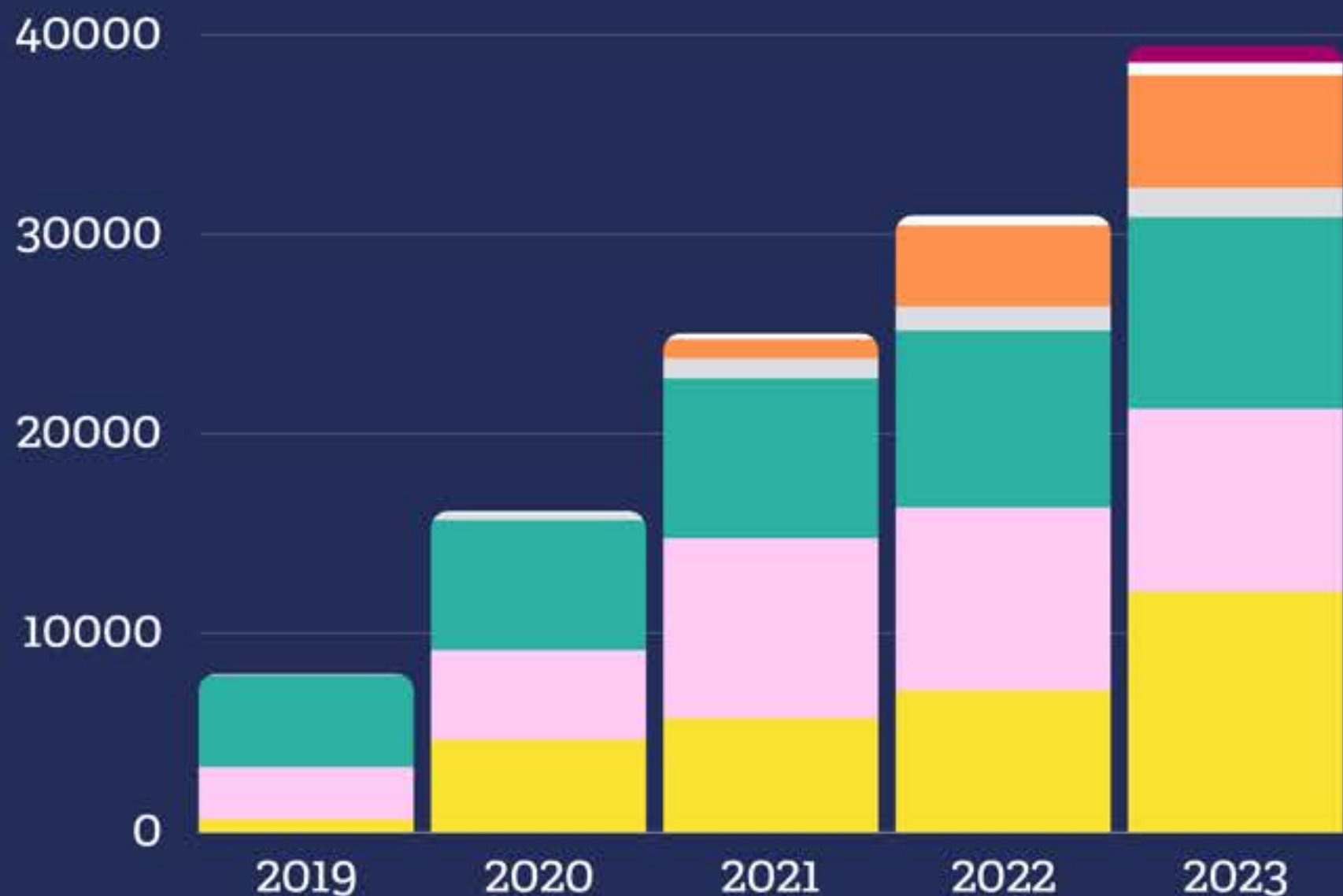
voorbeelden:
Duitsland,
Zwitserland
Finland



Stel dat Nederland in plaats van een monarchie een republiek is, welke presidentsvorm heeft dan uw voorkeur? Overigens respondenten geen mening (28%). Bron: Ipsos sept. 2023

ONLINE ACHTERBAN

39.465 volgers (+27,5%)



Overige: 838 (nieuw)

LinkedIn: 619 (+26%)

Instagram: 5.644 (+39%)

YouTube: 1.490 (+23%)

Nieuwsbrief: 9.599 (+8%)

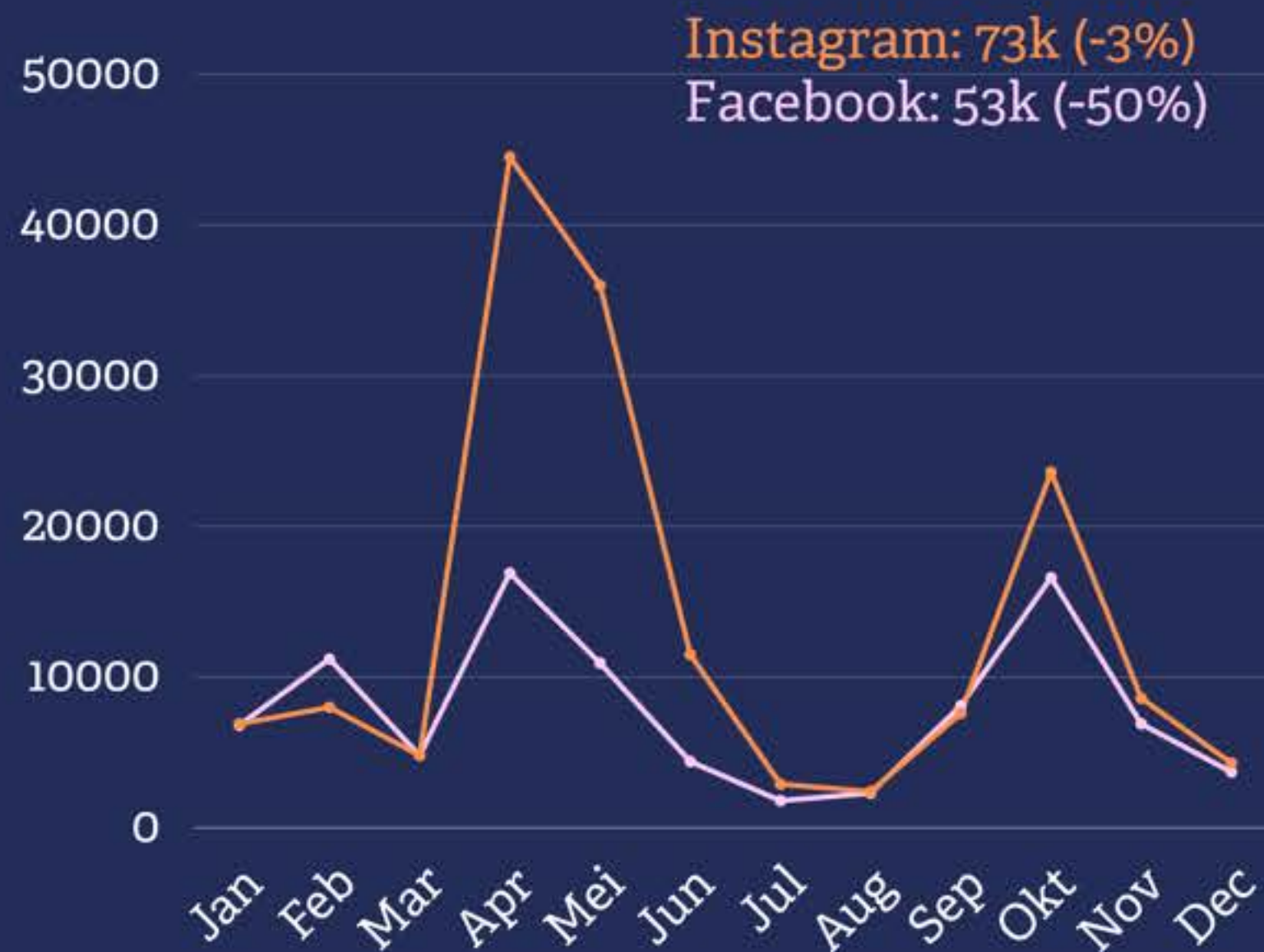
Facebook: 9.177 (0%)

Twitter/X: 12.098 (+69%)

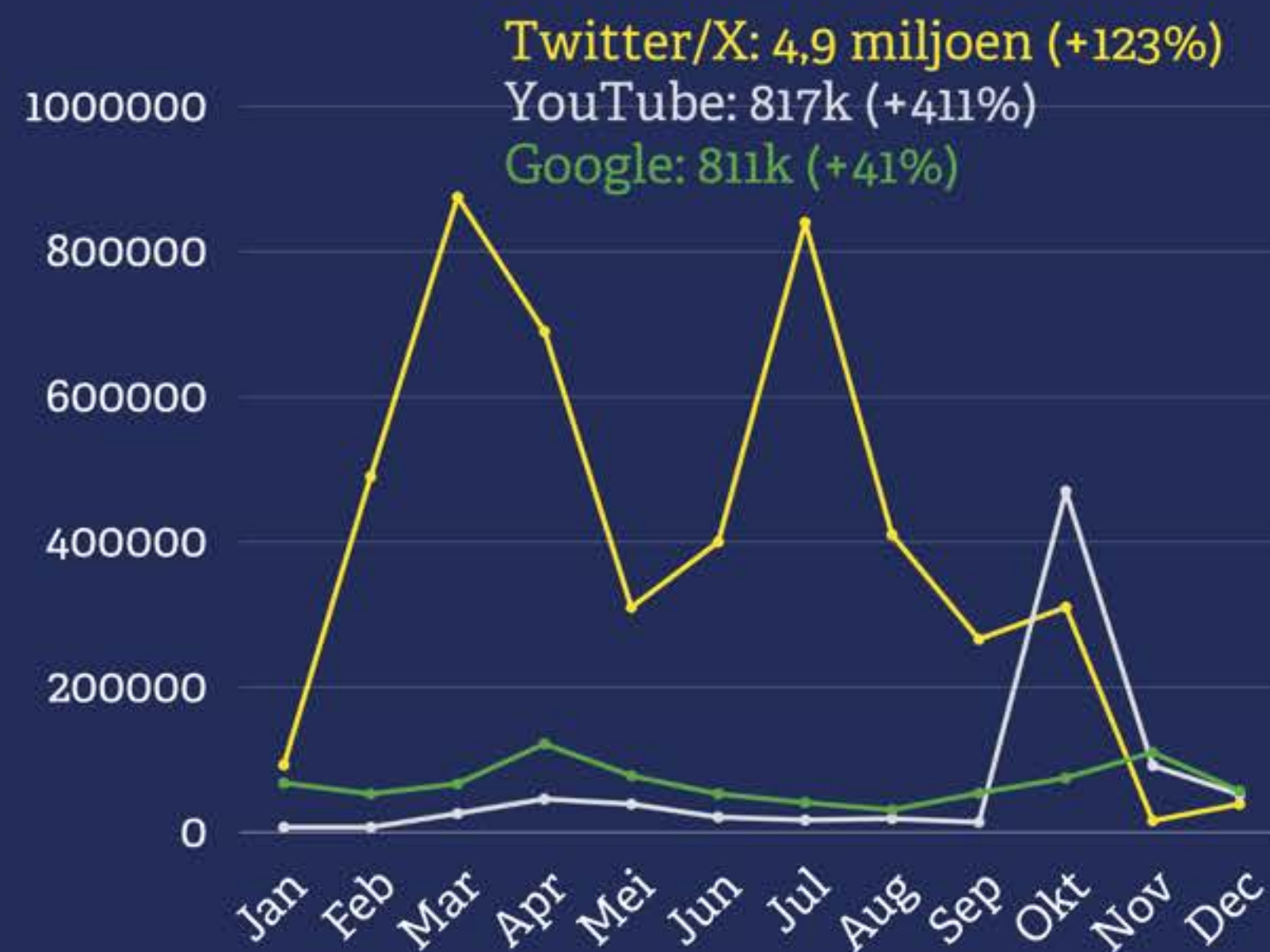
*BlueSky, TikTok, Threads

ONLINE BEREIK

Aantal bereikte personen



Aantal weergaven/vertoningen



ANALYSE ONLINE 2023

Adverteren noodzaak, videostrategie werkt

We hebben het ambitieuze doel voor 2023 (minimaal +29% volgers) net niet gehaald.

Met name op Facebook, maar ook op Instagram blijft het gewenste bereik achter. Nuance is wel dat we in 2023 nauwelijks op deze platformen hebben geadverteerd.

In verkiezingsjaar 2023 hebben we wel veel geadverteerd op Twitter/X waar nog steeds veel journalisten en politici te vinden zijn. Dit verklaart mede de grote stijging in volgers (+69%) en bereik (+123%) op het platform.

De eerder ingezette focus op video begint vruchten af te werpen. Het algoritme van YouTube beveelt regelmatig onze video's aan, wat resulteert in 411% meer vertoningen.

Republiek heeft de eerste voorzichte stappen gezet op videoplatform TikTok en Twitter-alternatief Threads. Op beide zijn met name een jongere doelgroep te vinden.

De focus op zoektermen gerelateerd aan monarchie/republiek zorgt voor resultaat. Google toonde onze site 41% vaker.

DOELSTELLING ONLINE 2024

50.000-60.000 volgers (+27-52%)

Eerder hebben we de ambitie uitgesproken om eind 2025 op eigen kracht een miljoen mensen te kunnen bereiken via onze online kanalen.

Instagram en Threads gaan actief politieke berichten beperken. Het wordt daarom een uitdaging voor Republiek om het gewenste aantal nieuwe volgers te bereiken.

Om het advertentiebudget zo effectief mogelijk in te zetten zullen we ons nog meer richten op piekmomenten in de campagne.





1V Floris Müller
Republiek



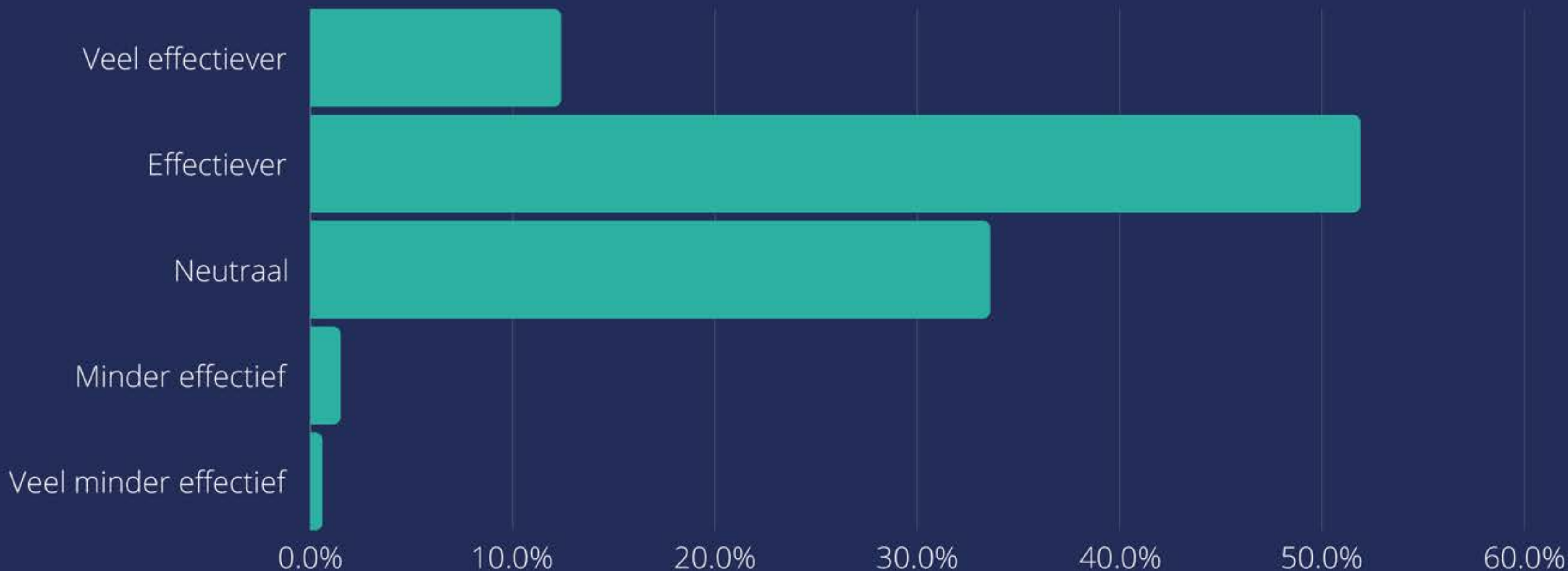
CAMPAGNE



WAARDERING CAMPAGNE ACHTERBAN

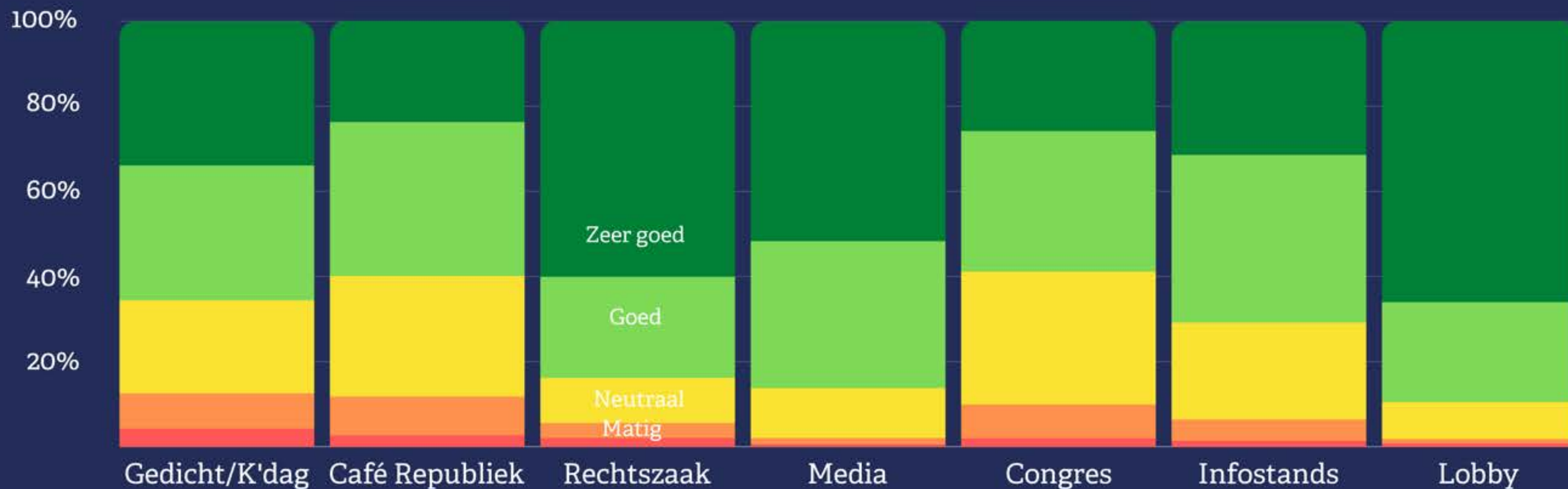
N=715

64,3% vindt de campagne effectiever dan voorheen



WAARDERING PER ONDERDEEL (ACHTERBAN)

N=715



ANALYSE CAMPAGNE 2023

Politiek succes, beperkte capaciteit

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

In 2023 hebben we succesvol gewerkt aan actieve achterban (3) en invloed politiek (5).

Dankzij een nieuwe community manager waren er vaker activiteiten buiten de Randstad (Groningen, Eindhoven, Nijmegen).

Met beperkte capaciteit (1FTE) heeft het campagnebureau niet aan alle doelstellingen kunnen werken. Met name het inzetten op legaten en productie van meer videocontent.

Een campagne rond Koningsdag (gedicht voor de Koning) bracht een nieuwe jonge en diverse doelgroep op de been in Rotterdam. Er werden 25.000 stickers en 1.500 posters verspreid.

Aandacht in de media was er onder andere van EenVandaag, NOS, EditieNL, Hart van Nederland, Nu.nl en diverse kranten.

De eerder gekozen strategie om republikeinse leden van politieke partijen met elkaar in contact te brengen betaalde zich in 2023 uit. D66 stemde op een haar na voor de republiek (1% verschil) en GroenLinks-PvdA ging om!

DOELSTELLING CAMPAGNE 2024

Focus en politieke actie

In het beleidsplan 2021-2025 staat het voeren van 'continu campagne' als doel geformuleerd. In de praktijk merken we dat daar onvoldoende capaciteit voor is.

Daarom willen we meer focus op de voorspelbare pieken in april (Koningsdag) en september/oktober (Prinsjesdag/behandeling begroting koning Tweede Kamer).

Ook kiezen we voor één thema en een langere durende campagne (maart-oktober).

De Algemene Ledenvergadering en Congres worden losgekoppeld. We organiseren in 2024 voor het eerst de 'Nacht van de Republiek' om een groter en diverser publiek te trekken.

Op politiek vlak voeren we voor- en achter de schermen campagne op deelthema's (kosten, invloed) om discussie op gang te brengen en ons politiek netwerk uit te breiden.

Transparantie is de vijand van de monarchie. Daarom wakkeren we de discussie aan.