

REPUBLIEK VERSLAG 2022 & DOELEN 2023

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: 'slechts 51% van Nederland voor monarchie' (IPSOS sept. '22)

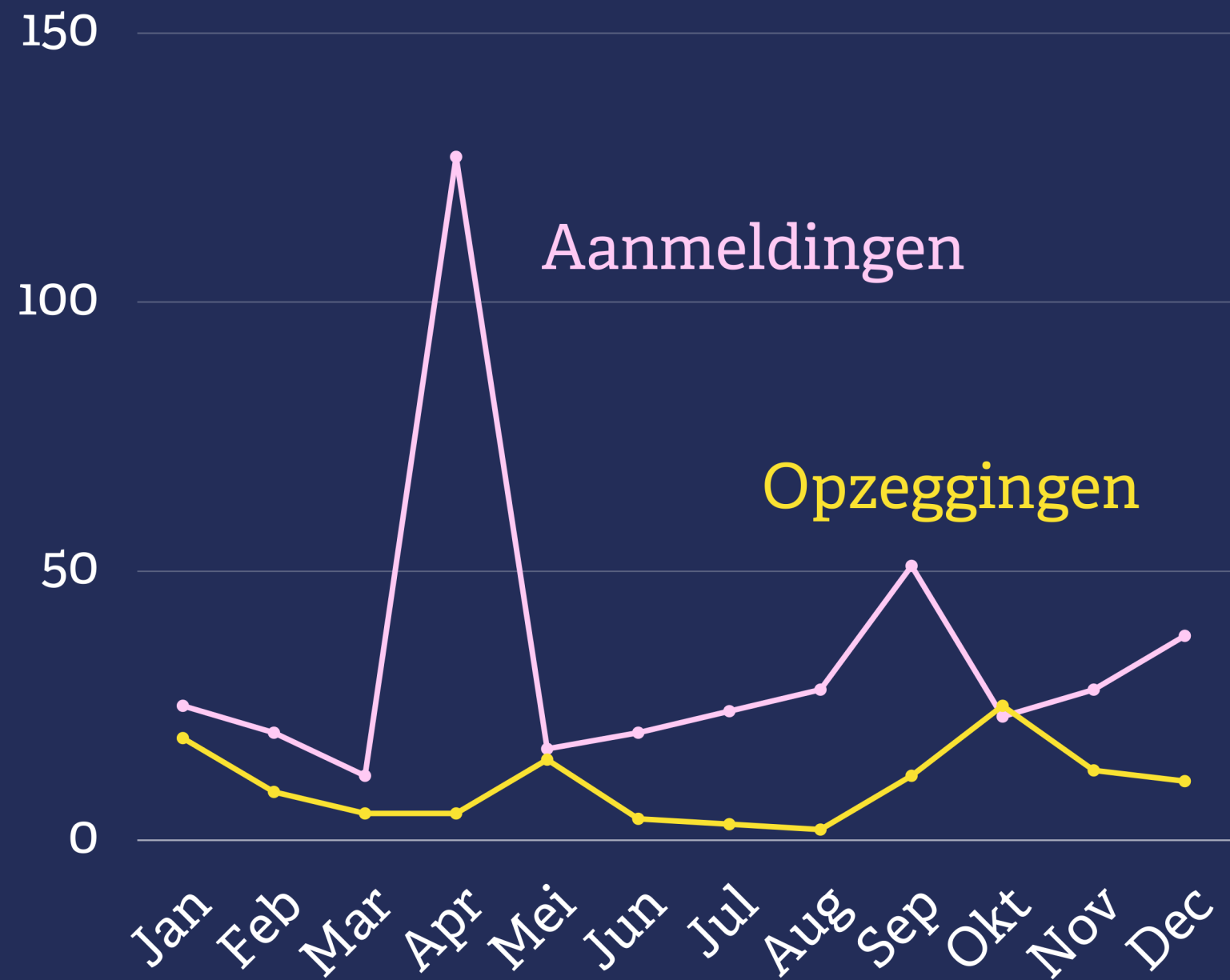
Maar zulke peilingen vertellen slechts een deel van het verhaal. We willen, ook los van de waan van de dag, een effectieve pro-republiek beweging opbouwen.

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

Bram van Montfoort, 4 januari 2023
Campagnemanager Republiek

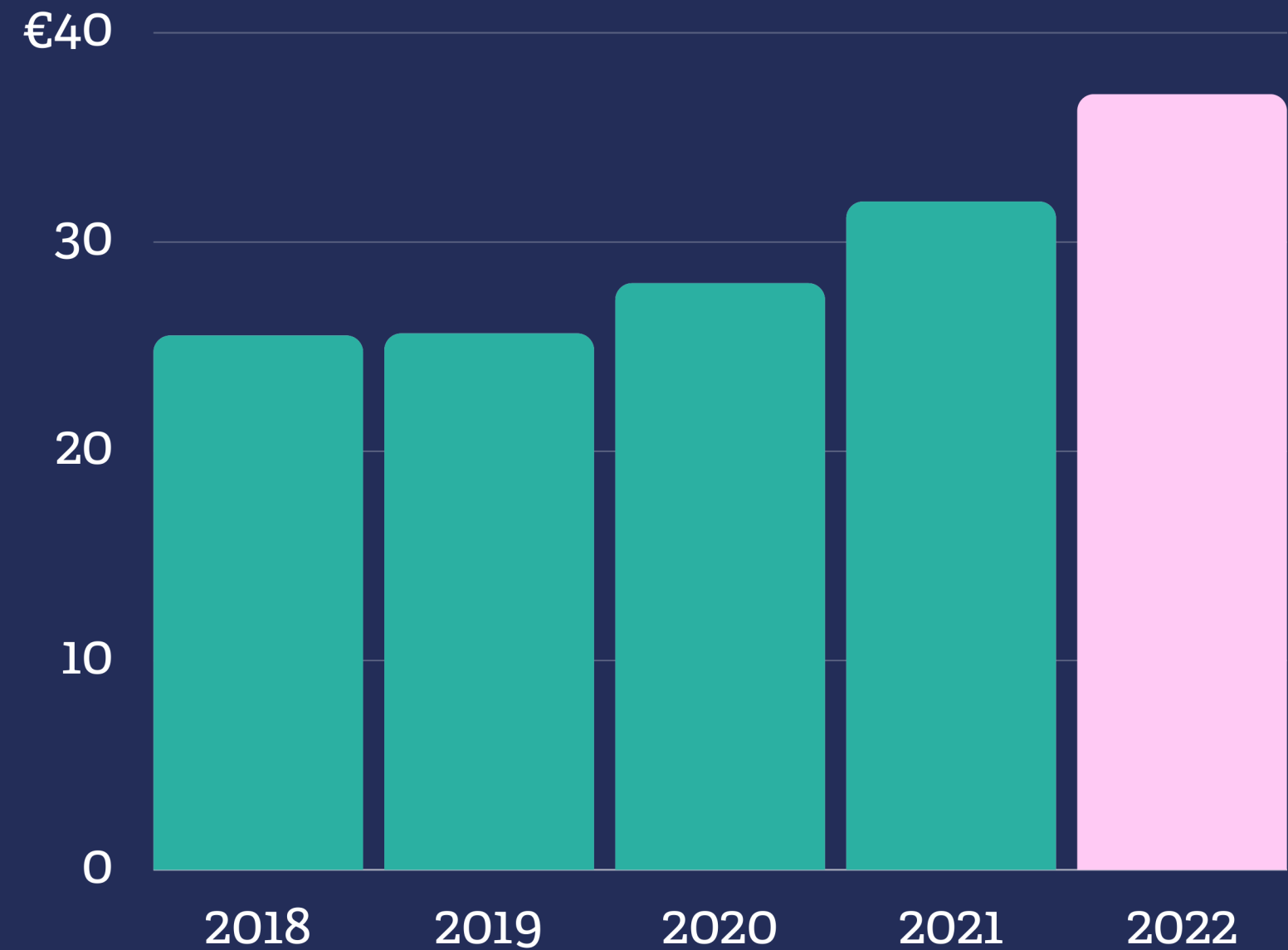
LEDENVERLOOP

3.573 leden (+2,4%)



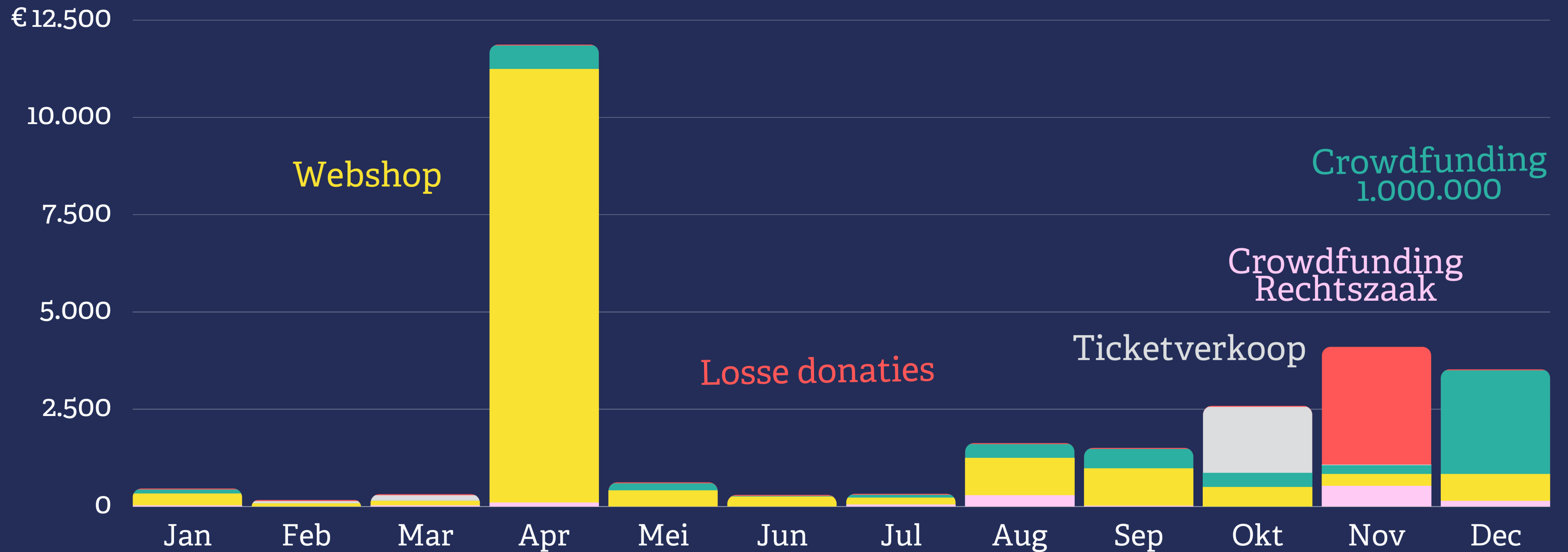
CONTRIBUTIE

Nieuw lid €37 (+15,8%)



OVERIGE OMZET

€29.276 (-1,7%)



TOPVERKOPERS 2022

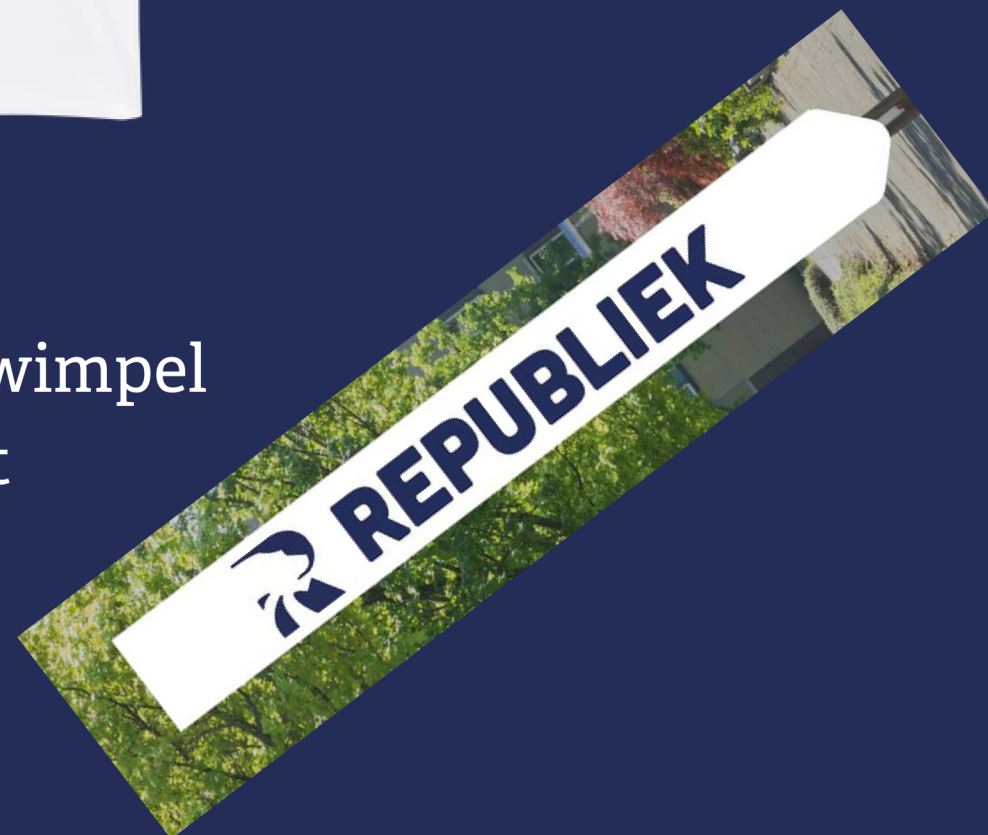


1. Willem de Laatste
223 verkocht



2. Republiek speld
54 verkocht

3. Republiek wimpel
45 verkocht



4. Republiek shirt
42 verkocht



ANALYSE LEDEN & OMZET 2022

Stijging leden afgevlakt, doel hogere contributie gehaald

Gemiddeld werd er in 2022 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 2,4% leden in totaal.

Acties zoals 'Willem de Laatste' (+50-100) en 'Leve de Democratie' (+25-50) zorgden voor een bescheiden aantal nieuwe leden. Bij een groot schandaal rond het Koningshuis zoals in 2020 of 2021 zie je in de regel meer groei.

Eind 2022 werd het 'lidmaatschap voor het leven' geïntroduceerd. Een manier voor overtuigde republikeinen om bij te dragen aan de campagne. De introductie zorgde er mede voor dat het gemiddelde bedrag voor nieuwe leden omhoogschoot tot €37 (+17%).

De overige omzet daalde in 2022 licht.

Positief is daarbij wel dat de webshop voor het eerst winst draaide (+€2000).

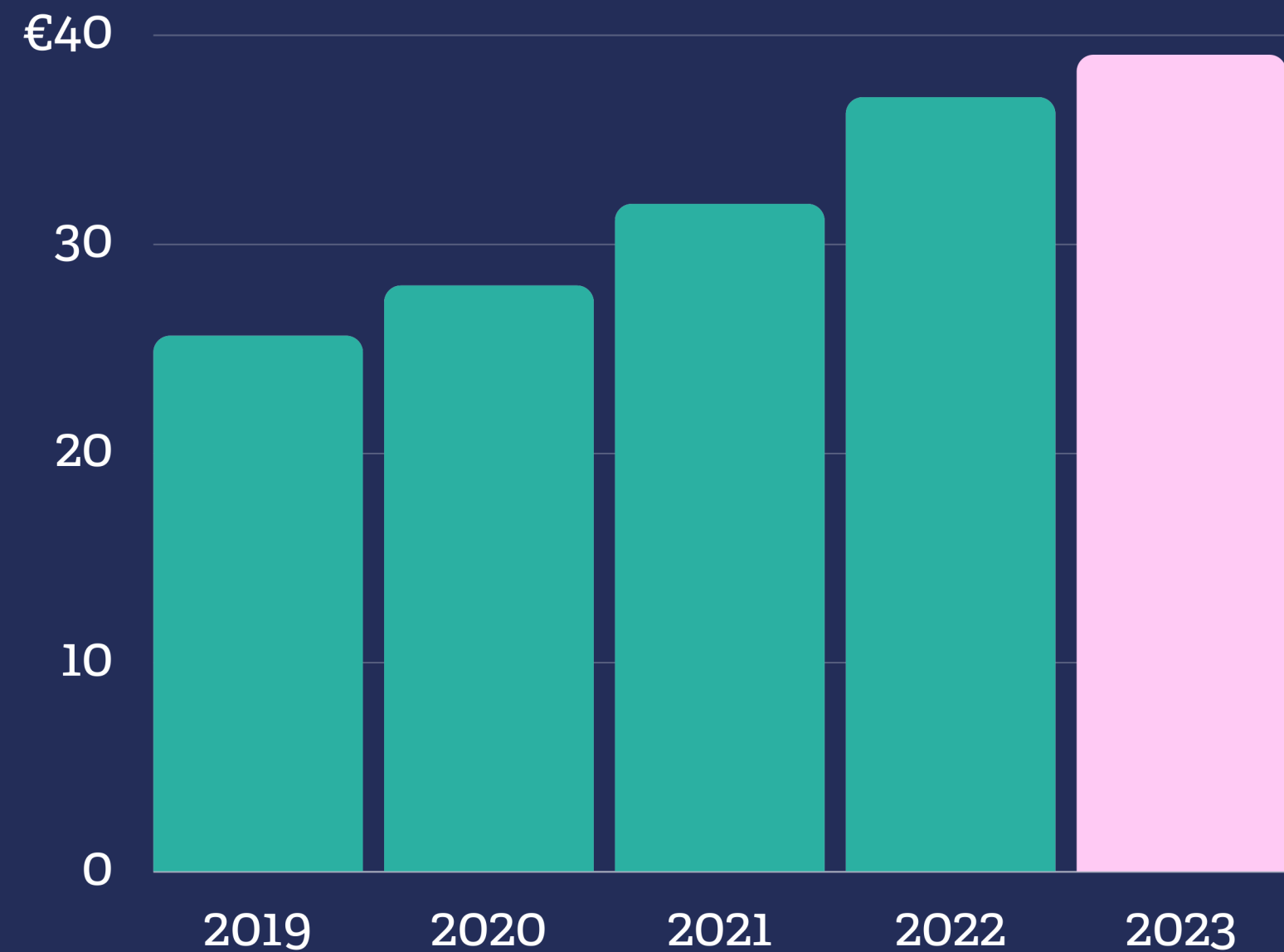
DOELSTELLING LEDEN & OMZET

Overige omzet €25-40.000 (+18%) / Contr. nieuw lid €39 (+5,4%)

Het aantal nieuwe leden in 2023 valt moeilijk te voorspellen. We zijn deels afhankelijk van schandalen rond de monarchie.

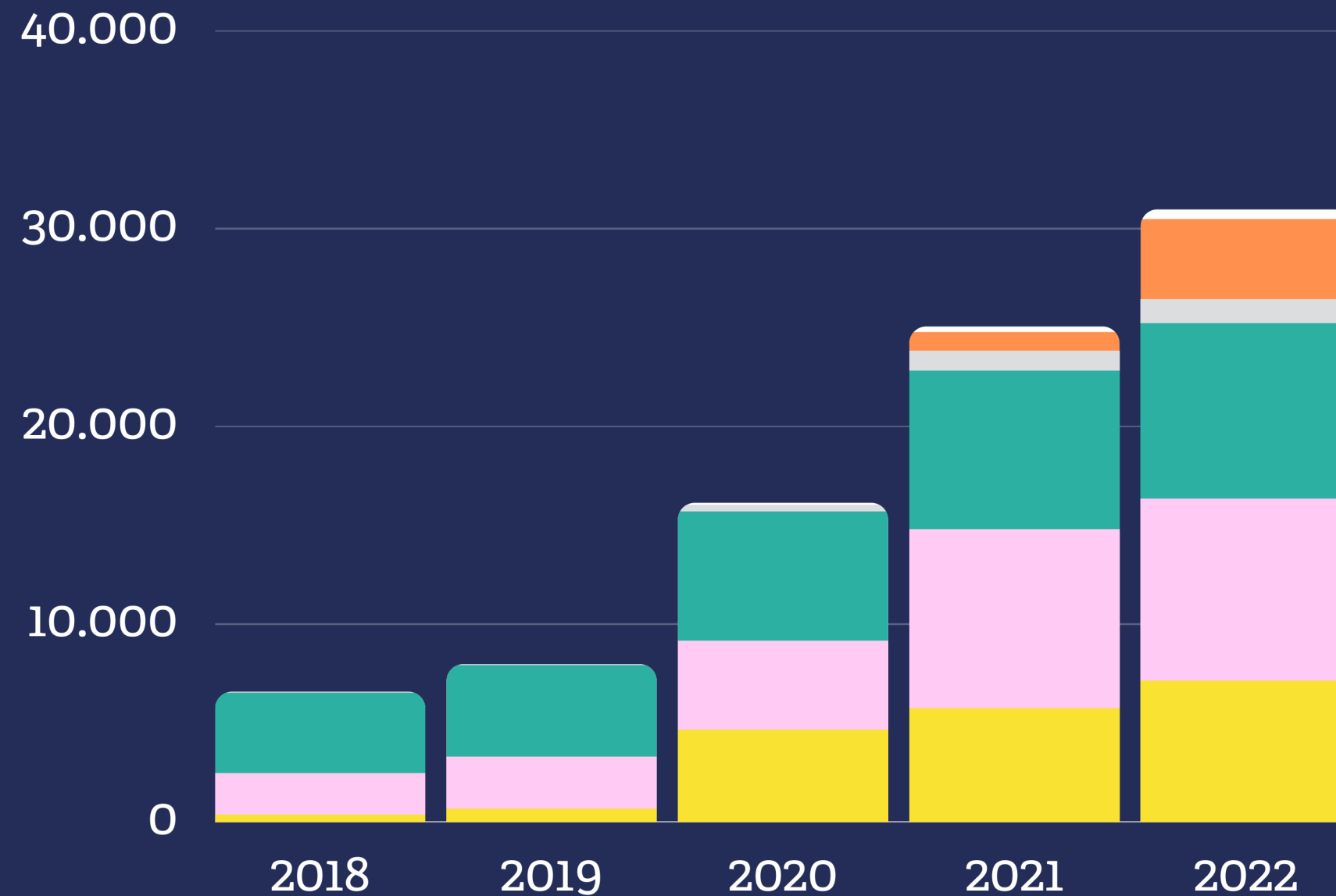
Waar we meer invloed op hebben zijn onze eigen acties. We willen door middel van crowdfunding, donaties, ticketverkoop en merchandise minimaal €25.000 omzetten.

Ook blijven we werken aan 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 ACHTERBAN

30.950 volgers (+23,7%)



LinkedIn: 491 (+78%)

Instagram: 4.051 (+330%)

YouTube: 1.210 (+17%)

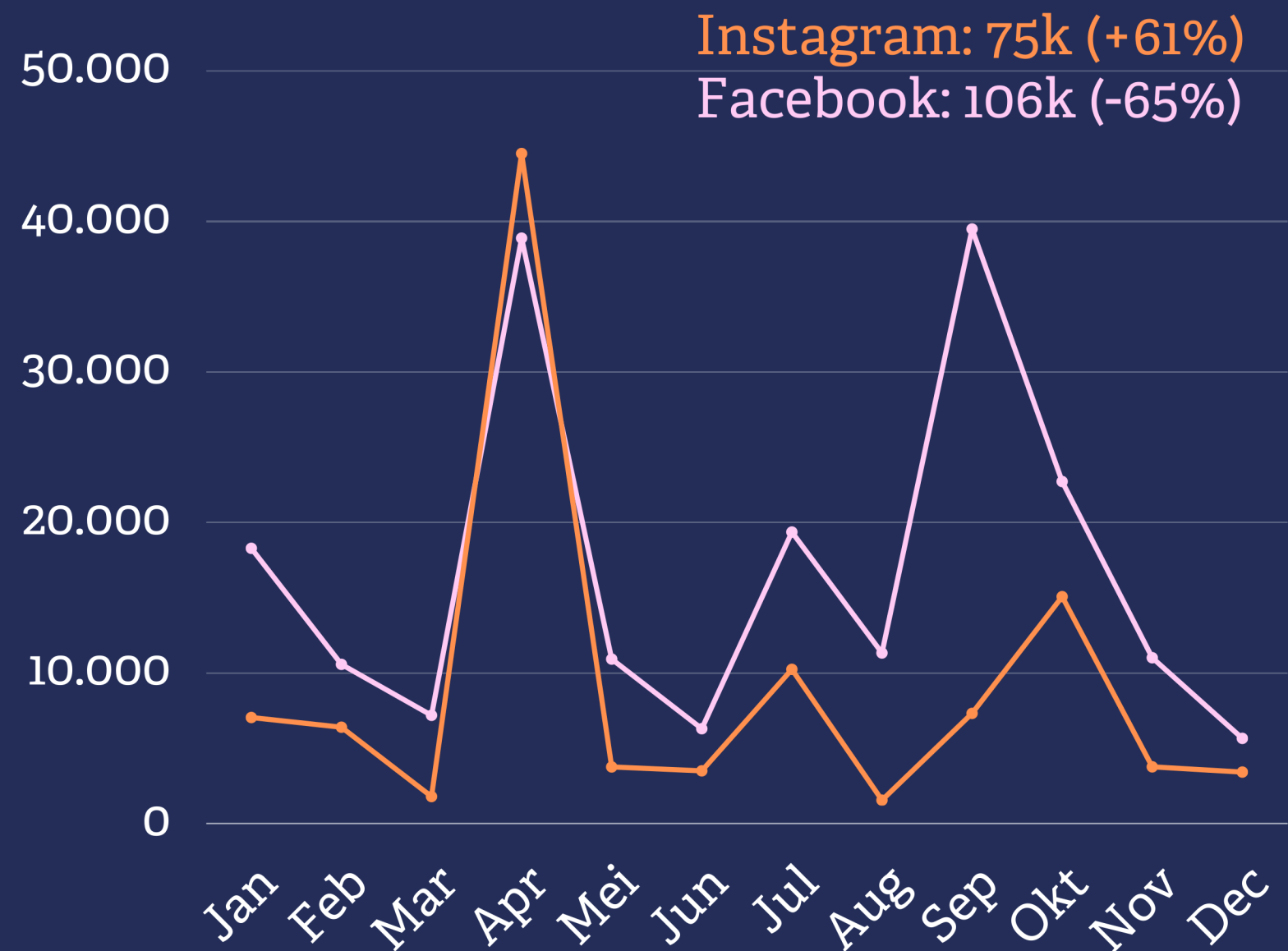
Nieuwsbrief: 8.879 (+10%)

Facebook: 9.181 (+2%)

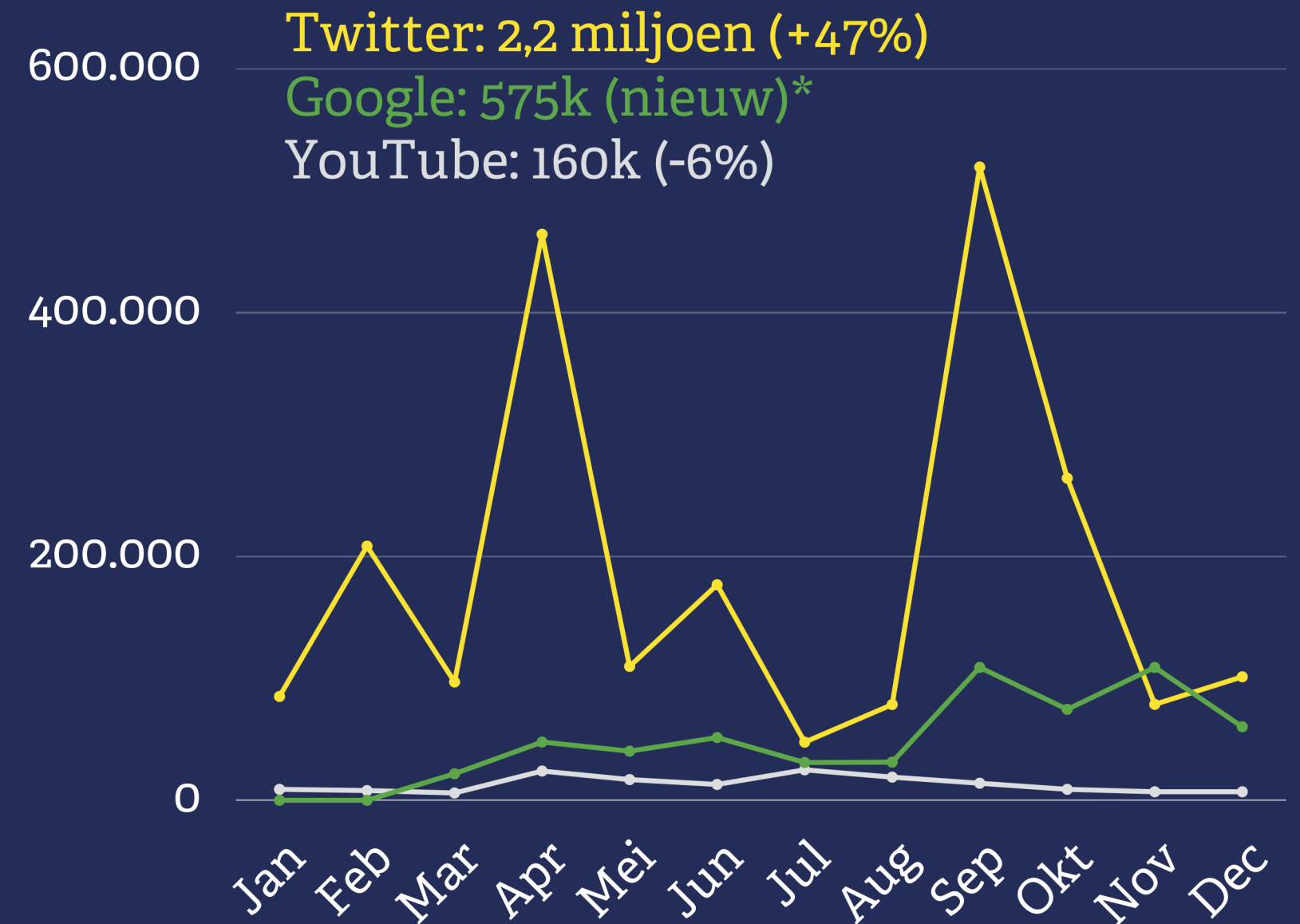
Twitter: 7.138 (+24%)

ONLINE BEREIK

Aantal bereikte personen



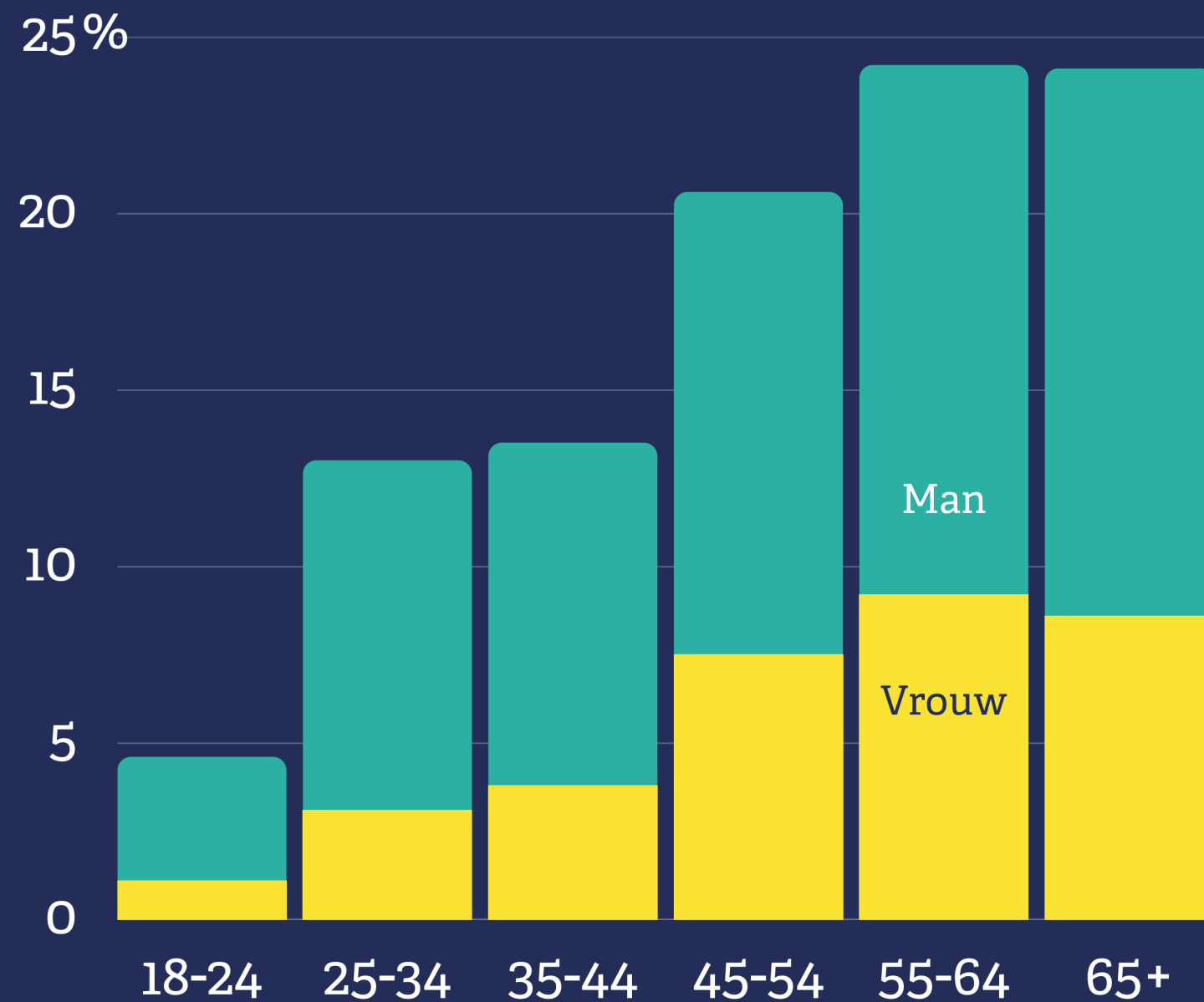
Aantal weergaven/vertoningen



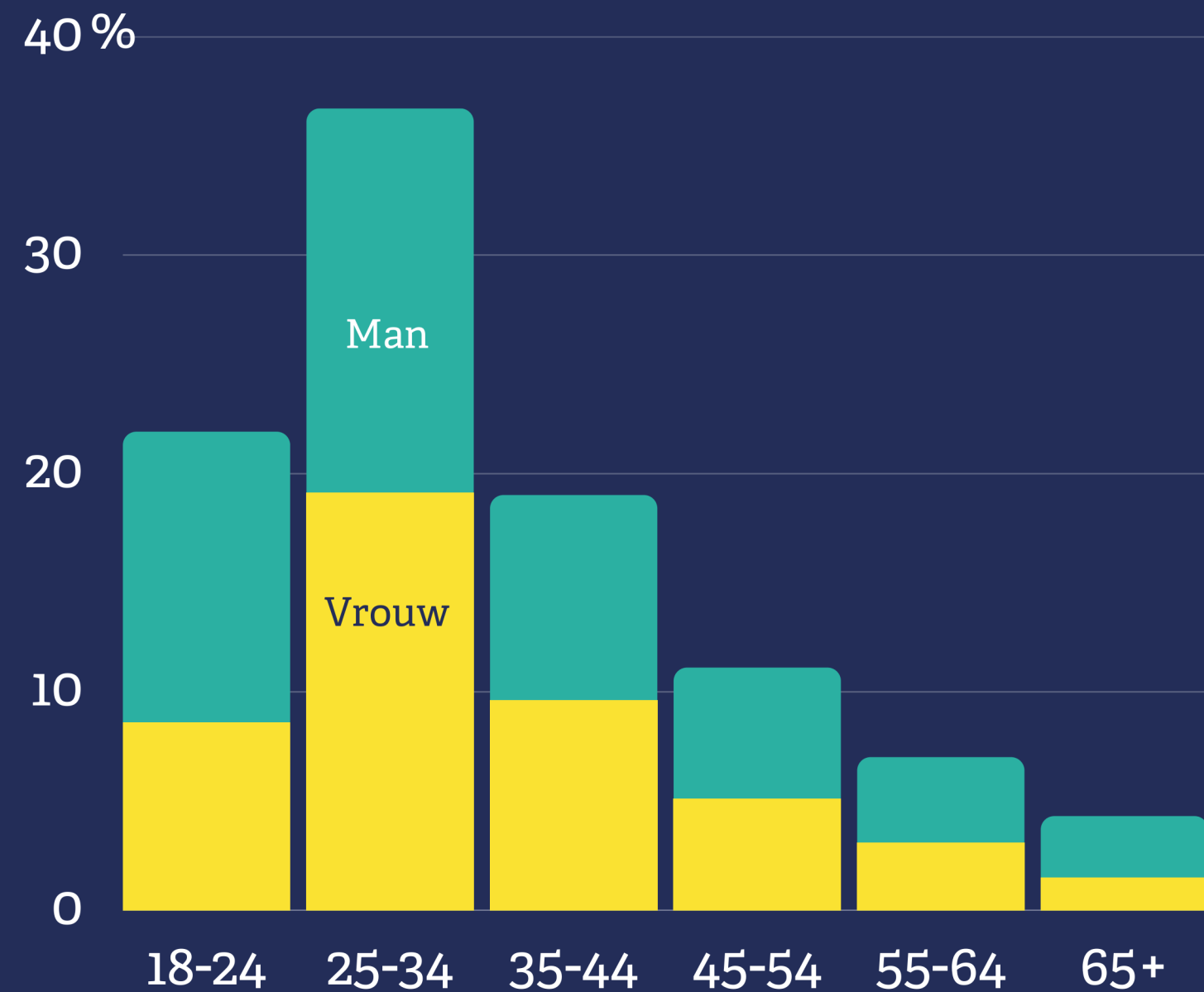
*meting vanaf 14/03/22

DEMOGRAFISCHE GEGEVENS

Facebookvolgers gem. 51,3 jaar oud (+1,2)



Instagramvolgers gemiddeld 34,8 jaar oud (-1,8)



ANALYSE ONLINE 2022

Volgers diverser, onvoldoende stijging

In 2022 hebben we ons met name gericht op Instagram. Het aantal volgers is gestegen van een kleine 1.000 naar ruim 4.000 (+330%).

Tegelijkertijd is het aantal volgers op Facebook nagenoeg gelijk gebleven (+2%).

Dat resulteert in een lagere groei, maar een diverser soort volgers (jonger en vaker vrouw).

Twitter blijft een belangrijk kanaal (+47% weergaven). Regelmatig wordt ook het account van de campagnemanager ingezet.

De groei op YouTube is achtergebleven bij de eerdere doelstellingen. We hebben dan ook maar 17 nieuwe video's gepubliceerd. Het ontbrak aan een consistent uploadschema.

Voor diverse zoekopdrachten in Google behalen we top 5 noteringen (bijvoorbeeld 'voordelen monarchie'). Toch valt op dit vlak nog veel winst te behalen.

In algemene zin hebben we in 2022 onvoldoende tijd kunnen besteden aan het maken en plannen van (nieuwe) content.

DOELSTELLING ONLINE 2023

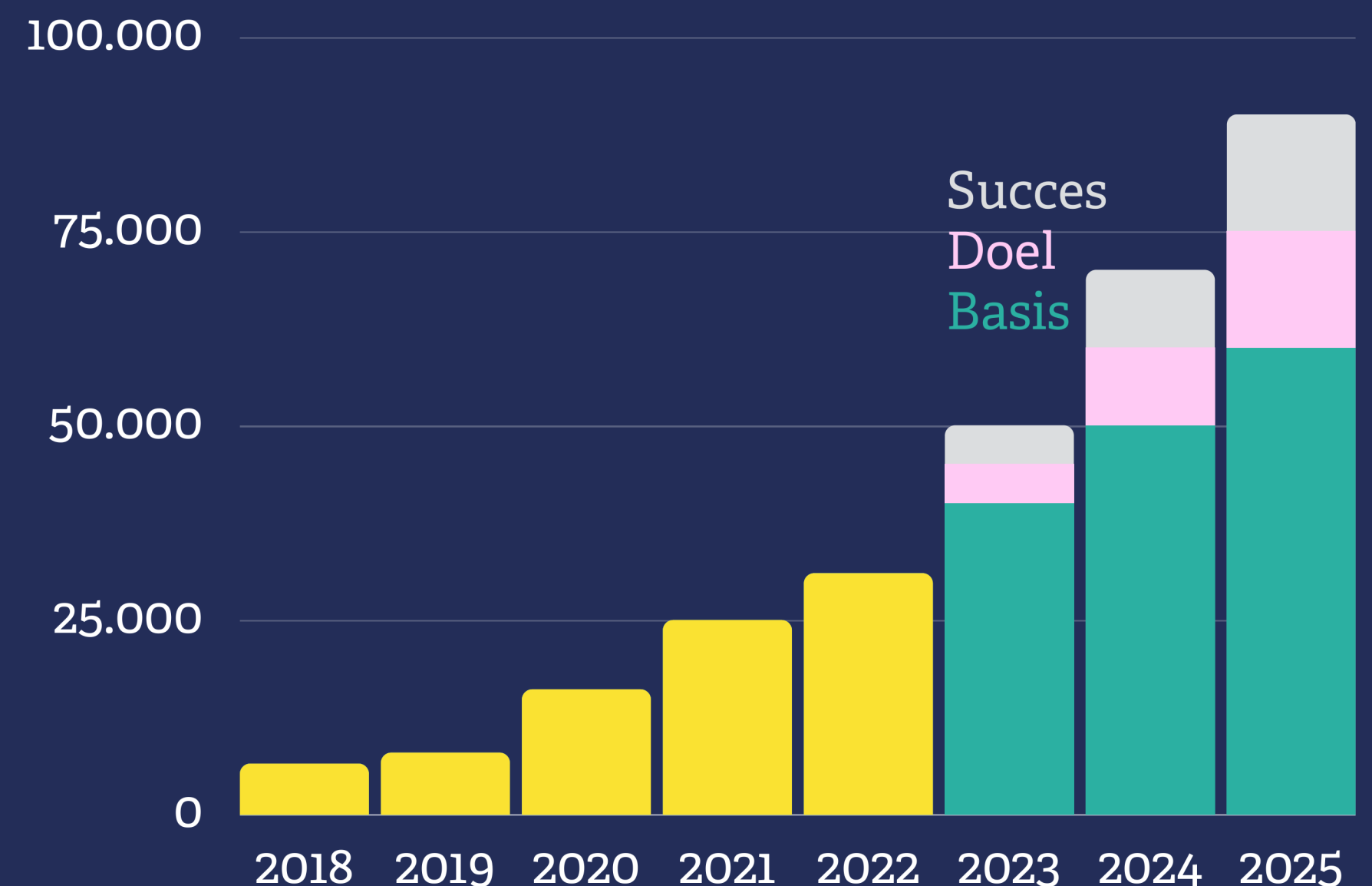
40.000-50.000 volgers (+29-62%)

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).

Met een scherpere focus op het produceren en plannen van eigen (video)content richten we ons met name op Instagram en YouTube.

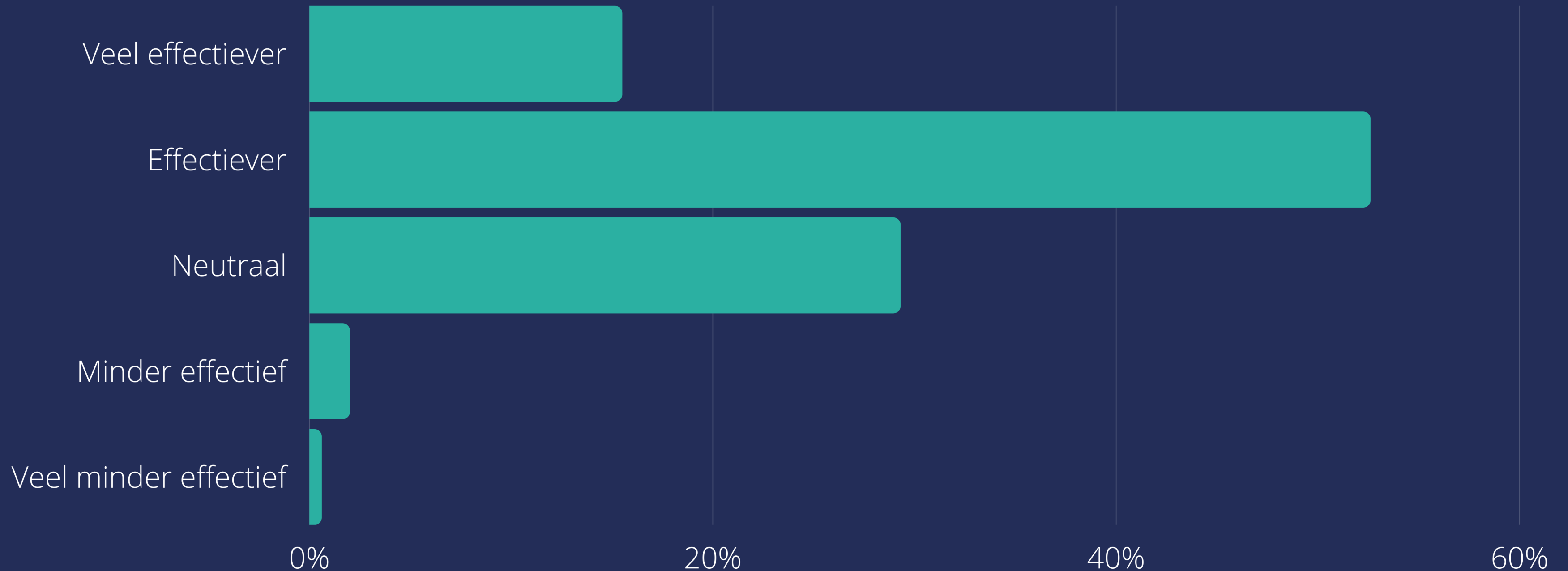
De doelstelling is om een groter, jonger en diverser publiek te bereiken. Daarbij houden we vast aan een miljoen bereik in 2025, maar niet meer als laagste schatting (basis).

75.000 volgers = 1.000.000 bereik in succesvolle campagne



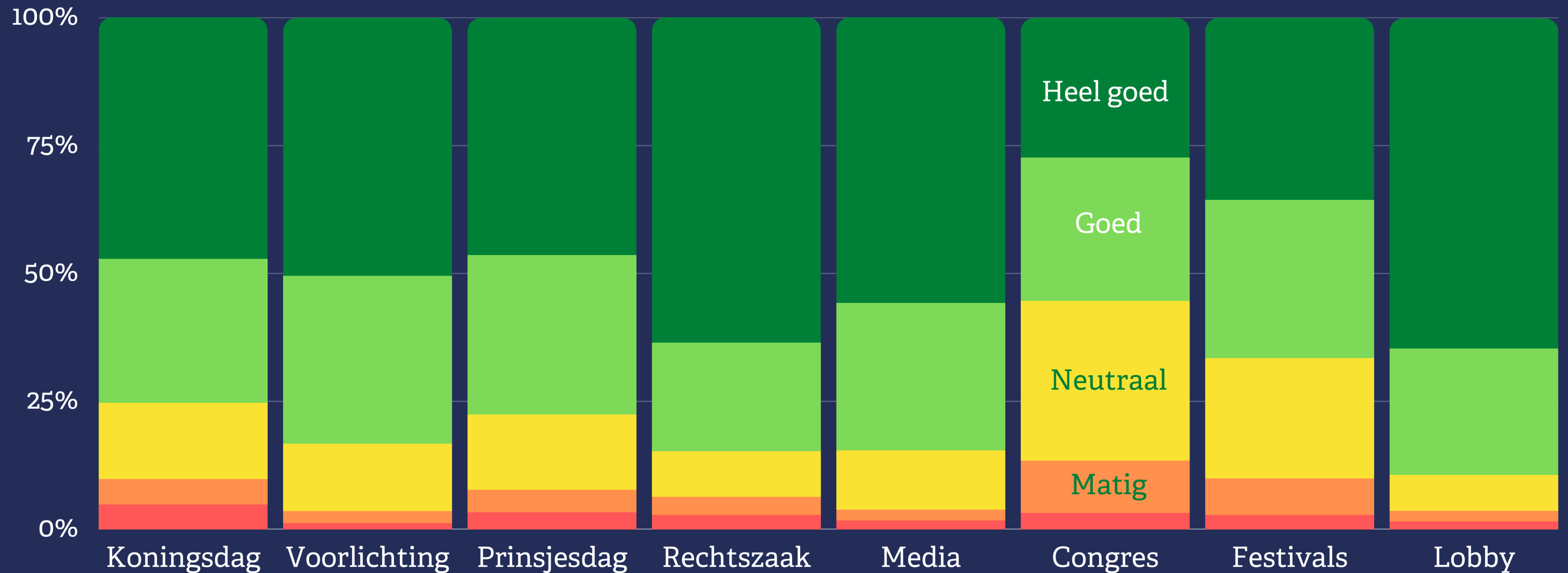
WAARDERING CAMPAGNE (LEDEN) N=718

68,5% vindt de campagne effectiever dan voorheen



WAARDERING PER ONDERDEEL (ACHTERBAN)

N=1374



ANALYSE CAMPAGNE 2022

Succesvolle campagnes, maar gebrek aan focus

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

In 2022 hebben we succesvol gewerkt aan effectief bestuur (2) en invloed politiek (5).

Met de vorming van een eerste volledig Algemeen Bestuur en het houden van een gewaardeerd congres (door deelnemers) staat de interne organisatie er goed voor.

Tegelijkertijd heeft het campagneteam mede hierdoor minder tijd gehad voor andere zaken.

We hebben voor het eerst een peiling laten houden door Ipsos (51% steun monarchie) die is overgenomen in de media. Ook onze actie 'Willem de Laatste' kwam rechtstreeks op tv.

We ondersteunen leden van diverse politieke partijen bij een interne pro-republiek lobby. Het gaat langzaam, maar er zit progressie in.

2022 was ook de eerste zitting in de Macht van de Koning rechtszaak. Samen met 'invloed in de politiek' (89% positief) wordt dit campagne-onderdeel het best gewaardeerd (85% positief).

DOELSTELLING CAMPAGNE 2023

Achterban, video en politiek

Vanaf 1 april is er ruimte voor uitbreiding van het campagneteam. Een freelance community manager (0.4FTE) kan helpen om meer talent uit de eigen achterban te benutten. Ook het Algemeen Bestuur kan hierin een rol spelen.

Daarnaast gaan we meer inzetten op legaten en aantrekken van leden voor het leven.

Om verder online te groeien is de productie en planning van meer eigen (video)content noodzakelijk. Hierbij wordt waar mogelijk ook samengewerkt met Europese partners.

We blijven leden van politieke partijen ondersteunen om via de ledendemocratie het monarchiestandpunt te wijzigen.

Ook ontwikkelen we een breder politiek-strategisch plan voor de komende jaren. Dit doen we in samenwerking met public affairs professionals en (oud-)politici.

Tot slot zullen we met enkele gerichte acties de media opzoeken. In ieder geval rond Koningsdag en rechtszaak, maar ook later in het jaar met een billboardcampagne.