

NVR



**NETHERLANDS
SPACE SOCIETY**

Beleidsplan Nederlandse Vereniging voor Ruimtevaart (NVR)

Positionering en profilering 2019 - 2021



Inhoudsopgave

1	Introductie.....	3
1.1	Marktsituatie.....	3
1.2	NVR ambitie.....	4
1.3	NVR positie per begin 2019.....	5
2	Strategie voor de periode 2019 - 2021.....	7
3	Activiteiten per commissie.....	8
3.1	Magazine Ruimtevaart.....	8
3.2	Evenementen.....	9
3.3	Website en app.....	10
3.4	Social media.....	12
3.5	Young Professionals.....	14
4	Financiën.....	15
5	NVR positie per eind 2021: doelstellingen.....	16
6	Referenties.....	18

1 Introductie

De Nederlandse Vereniging voor Ruimtevaart (www.ruimtevaart-nvr.nl) werd opgericht op 17 december 1951 en heeft statutair als doel 'om de kennis van en de belangstelling voor de ruimtevaart te bevorderen in de ruimste zin.'

De NVR ziet haar primaire doelgroep in de professionals (werknemers in de ruimtevaartsector) en de aankomende professionals (studenten bij ruimtevaart-gerelateerde faculteiten bij WO, HBO en MBO); daarna komt het algemeen geïnteresseerde publiek.

1.1 Marktsituatie

Voor een bijdetijdse positionering en profilering van de NVR moet worden uitgegaan van kenmerken van de huidige internationale ruimtevaartsector en significante veranderingen die zich voordoen:

- In Nederland nog steeds (te) beperkte aandacht voor ruimtevaart en (te) beperkte publieke investeringsmiddelen. Wel neemt de aandacht toe voor klimaat en leefomgeving met de rol die ruimtevaart daarin kan spelen, en is er een eerste positieve verwachting voor de ontwikkeling van het NL ruimtevaart budget;
- In buitenland vele en snelle ontwikkelingen (USA, India, China, bepaalde Europese landen);
- Toename commerciële ruimtevaart en NewSpace;
- Toename invloed Europese Commissie t.o.v. ESA (downstream vs. upstream):
 - o Toepassingen en bijdragen aan de informatiemaatschappij worden veel belangrijker;
 - o Belang van verre exploratie gaat weer toenemen (Mars, Maan en andere hemellichamen);
- Opkomst nieuwe, jonge, onconventionele spelers (bedrijven en personen).

En meer generiek zijn er de volgende maatschappelijke ontwikkelingen:

- De (politieke) omgeving ziet ruimtevaart meer en meer in de context van de significante bijdragen aan maatschappelijke uitdagingen op de politieke agenda's van Nederland, EU en VN;
- Jongeren hebben via gebruik van sociale media steeds meer impact en leveren zeer significante bijdragen, los van bestaande organisaties en verenigingen
- Social media is een integraal onderdeel van het dagelijkse leven en interactie geworden;
- Verenigingen/bedrijven hebben niet meer het alleenrecht; het gaat ook niet meer om het zenden van informatie. Relevanter wordt de interactie. Luisteren naar consumenten/klanten/doelgroepen/leden en ook actief uitdragen dat je naar hen luistert wordt steeds meer als een belangrijk onderdeel van de *branding* van een merk/organisatie/bedrijf/vereniging beschouwd.

- Uitdaging wordt steeds meer om krachtige community 's te bouwen en te onderhouden die vormgeven en bijdragen aan de doelstellingen van organisatie/bedrijf/vereniging.

1.2 NVR ambitie

De doelstelling uit 1951 geeft in Nederland nu nog steeds bestaansrecht en groeipotentieel voor de NVR in een sector waarin een vergelijkbare, *onafhankelijke* vereniging niet aanwezig is. Bovendien biedt het extra kansen als de NVR haar community 's goed en actief weet te organiseren met actieve leden zodat de NVR meerwaarde biedt in de Nederlandse ruimtevaartsector. Dit geldt vooral voor de primaire doelgroep van de (young) professionals, maar er zijn ook kansen voor een NVR rol bij het algemeen geïnteresseerde publiek.

Op basis van bovenstaande marktsituatie gelden voor de NVR de volgende zwaartepunten:

- De NVR wil met de *nieuwe* onderwerpen (toepassingen, NewSpace, exploratie) bezig zijn.
- De NVR wil vooral de *jongeren* mobiliseren.
- De NVR wil een inspirerende *outlook naar de toekomst* geven.
- De NVR wil meer *in het Engels* communiceren.
- De NVR wil naast haar *magazine Ruimtevaart* en het *organiseren van evenementen* meer actief zijn op de *social media*.
- De NVR wil *snel en transparant* zijn, met *korte doorlooptijden*.
- De NVR wil een *moderne en toekomstgerichte uitstraling* hebben.
- De NVR wil *motiveren* en *inspireren*.
- De NVR wil bijdragen aan het *verbreden van het draagvlak voor ruimtevaart* in de samenleving.

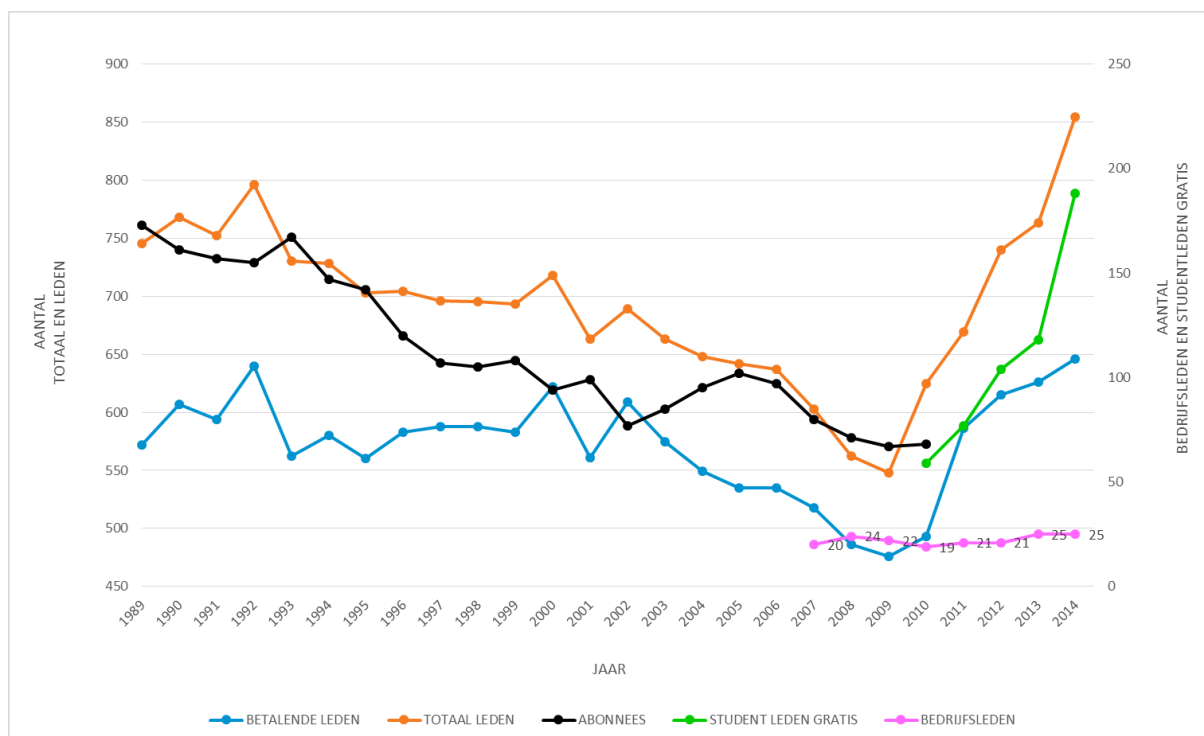
Daarvan afgeleid volgt de volgende ambitie voor de NVR positionering en profilering:

De NVR is een bruisende, moderne, community die (aankomende) space professionals en fans bindt en de ruimtevaart in Nederland profileert.

De daadwerkelijke realisatie van de NVR positionering en profilering wordt in dit Beleidsplan gemeten aan de *groei in het aantal leden*, en *daarnaast* aan de *aantallen en interacties bij de NVR volgers* via de sociale media.

1.3 NVR positie per begin 2019

De hernieuwde toename in ledenaantallen (individuele en bedrijfslidmaatschappen) vanaf 2011 (en ondersteund door Beleidsplan 2013-2015 en Beleidsplan 2016-2018) laat zien dat de NVR met haar activiteiten (hoofdstuk 3) op de goede weg is (Fig.1). Dat wordt ook bevestigd in de resultaten van de brede leden enquête in 2014 en latere terugkoppelingen van individuele leden, en ook in de jaarlijkse interviewronden met de bedrijfsleden. Een mijlpaal was het inschrijven van het 1000^e lid in oktober 2016.



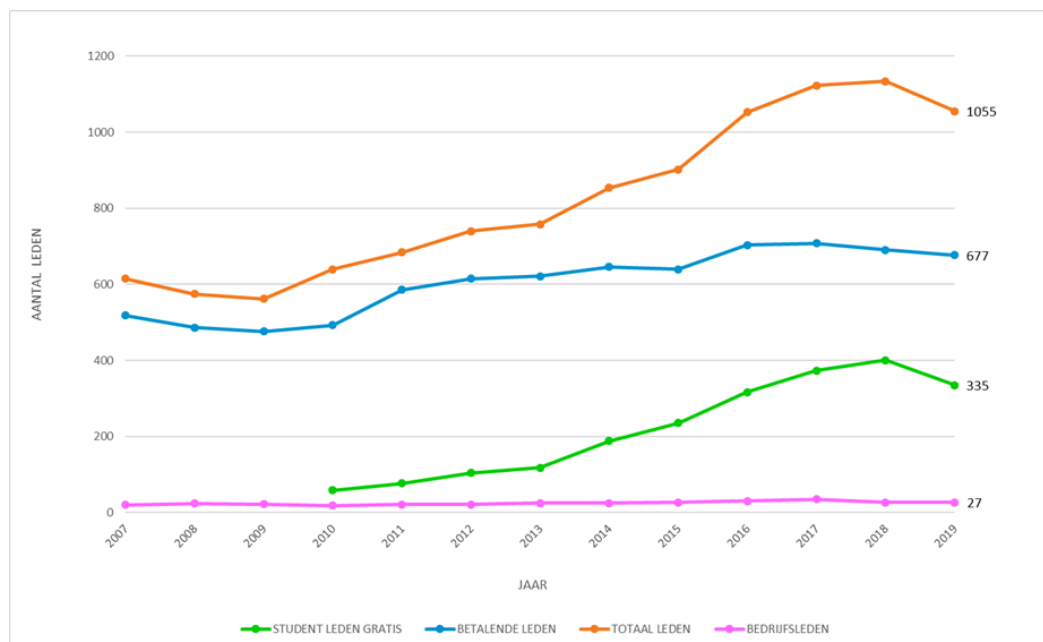
Figuur 1: Ontwikkeling ledenaantal per categorie lid (per 31 december 2014)

Er is een mooie mix bij de bedrijfslidmaatschappen ('large', 'medium', 'small' en 'start-up') en bij de individuele lidmaatschappen (professionals, studenten, gewone publiek). Voertaal wordt steeds vaker Engels vanwege de internationale herkomst van onze leden.

Bij de individuele lidmaatschappen, en ook bij de opkomst bij onze evenementen, is sprake van een groei in de richting van een jonger leeftijdsprofiel en een iets betere man/vrouw verdeling (13% vrouw per februari 2019 en 8% vrouw per juni 2014). Maar deze ontwikkeling moet nog veel sterker doorzetten naar meer jongere leden en meer vrouwen.

Kanttekening is ook dat in de meest recente jaren de toename in het aantal individuele lidmaatschappen een tweeledig beeld laat zien. De groei in het aantal (gratis) studentenlidmaatschappen blijft doorzetten, maar de groei in het aantal betalende individuele lidmaatschappen begint af te vlakken (Fig.2) waarbij bovendien sprake is van een aanzienlijk aantal wanbetalers. Daarnaast lukt het nog steeds niet goed om de studentleden na hun afstuderen met

een betalend lidmaatschap als Young Professional blijvend te binden aan de NVR. Het ledenbestand is daarom schoongemaakt: leden die zowel 2019 als 2018 niet betaald hadden zijn verwijderd. Afgestudeerde studenten zijn benaderd om betalend lid te worden, en in geval van geen positief antwoord, zijn ook zij uitgeschreven. Het effect hiervan is in figuur 2 duidelijk te zien.



Figuur 2: Ontwikkeling aantal betalende leden en (gratis) studentleden (per 1 januari 2020)

Bij de sociale media is een redelijke NVR community gevormd via Twitter en Facebook, maar LinkedIn wordt niet actief aangestuurd. Sinds kort is Instagram toegevoegd als specifiek platform voor jongere volgers.

Ten opzichte van de doelstellingen in het vorige Beleidsplan 2016-2018 kan worden geconcludeerd (Tabel 1) dat we in deze planperiode voor het aantal leden door de afvlakkende groei net geen 1200 leden hebben kunnen behalen. Voor de volgers bij de social media is er een gemengd beeld: het aantal 'likes' op Facebook is hoger en het aantal volgers op Twitter is lager dan de geformuleerde doelstellingen.

Tabel 1: Aantallen leden resp. volgers van social media t.o.v. doelstellingen in het vorige Beleidsplan

	Doelstelling in Beleidsplan 2016-2018	realisatie	peildatum
Lidmaatschap	1200	1161	1 januari 2019
Twitter	5000	3622	8 mei 2019
Facebook	750	903	8 mei 2019
LinkedIn	geen	251	8 mei 2019
Instagram	geen	124	3 juli 2019

2 Strategie voor de periode 2019 - 2021

De NVR wil zich dus via haar activiteiten steeds verder ontwikkelen tot hét gezamenlijke platform in Nederland voor space professionals, aankomende professionals (studenten) en enthousiastelingen bij het gewone publiek (hoofdstuk 1.2) en zodoende een florerend netwerk vormen waar informatie, communicatie en activiteiten worden gedeeld.

Op basis van de situatieschets van de NVR per begin 2019 (hoofdstuk 1.3) kan worden geconcludeerd dat de NVR zich vanaf 2011 met haar activiteiten zeer goed overeenkomstig deze ambitie heeft ontwikkeld, maar dat een aantal bijstellingen nodig is.

Naar aanleiding van presentaties en discussies tijdens de Algemene Ledenvergadering op 24 juni 2019 en tijdens de tweejaarlijkse Strategiedag van het bestuur op 29 juni 2019 worden de volgende bijstellingen doorgevoerd:

- verbeteren van het ledenbestand en het innen van contributies:
 - o verminderen van het aantal wanbetalers
 - o benaderen van afgestudeerde (gratis) studentleden om betalend lid te worden
 - o invoeren verplichte automatische incasso voor nieuwe leden
 - o stimuleren gebruik van automatische incasso voor bestaande leden
- meer focussen op onze doelgroepen van professionals en aankomende professionals (studenten) en minder op de enthousiastelingen bij het gewone publiek (verdere positionering in het professionele ruimtevaartveld; erkenning sprekers 'pool' t.b.v. media)
- veel aandacht gaan geven aan de doelgroep van Young Professionals via een nieuw in te stellen *NVR Commissie Young Professionals*.

Daarnaast zal het bestuur prioriteit blijven geven aan de huidige NVR commissies en hun activiteiten. Extra aandacht zal worden besteed aan een verdere optimalisatie van de werkwijzen binnen en tussen de commissies en bestuur, incl. de daarbij behorende ondersteunende tools (ledenadministratie, financiën, dataopslag en evenementenorganisatie).

Er zal geen tijd zijn om structureel aandacht te gaan besteden aan:

- opzetten en implementeren van een ruimtevaart mediabeleid (met uitzondering van het opzetten van een eenvoudige sprekerslijst per onderwerp t.b.v. de media)
- onderzoek naar meerwaarde van een regionale organisatie van de NVR
- ruimtevaart bij educatie en onderwijs (daarvoor verwijzen naar NSO, ESERO en Space Expo)

3 Activiteiten per commissie

De NVR heeft verschillende commissies ingesteld die door uitvoering van hun activiteiten invulling geven aan de strategie van de NVR. In dit hoofdstuk staat per commissie weergegeven op welke manier en met welke aandachtspunten de strategie zoals beschreven in hoofdstuk 2 wordt vormgegeven.

3.1 Magazijn Ruimtevaart

Een belangrijk middel van de NVR om de kennis van en belangstelling voor de ruimtevaart in Nederland te bevorderen is de uitgave van het magazine Ruimtevaart. De NVR wil het Magazine Ruimtevaart vier keer per jaar uitgeven, met daarbij de volgende ambities en aandachtspunten:

- Een Magazine met een heldere structuur:
- Tweetalig
- Meer human interest, iets minder (zeer specialistische) technische artikelen
- Uitstraling van een glossy
- Vaste rubrieken: kroniek, social media, spin-off, (NVR) evenementen
- Mogelijkheid tot dossiers in reguliere uitgaven
- Continuïteit en groei in diversiteit door aantrekken nieuwe redactieleden

De commissie heeft haar werkwijze beschreven in een redactie statuut.

3.2 Evenementen

In de afgelopen jaren is het aantal georganiseerde evenementen behoorlijk toegenomen. Ook is het evenementen aanbod meer divers geworden met meer bedrijfsbezoeken, samenwerkingen met andere partijen en hogere aantallen deelnemers. De georganiseerde evenementen sluiten aan bij de ambitie om de vereniging meer op de professionals en aankomende professionals te richten.

Deze toename van evenementen heeft echter ook zijn grenzen getoond:

- Lage opkomst bij evenementen die kort na elkaar plaatsvinden
- Te hoge organisatiedruk op de evenementencommissie en secretariaat voor het tijdig opzetten en uitvoeren van evenementen
- Sterke fluctuatie in dichtheid van de evenementen
- Boven budget bestedingen bij de evenementen.

Om dit te voorkomen wordt met het bestuur en de commissie voor de beleidsperiode 2019-2021 een professionaliseringslag doorgevoerd, waarbij er onder andere gewerkt zal worden aan:

- Beter plannen van evenementen door:
 - o Opstellen jaarplan evenementen en toedeling budget
 - o Opstellen van checklist met controle momenten voor organisatie van A t/m Z
 - o In bestuursvergaderingen monitoren van budget en plannen van deelname van bestuursleden
- Centrale opslag en toegang van informatie en hardware rondom evenement organisatie:
 - o Centrale locatie van de kalender op Google Drive
 - o Centrale opslag van foto's en tekst op Google Drive
 - o Centrale opslag van hardware (banner, iPad, folders, etc.) in Randstad magazijn
- Onderzoeken naar de haalbaarheid van een digitale tool voor de organisatie van evenementen
- Werving van nieuwe leden voor de evenementencommissie

Alle 'lessons learnt' en procedures worden in een evenementencommissie handboek vastgelegd voor continuïteit, overdracht en lesmateriaal voor nieuwe commissieleden.

Als richtlijn wordt voor de jaarplanning voor de komende jaren gehanteerd:

- minimaal 18 en maximaal 24 evenementen per jaar
 - o Tot 20 evenementen zullen vooruit gepland worden in de jaarplanning
 - o De overige 4-6 zullen vrij worden voor kansen die zich voordoen met externe partijen
 - o Er wordt gepland voor een evenement in de eerste en in de tweede helft van een maand, waarbij er bij voorkeur twee weken maar minimaal één week tussen de evenementen dient te zitten
 - o Evenementen dicht op elkaar zijn mogelijk mits de doelgroepen verschillen
- De volgende evenementen dienen in het programma te zitten:
 - o Lezingavonden twee keer per jaar

- Waaronder de jaarlijkse IAC avond
 - Filmavonden twee keer per jaar
 - Bedrijfsbezoeken twee tot vier keer
 - Een excursie (waarbij een buitenlandse excursie om de twee jaar wenselijk is)
 - Algemene Leden Vergadering
- De volgende evenementen die in samenwerking met anderen worden georganiseerd zijn voorzien om jaarlijks terug te keren:
 - Discover your Space in tweede helft november met de VSV Leonardo da Vinci
 - Women in Aerospace dag ('Diversity Day') met WIA-E en de VSV Leonardo da Vinci
 - Symposium met VSV Sipke Wynia
 - Symposium met VSV Leonardo da Vinci
 - Evenementen met financiële ondersteuning door SpaceNed t.b.v. de doelgroep van space professionals

Om goed te blijven aansluiten bij wensen van de leden zal er actiever gezocht gaan worden naar de wensen van de leden. Een sleutelrol ligt hier bij de samenwerking met de Young Professional commissie.

De commissie heeft haar werkwijze beschreven in een Event Management Policy Handbook en een Event Committee Handbook. Richtlijnen voor bezoekers zijn vastgelegd in een Event Policy.

3.3 Website en app

Website

De NVR website is een belangrijk informatieportal naar leden en niet-leden, met als belangrijkste informatie:

- Statische informatie over de vereniging (bestuur, commissies, contact, lidmaatschapsinformatie, archief met secretariële jaarverslagen)
- Agenda met komende evenementen en nieuwsberichten over bijv. afgesloten evenementen
- Archief met oude nummers van het tijdschrift Ruimtevaart (teruggaand naar 1951)

De website wordt in het Nederlands zowel als in het Engels weergegeven. Een toenemend deel van de leden uit de professionals en aankomende professionals hebben een andere nationaliteit dan de Nederlandse. Daarnaast wil de NVR met de website ook internationaal niet-leden kunnen bereiken.

De website zal op de verschillende informatie onderdelen up-to-date moeten worden gehouden om van relevante waarde te zijn voor bezoekers. Hieraan werkt de commissie, in nauwe samenwerking met de overige commissies (vnl. evenementen, Magazine, social media).

Voor de strategie periode 2019 – 2021 wil de website commissie zich specifiek op de volgende punten richten:

- Het compleet maken en verbeteren van het Engelstalige deel van de website
- Meer inhoudelijke informatie op de website
- De link met social media versterken

Het succes van de website kan worden afgemeten aan het aantal bezoekers. Het streven is om het aantal gebruikers op jaarbasis gestaag te laten groeien.

App

Sinds enkele jaren is aanvullend een speciale NVR app ontwikkeld om gebruikers (leden en niet-leden) via hun mobiele telefoon toegang te geven tot het archief met de edities van het magazine Ruimtevaart vanaf 1951. Deze app is gratis beschikbaar voor Android en iOS gebruikers.

Het gebruik van de app is eenvoudig, dankzij een korte download/ set-up tijd van minder dan drie minuten en een minimalistisch ontworpen interface.

Het idee is om via de app:

- Een one-stop shop te bieden met toegang tot het Ruimtevaart archief
- De betrokkenheid met de NVR te vergroten via het lezen van artikelen in Ruimtevaart
- Een digitaal bereik te realiseren naar nieuwe doelgroepen voor de NVR

Het gebruik van de app moet regelmatig worden bevorderd via de social media, website en het magazine Ruimtevaart zelf, zodat belangstellenden de app gaan downloaden en gebruiken.

Doelstelling is om aan het einde van elk jaar minstens 100 downloads op beide platforms te hebben. Vooralsnog zijn geen updates voorzien vanwege het huidige lage aantal downloads en de moeizame ervaringen bij het realiseren van de eerste versie.

In deze strategieperiode zal eens per jaar het succes van de app geëvalueerd worden, teneinde een besluit over continuering van de app te nemen.

3.4 Social media

Social media heeft voor veel mensen een vaste plek verworven in hun informatielandschap. De NVR social media kanalen hebben die positie inmiddels ook. Onze social media is een volwaardig communicatiemiddel voor de vereniging naast het magazine Ruimtevaart, de nieuwsbrief en de individuele mailings.

Er zijn verschuivingen zichtbaar. Waar Facebook eerder onbetwist marktleider was, zien we nu een afname in populariteit van dit platform. Het is echter gebleken bij eerdere transities, zoals destijds Hyves, dat oudere gebruikers minder snel overstappen op een nieuw social media platform. Dit pleit ervoor om voor de komende beleidsperiode Facebook nog aan te houden in de social media mix van de NVR.

Focus op bereik

Als commissie constateren wij dat door de gewijzigde algoritmen van de social media platformen, het hebben van een groot aantal volgers of fans niet meer zo belangrijk is voor het bereik van een bericht. We willen daarom stoppen met het sturen op aantallen volgers en fans. We gaan focussen op de kwaliteit van post, die zich uit in bereik van een bericht. De interactie die een bericht veroorzaakt is een maatstaf voor de relevantie van een bericht. Het gaat dan om het aantal likes, shares, retweets en reacties. Deze relevantie speelt een grote rol in de mate waarin een bericht wordt verspreid door het algoritme.

Waar op dit moment de kanalen gebruikt worden voor het posten van dezelfde informatie, gaan we daar vanaf 2020 een differentiatie in aanbrengen. De verschillende kanalen hebben hun eigen sterke kanten. Wij gaan de informatie die we daarop posten aanpassen aan die sterke kanten.

Callsign #NVRspace

Het bereik van berichten wordt in de huidige algoritmen vergroot als het bericht relevant is. Dit wordt afgeleid van het aantal deelacties, reacties en kliks op een bericht. Het helpt daarom als een bericht wordt geliket, getweet en gedeeld. Om het voor volgers makkelijk te maken om berichten over de NVR niet te missen, introduceren we het callsign #NVRspace. Daarnaast geeft het de commissie en het bestuur een tool in handen om de online conversatie te monitoren.

Om meer bekendheid te geven aan het callsign wordt deze hashtag vermeld in alle verenigingsuitingen, zoals de nieuwsbrief, presentaties en het magazine. Ook worden sprekers gevraagd om deze hashtag te tonen in hun presentatie, bij voorkeur in de voettekst van hun slides. Als er nieuwe rollup banners worden gemaakt, moet het callsign er ook een prominente plek op krijgen.

Content in de spotlight

Middels een content kalender gaan we rondom event aankondigingen posts inplannen om een regelmatige aanwezigheid te hebben op social media. De richtlijn is ten minste iedere week een post. Hiervoor is extra content nodig.

Een belangrijke informatiebron voor het publiek is het magazine Ruimtevaart. Met dit magazine beschikt de vereniging doorlopend over actuele interessante en arbeidsintensieve content die tevens ingezet kan worden op onze social media kanalen. Dit wordt bereikt door van ieder artikel in Ruimtevaart een social media kit te maken: interessante quote/passage uit de tekst met foto. Het doel van deze posts is dat de lezer getriggerd wordt om het magazine te willen lezen. We kunnen dan ook de app en de lidmaatschapspagina promoten.

Daarnaast heeft het magazine een rubriek met historische feiten. Deze informatie met foto is zeer geschikt voor regelmatige #tbt (Throw Back Thursday) tweets/instaposts.

Foto's en video's van events zijn fantastische content voor Instagram en Facebook. Een goed voorbeeld is de video die we konden delen van het SSP event van 7 januari 2020. We vragen de event commissie vaker deze foto's en video's te maken.

Interactie

Instagram stories biedt een mogelijkheid om laagdrempelig te testen met het uitlokken van interactie door middel van polls en vragen. We stellen voor om in 2020 te testen met vragen als "What is your favorite rocket?" of "Do you miss an online NVR community on Discord?".

De commissie heeft haar werkwijze beschreven in een Social Media beleidsplan.

3.5 Young Professionals

De NVR richt zich primair op de doelgroepen (young) professionals en aankomende professionals (studenten). Om de groei van de vereniging te kunnen blijven doorzetten, is het noodzakelijk dat er vooral vanuit de young professionals een belangrijke instroom van nieuwe leden kan worden bewerkstelligd. De NVR streeft er daarom naar veel aandacht te gaan geven aan deze doelgroep via een nieuw in te stellen NVR Commissie Young Professionals.

De opdracht van deze commissie is om een plan uit te werken van acties die genomen kunnen worden om de NVR aantrekkelijk te maken voor deze doelgroep. Hierbij zal nauw moeten worden samengewerkt met de overige commissies.

Items en vraagstukken die hierbij aandacht zullen krijgen:

- Hoe kunnen we ervoor zorgen dat een groot deel van de gratis studentleden doorstromen naar gewoon lid als ze young professional zijn geworden
- Hoe kunnen we beter in contact komen met deze doelgroep (magazine, website, social media, alumni verenigingen, ...)
- Welke of wat voor type evenementen zijn juist of ook aantrekkelijk voor deze doelgroep
- Hoe krijgen we leden van deze doelgroep actief in onze vereniging als vrijwilligers

Het succes van de Young Professionals commissie valt af te lezen aan de groei van het young professionals ledenaantal. Het is de ambitie van het NVR om eind 2021 30 % van de betalende leden in deze doelgroep te hebben.

4 Financiën

De inkomsten van de NVR bestaan uit contributies van individuele leden en bedrijfsleden. Er is geen actief beleid ter verwerving van fondsen. De NVR heeft geen ANBI status.

De activiteiten worden vrijwel uitsluitend door vrijwilligers georganiseerd. Enige uitzondering is dat voor de ledenadministratie en communicatie rondom evenementen een beroep wordt gedaan op een parttime office manager via een ZZP Overeenkomst van Opdracht.

Met de huidige portfolio aan activiteiten en huidige categorieën leden met bijbehorende contributieniveaus is er voor de gehele periode van dit Beleidsplan sprake van een gezonde, stabiele financiële situatie. De volgende kanttekeningen moeten gemaakt worden:

- De afgelopen jaren is een groot deel van de uitgaven procentueel sneller gestegen dan de monetaire inflatie in Nederland. Dit is opgevangen door een beperkte groei in bedrijfsleden. Aan deze groei zit een (zichtbaar) plafond, waardoor een strikte controle van de uitgaven nodig is die mogelijk tot beperkingen van de ambities zal leiden.
- Groei in inkomsten zal de komende jaren moeten komen uit (en/of):
 - Groei in aantal reguliere lidmaatschappen. Als onderdeel hiervan hebben we de reeds in gang gezette actie om (ex) studentleden te bewegen om regulier lid te worden.
 - Verhoging van het lidmaatschap bedrag. Een verhoging van vijf euro per regulier lid levert ongeveer 3,500 euro per jaar extra op; dit is ongeveer de orde grootte van de kostenstijging van het magazine Ruimtevaart in de laatste drie jaar.
 - Betere betalingsmoraal (minder wanbetalers). Reeds in 2019 in gang gezet door nieuwe leden alleen toe te staan per automatische incasso te betalen. Dit moet de eerste effecten gaan laten zien op middellange termijn, ongeveer vijf jaar in de toekomst.
- De afhankelijkheid van de bedrijfsleden is groot. We moeten goede contacten met bedrijfsleden blijven onderhouden, want met de reguliere leden alleen kunnen we niet in de huidige vorm bestaan.

Meer informatie over financiën en het beheer van het vermogen is te vinden in de financiële jaarverslagen en bij de verantwoording tijdens de jaarlijkse Algemene Ledenvergadering.

5 NVR positie per eind 2021: doelstellingen

De NVR streeft ernaar om haar rol als informatie- en communicatieplatform te verzilveren met het bereiken van een aantal specifieke mijlpalen per 31 december 2021:

Primaire succesfactor: aantal leden

Het NVR streeft de volgende aantallen na per 31 december 2021

- Totaal aantal leden: 1250
 - o Betalende indiv. leden: 800
 - o Bedrijfsleden: 30
 - o Studentenleden: 420

Secondaire succesfactor; bereik van berichten op de social media kanalen:

Twitter:

	gemeten in 2017-2019*	doelstelling 2020-2021
Het gemiddelde bereik (impressions) per maand:	218.969	300.000
Het gemiddelde aantal interacties per maand:		
- link clicks:	20	25
- retweets:	21	25
- likes	44	50
- @reply	3	4

* Gegevens afkomstig van https://analytics.twitter.com/user/NVR_Ruimtevaart/home.

Facebook:

	gemeten in 2019*	doelstelling 2020-2021**
Het gemiddelde bereik van een bericht:	353	300
Het gemiddelde aantal interacties per maand:		
- Klikken op bericht:	27	20
- Reacties, opmerkingen en deelacties:	16	10

* Gegevens afkomstig van de FB statistieken, tab Berichten gegevens per bericht.

** Facebook wordt minder populair. Doelstelling is daarom lager dan het gemiddelde van 2019.

Instagram:

	gemeten in 2019	doelstelling 2020-2021
Het gemiddelde aantal interacties* per maand:		
- likes	12	15
- reacties:	0.2	1
- bookmarks:	0.5	1
- weergaven van videos:	0	90

* Statistieken handmatig geregistreerd vanuit de app. Bereik wordt nog niet weergegeven.

LinkedIn:

	gemeten in 2017-2019	doelstelling 2020-2021*
Het gemiddelde aantal posts per jaar:	4	nvt
Een bereik van een post is:	3 likes	nvt
De interactie die een post losmaakt is:	6 comments	nvt

* LinkedIn is geactiveerd vanwege het instellen van de YP commissie en haar doel. Vooralsnog faciliteren wij de groep, maar we gaan niet actief posten in de groep. Daarom staan er ook (nog) geen doelstellingen voor 2020-2021.

Deze doelstellingen wil de NVR bereiken bij een gezonde financiële bedrijfsvoering. Op december 2021 streeft de NVR naar:

- Inkomsten: 55.500,- €
- Eigen vermogen: 57.350,68 €

6 Referenties

Beleidsplan NVR 2013-2015

Beleidsplan NVR 2016-2018

NVR Member Survey 2014 results

Gespreksnotities diner ereleden- bestuur 14 januari 2019

Highlights interviewronde bedrijfsleden 2018-Q1

Highlights interviewronde bedrijfsleden 2019-Q1

NVR Studentenbinding v0.3 dd. 28 juni 2019

NVR Social media beleid v1.1. dd. 14 december 2012

NVR Social media beleid v2.3 dd. 6 juni 2020

Financieel Jaarverslag 2018

Secretarieel jaarverslag 2018

Verslag ALV 24 juni 2019

Handboek Evenementencommissie voorjaar 2020