

NVR



**NETHERLANDS
SPACE SOCIETY**

Beleidsplan Nederlandse Vereniging voor Ruimtevaart (NVR)

Positionering en profilering 2016 - 2018



Inhoudsopgave

1	Introduction.....	3
1.1	Veranderende marktsituatie	3
1.2	Gevolgen voor de NVR	3
2	Strategie	5
3	Activiteiten	6
4	Beheer fondsen en vermogen	7
5	Doelstelling.....	8

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 en de studenten in de ruimtevaart; daarna komt het algemeen geïnteresseerde publiek.

1.1 Veranderende marktsituatie

Voor een bijdetijdse positionering en profilering van de NVR moet worden uitgegaan van de significante veranderingen die zich in de laatste jaren in de ruimtevaartsector voordoen:

- In Nederland afname institutionele ruimtevaart en publieke investeringsmiddelen; ruimtevaart is nu onderdeel van Topsectorenbeleid en internationale samenwerking (ESTEC)
- In buitenland positieve ontwikkelingen (USA, India, China, bepaalde Europese landen);
- Toename commerciële ruimtevaart en Space 2.0;
- 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, Pluto, asteroïden);
- Opkomst nieuwe, jonge, onconventionele spelers (bedrijven en personen).

En meer generiek zijn er de volgende maatschappelijke ontwikkelingen:

- (Politieke) omgeving ziet ruimtevaart nog steeds teveel vanuit de ouderwetse beeldvorming;
- Jongeren hebben via gebruik van sociale media steeds meer impact en leveren zeer significante bijdragen, los van bestaande organisaties die daar (nog) niet goed mee weten om te gaan;
- Verenigingen/bedrijven hebben niet meer het alleenrecht; het gaat ook niet meer om 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 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 Gevolgen voor de NVR

De doelstelling uit 1951 geeft in Nederland nog steeds bestaansrecht en groeipotentieel voor de NVR in een sector waar zoiets niet wordt aangeboden. Bovendien biedt het extra kansen als de NVR haar community's goed en actief weet te organiseren met actieve leden zodat de NVR meerwaarde gaat bieden in een nog steeds sterk verdeelde sector. 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 bovenstaand beschreven 'veranderende marktsituatie' komen er wel enkele nieuwe elementen bij:

- De NVR moet met de *nieuwe* onderwerpen (toepassingen, Space 2.0, exploratie) bezig zijn.
- De NVR moet vooral de *jongeren* mobiliseren.
- De NVR moet een inspirerende *outlook naar de toekomst* geven.
- De NVR moet meer *in het Engels* communiceren.
- De NVR moet naast fysieke bijeenkomsten *meer virtueel per internet* organiseren.
- De NVR moet *snel en transparant* zijn, met *korte doorlooptijden*.
- De NVR moet een *moderne en toekomstgerichte uitstraling* hebben.
- De NVR moet *motiveren* en *inspireren*.
- De NVR moet bijdragen aan het *verbreden van het draagvlak* in de samenleving.

Hiermee wordt de ambitie voor de NVR positionering en profilering in 2018:

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

2 Strategie

De NVR ontwikkelt zich via haar activiteiten tot hét gezamenlijke platform in Nederland voor space professionals, studenten en enthousiastelingen en vormt zo een florerend netwerk waar informatie, communicatie en activiteiten worden gedeeld. Dit wordt weerspiegeld door een structurele groei in het aantal leden (Fig.1 in hoofdstuk 5) en deelnemers aan de activiteiten.

Als vervolg op de succesvolle groei in de Beleidsplanperiode 2013-2015 gelden nu voor 2016-2018 de volgende **speerpunten**:

Doelgroepen:

- Behouden en groeien in alle categorieën bedrijfsleden.
- Mobiliseren van (potentiele) jongere en vrouwelijke leden.
- Aantrekken studentleden in Amsterdam, Twente en Nijmegen.

Activiteiten:

- Agenderen van de nieuwe onderwerpen (toepassingen, Space 2.0, exploratie).
- Ontwikkelen van nieuwe website en NVR App, waarbij de App zal helpen om het tijdschrift Ruimtevaart verder te ontsluiten.
- Mogelijkheden verkennen voor NVR excursie naar buitenland.
- Experimenteren met 'streamen' via internet van onze lezingenavonden.

3 Activiteiten

Vanuit het NVR Bestuur worden via speciale commissies de volgende hoofdactiviteiten georganiseerd:

- *Tijdschrift Ruimtevaart*: 4x per jaar, met een heldere structuur:
 - o Tweetalig
 - o Meer human interest, iets minder (zeer specialistische) technische artikelen
 - o Uitstraling van een glossy
 - o Vaste rubrieken: kroniek, social media, spin-off, (NVR) evenementen
 - o Mogelijkheid tot themanummers
- *Evenementen*: zowel exclusief vanuit de NVR, als ook in samenwerking met SpaceNed en andere organisaties; via een helder gestructureerde evenementenkalender, waarin een aantal vaste elementen worden vastgelegd:
 - o Lezingenavonden, mini-symposia
 - o Netwerkborrels
 - o Space movie avonden
 - o Bedrijfsbezoeken
 - o Seminars over onderwerpen rond de Nederlandse ruimtevaart
 - o Expertise verbetering en sharing (bijv. lean in space en social media in space)
- *Website*: De NVR website is een belangrijk informatieportal naar leden en niet-leden, met als belangrijkste informatie:
 - o Statische informatie over de vereniging (bestuur, commissies, contact, lidmaatschapsinformatie, archief met secretariële jaarverslagen)
 - o Agenda met komende evenementen en nieuwsberichten over bijv. afgesloten evenementen
 - o Archief met oude nummers van het tijdschrift Ruimtevaart (teruggaand naar 1951)
- *Sociale media*: De NVR zal sociale media (twitter, facebook, LinkedIn) steeds actiever gaan inzetten conform het in december 2012 door het Bestuur geaccordeerde document 'NVR social media beleid', om daarmee gericht informatie te verspreiden én de interactie aan te gaan met de leden en niet-leden.
- *Nieuwsbrieven*: Het NVR Bestuur informeert haar leden driemaal per jaar met een individuele Nieuwsbrief over de algemene gang van zaken binnen de vereniging, evenementen, samenwerkingsverbanden, etc. Hiermee beoogt het Bestuur de persoonlijke band met de leden verder te verstevigen.



4 Beheer fondsen en vermogen

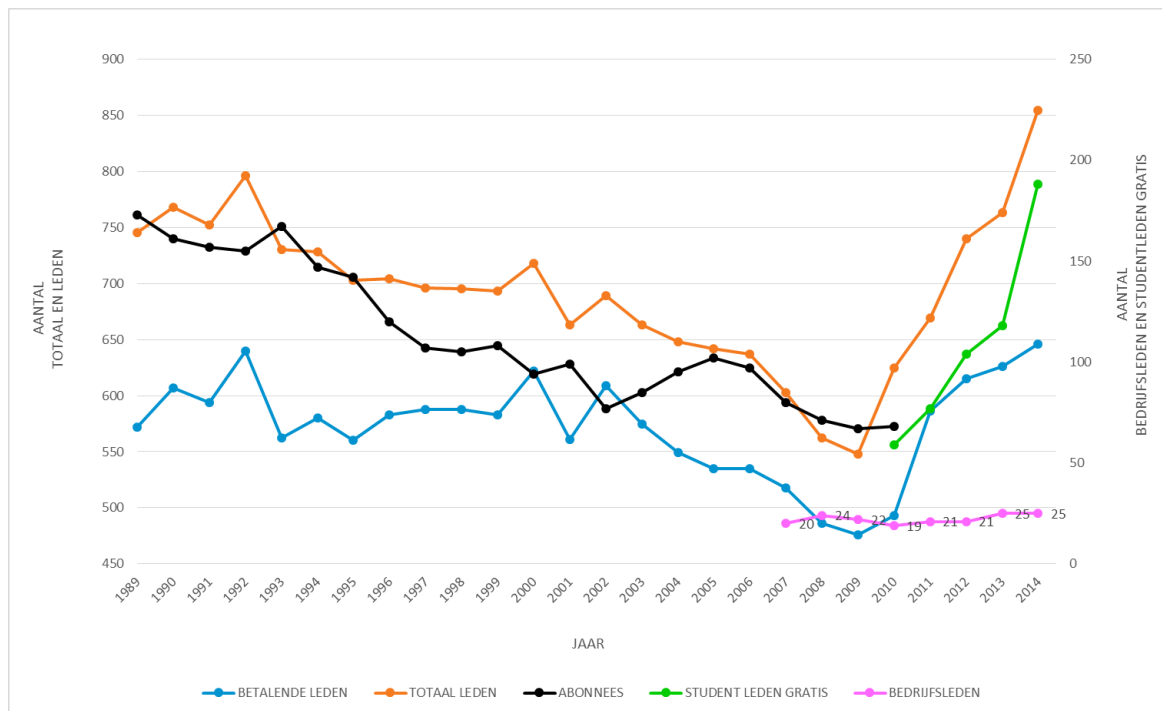
De inkomsten van de NVR bestaan uit contributies van individuele leden en bedrijfsleden. Er is geen actief beleid ter verwerving van fondsen. De NVR heeft geen ANBI status.

Meer informatie over het beheer van het huidige vermogen van de NVR is te vinden de financieel jaarverslagen van 2013 en 2014.

5 Doelstelling

De NVR streeft ernaar om haar rol als informatie- en communicatieplatform te verzilveren met het bereiken van een aantal specifieke mijlpalen per 31 december 2018:

- NVR lidmaatschap: 1200 leden (zie onderstaande figuur voor ontwikkelingen t/m 2014)
- NVR twitteraccount: 5000 volgers (2437 volgers per juni 2015)
- NVR facebookaccount: 750 volgers (513 volgers per juni 2015)



Peildatum: 31-12-2014

Figuur 1: Nederlandse Vereniging voor Ruimtevaart leden aanwas