

Notulant

Daisy en Demi hebben allebei genotuleerd. Daisy heeft haar notulen aangevuld met die van Demi en uitgewerkt.

Aanwezigen

Simen: Ping NJN

Daisy: Sec NJN

Hidde: CoBoNaza NJN

Mees: CoEza NJN

Demi: CoZoka NJN

Thijs: pondsping 2006. Algemeen lid SOS-NJN

Hester: pondsping 2000. Secretaris SOS-NJN

Sander, Rutmer en Anne zijn afwezig

Wat is SOS-NJN?

In jaren 90 werd er gedacht 'wat naar dat we afhankelijk zijn van subsidies van de overheid. We hebben dat geld nodig, maar in de toekomst krijgen we die subsidie niet meer.' Men kwam om het idee om een vermogen te bij elkaar te halen en dan elk jaar een deel van de rente op dat vermogen aan de NJN te geven. Er is oude sokken gevraagd te doneren om dat vermogen op te bouwen. Daarmee is ongeveer 1 ton opgehaald. Toen viel het wel mee hoe hard de NJN in de financiële problemen kwam. De rente nam ook af.

SOS-NJN is nu een fonds waar de NJN gebruik van kan maken. In de loop der tijd blijkt nog maals dat de NJN geen grote financiële problemen heeft. Een groter probleem is het ledenaantal. SOS-NJN helpt daarom nu naar activiteiten ondersteunen die bijdragen aan het werven van meer leden. SOS-NJN geeft om het behoud van de NJN, daar hebben mensen destijds ook voor gedoneerd.

De NJN is leidend in die activiteiten. SOS-NJN wil kritisch meedenken met de plannen van de NJN.

Voorbeelden van activiteiten waar SOS-NJN wel of niet aan bij heeft gedragen:

Het verwerken van archief materiaal van de NJN → niet

Een rechtzaak tegen de politieke groep die ook NJN heet → wel

Het maken van promomateriaal (filmpjes) → wel

Verder kan het HB SOS-NJN gebruiken voor hun netwerk met oude sokken.

NS advertentie

Ledenwerving vindt SOS-NJN belangrijk.

De prijs

De NS advertentie viel duurder uit. Dit kwam door BTW. Er werd eerst gedacht dat we de BTW terug konden krijgen, dat was toch niet zo.

Er is gekozen om nu alleen in intercity's te adverteren, in plaats van intercity's en sprinters. Dit is goedkoper. Het bereik is dus wel kleiner, dat is jammer.

De originele afspraak was dat SOS-NJN de helft van het bedrag zonder BTW zou betalen, dus €9408.

SOS-NJN overlegt intern over wat nu de nieuwe afspraak wordt.

Oude offerte:

Beschrijving	Aantal	Stukprijs	Btw %	Btw-bedrag	Totaal
RoNS - Spits - 1 week	1	€ 18.816,00	21%	€ 3.951,36	€ 18.816,00
			Totaal excl. btw		€ 18.816,00
			Btw 21%		€ 3.951,36
			Totaal incl. btw		€ 22.767,36
			Totaal te betalen		€ 22.767,36

Nieuwe offerte:

Beschrijving	Aantal	Stukprijs	Btw %	Btw-bedrag	Totaal
Schermen Intercity - Spits uren	1	€ 14.656,10	21%	€ 3.077,78	€ 14.656,10
			Totaal excl. btw		€ 14.656,10
			Btw 21%		€ 3.077,78
			Totaal incl. btw		€ 17.733,88
			Totaal te betalen		€ 17.733,88

Waarom het HB hiervoor heeft gekozen

Het HB heeft met leden gedeeld dat de advertentie duurder werd. In een online bijkomst konden zij hun mening geven. Daar kwam het idee uit om minder te adverteren, zodat we nog binnen de begroting zouden vallen. Daar heeft het HB voor gekozen.

Het HB vond het belangrijk om te doen wat het meest aansloot bij wat op congres besloten was.

Ze wilden het niet last-minute afschieten, want mensen hebben er al werk in gestopt en leden zijn heel enthousiast.

Waarom deze tijdperiode?

Het wordt warm, mensen gaan naar buiten. Ze zien die advertentie en worden meteen enthousiast om mee op zoka te gaan. Het is laat genoeg dat leden zich al hebben ingeschreven voor zoka, maar vroeg genoeg dat nieuwe leden zich nog kunnen aanmelden. Mees heeft een mail gekregen van mensen die in januari al hun zomer aan het plannen waren, dus veel later was niet handig geweest.

Het beeldmateriaal

De advertentie is af. Het is een bewegend beeld, een soort slide show. Mees mailt die naar SOS NJN.

Wordt er meer met de advertentie gedaan?

Mensen worden opgeroepen om een selfie te nemen met de advertentie en op insta te zetten. Stefan dacht aan een merch giveaway voor mensen die dat doen.

Waarschijnlijk post de NJN het ook op andere socials, bijvoorbeeld LinkedIn.

Meerjarenstrategie voor ledenwerking? Hoe gaat de NJN de resultaten vastleggen?

Stel de advertentie doet het goed, dan kan de NJN vaker zoiets doen. We gaan dat meten met lidherkomst labels. Je kan aanvinken dat je de NJN van de advertentie kent. SOS-NJN wil die resultaten graag zien.

Mees ziet dit als een pilot voor andere vormen van adverteren dan we normaal doen.

Sander (voorzitter SOS-NJN) zou hier graag iets over in een meerjaarplan zien.