

Sekretariatets indstilling til HB's stemmeanbefaling vedrørende

Forslag om at flytte seks mio. kr. fra medlems- tegning til kampagnefokus på naturforarmelse i 2016

Sekretariatet indstiller at:

Hovedbestyrelsen anbefaler Repræsentantskabet at stemme nej til det fremsatte forslag.

Sagens kerne

To personligt valgte medlemmer af Repræsentantskabet har fremsat forslag om, at der flyttes seks mio. kr. fra medlemstegning til kampagnefokus på naturforarmelse i 2016. Forslaget er begrundet med, at DN's medlemstegning er "for ineffektivt og for tilfældigt, og prioriteringen går ud over andre vigtige områder". Da Dagsordenudvalget har besluttet at optage forslaget på dagsordenen for forårets REP-møde, skal HB udarbejde en stemmeanbefaling.

Sagsfremstilling

DN var i 1978 blandt first-moverne til at etablere medlemstegning via telemarketing. Op gennem 80'erne havde DN en skare på op mod 100 lønnede medlemstegnere i DN's eget "korps" af medlemstegnere. Dette og den trend der var omkring miljøbevægelsen på dette tidspunkt – 7 ud af 10 danskere var den gang bekymrede for forureningen – i dag er det ifølge Catinet-IFKA kun 2 ud af 10 og bekymringerne går på vækst, arbejdsløshed, og andre økonomiske temaer – var medvirkende til at DN opnåede et meget højt medlemstal på det tidspunkt.

Medlemstallet har efterfølgende udviklet sig jf. vedlagte [bilag 1](#).

Telemarketing har siden 1978 været den absolut væsentligste kanal til medlemshvervning i DN – og alle andre velgørende organisationer har siden hen kopieret ideen, og stort set alle benytter sig i dag af telemarketing.

Vedlagte [bilag 2](#) illustrerer medlemssituationen i DN de seneste 10 år – hvordan medlemmerne er hvervet, hvor mange der er hvervet osv.

Som det væsentligste kan det af bilag 2 kort sammenfattes, at det gennemsnitlige frafald af medlemmer pr. år ligger omkring 10%, og det gennemsnitlige antal medlemmer, der er indmeldt i DN uden at være hvervet ligger på under 1000 pr. år.

Det stillede forslag rejser spørgsmålene: Hvad sker der egentlig med DN's økonomi, hvis medlemstegningen skæres ned/ophører? Og er medlemstegning egentlig en god forretning?

Forslagsstillerne har ikke foreslået hele budgettet til medlemstegning fjernet, men kun 6 mio. Det skal i den forbindelse påpeges, at budgettet til medlemstegning på 12 mio. kr. ikke allokerer alle 12 mio. til selve den faktiske medlemstegning – beløbet indeholder også omkostninger til de årsværk i DN, der er arbejder med medlemstegning, afholdelse af testamenteaftener, indsamlinger, analyser etc. – ud af de 12 mio. kr. går 9,65 mio. kr. til egentlige hverveudgifter af 10.244 medlemmer – reduceres dette med 6 mio. kr. er der 3,65 mio. kr. til rest til hvervning af 3874 medlemmer (idet "prisen" for at hverve et medlem gennemsnitligt udgør 942 kr.). Der er i DN ingen evidens for at annoncer genererer medlemmer, så de 6 mio. kr. til kampagnefokus bidrager ikke til medlemstilgangen.

Et eksempel på denne baggrund illustrerer betydningen for DN's økonomi:

Eksemplets forudsætninger:

Det aktuelle medlemstal: 124.253

Den aktuelle medlemsindtægt: 60.800.000,00 kr.

Det aktuelle hvervebudget: 9.650.000,00 kr., som reduceres til 3.650.000,00 kr.

Medlemsfrafald pr. år: 10%

Tab af medlemsindtægt pr. år: 10%

Uændret niveau af øvrige aktiviteter i perioden

År	Antal medlemmer	Medlemsindtægter	Budget incl. 3,65 mio. til hvervning – 6 mio. til annoncekampagne	Ændring i økonomi
0	124.253	60.800.000	60.800.000	
1	115.702	56.615.641	60.800.000	-4.184.359

Den ændrede disponering vil betyde et indtægtstab på små 4,2 mio. kr. og en nedgang i medlemstallet på 8551.

Fastholdes forslaget i flere år frem vil effekten være således (med samme forudsætninger):

År	Antal medlemmer	Medlemsindtægter	Budget incl. 3,65 mio. til hvervning – 6 mio. til annoncekampagne	Ændring i økonomi
0	124.253	60.800.000	60.800.000	
1	115.702	56.615.641	60.800.000	-4.184.359
2	108.006	52.849.719	60.800.000	-7.950.281
3	101.079	49.460.389	60.800.000	-11.339.611
4	94.845	46.409.992	60.800.000	-14.390.008
				-37.864.259

Eksemplet viser at DN i givet fald i løbet af 5 år har bevæget sig fra et medlemstal på 124.253 til 94.845. Samtidig er medlemsindtægterne faldet fra 60.800.000 kr. til 46.409.000 kr. Der er over perioden på de 5 år akkumuleret et underskud på 37,8 mio. kr. (forudsat at der fastholdes uændret aktivitetsniveau).

Vil man herefter forsøge at hverve nye/flere medlemmer og afsætte samme budget, som der oprindeligt var til dette, skal der altså tages 9,65 mio. kr. til medlemstegning, og budgettet til den øvrige drift må da reduceres til 36,7 mio. kr., hvor der 5 år tidligere var 50 mio. kr. til den øvrige drift.

(I eksemplet er der set bort fra, at der kan komme 1000 nye medlemmer på egen hånd pr. år – og at der er en vis besparelse ved ikke at skulle sende Natur og Miljø til de forsvundne medlemmer – men alt andet lige vil dette kun marginalt ændre tallene i eksemplet).

Det andet spørgsmål, er medlemstegning en god forretning, kan illustreres med følgende eksempel:

- Hvervning af 1000 medlemmer koster 942.000 kr.
- Efter 1 år er 55% = 550 stadig medlemmer og har i året bidraget med i gennemsnit 68 kr./md. – fratrukket udgifter til medlemsblad, administration og opkrævning af betalinger 120 kr./år/medlem svarende til 382.800 kr.
- Efter 2 år er 45% = 450 stadig medlemmer og har i år 2 bidraget med i gennemsnit 68 kr./md. – fratrukket medlemsudgifter – svarende til 313.200 kr.
- Efter 3 år er 40% = 400 stadig medlemmer og i år 3 bidraget med i gennemsnit 68 kr./md. – fratrukket medlemsudgifter – svarende til 278.400 kr.

Efter år 3 er der således ud af de brugte 942.000 kr. genereret 974.400 kr. (og hertil skal lægges det beløb, som frafaldne medlemmer har betalt i den del af året, hvor de har været medlemmer, idet frafaldet sker løbende over året). De efterfølgende år genereres yderligere indtægt fra de i disse år tilbageværende medlemmer.

Medlemshvervning er at betragte som en investering, som forudsat, at den vedligeholdes giver et faktisk attraktivt afkast i forhold til placering af samme beløb i fx obligationer.

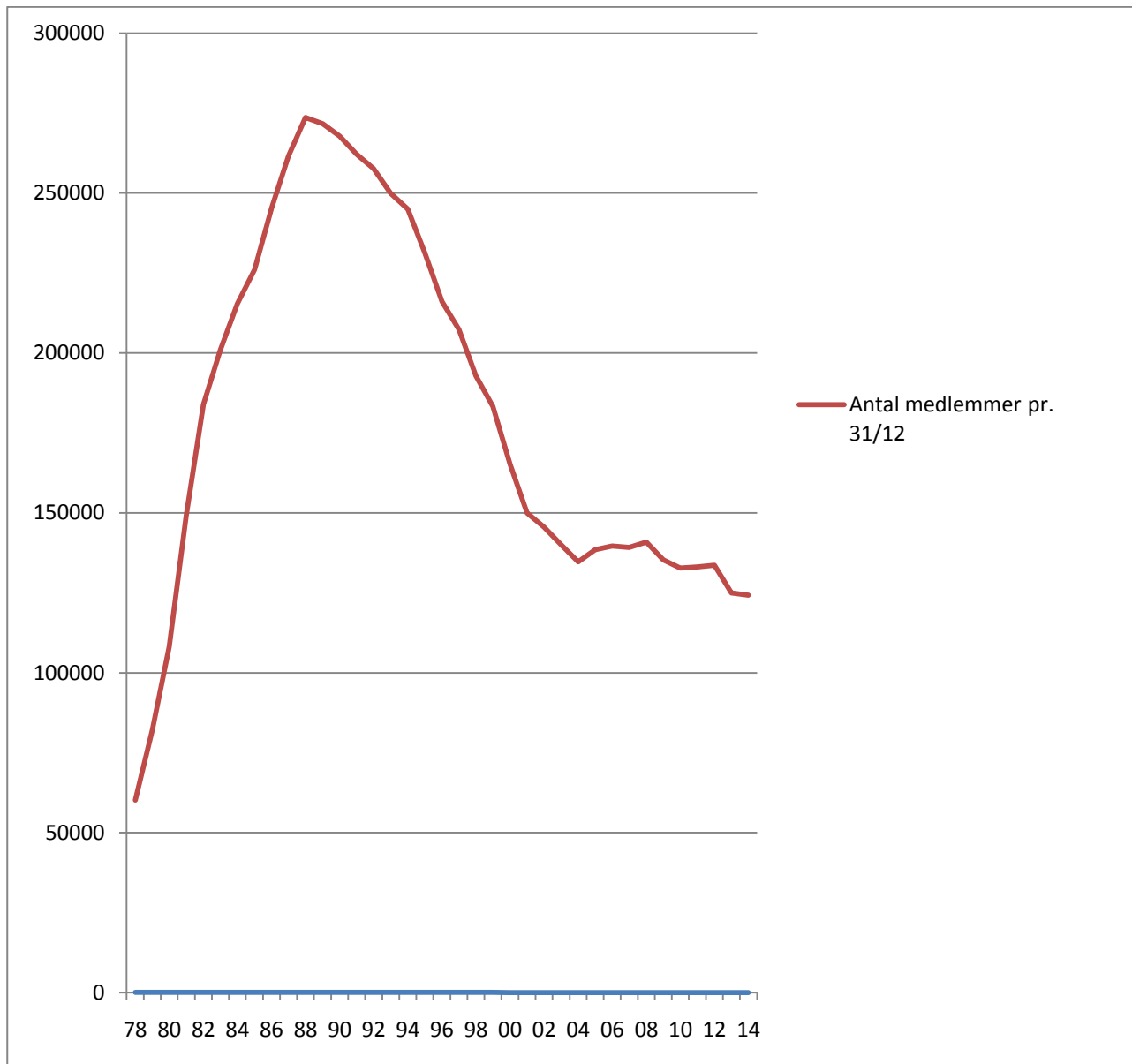
DN's økonomi hviler i høj grad på medlemsindtægterne – i 2015 budgettet er det således 61,5 mio. kr. ud af indtægter på 79 mio. kr., eller 77,8 %, der kommer fra kontingenter. Reduktioner i medlemsindtægterne vil derfor ikke uden videre kunne forventes opvejet af andre indtægter og må derfor nødvendigvis udløse reduktioner i DN's aktiviteter.

Ud over de økonomiske argumenter imod forslaget, er der yderligere det argument, at der i 2015 budgettet rent faktisk er afsat 4 mio. kr. til kampagner – og det vil være fornuftigt først at se disse gennemført, og evaluere, hvilken effekt de må have på medlemstilgangen. Herefter vil det være relevant, at overveje om der skal skrues op eller ned på kampagnebudgettet alt efter deres effekt.

Som tidligere nævnt, er der ingen evidens for at annoncer skaffer medlemmer. Telemarketing er fortsat langt den væsentligste kilde til medlemstegning i DN, men sideløbende hermed undersøges løbende alternative hverveformer i håbet om at finde andre effektive og gerne billigere hvervekanal – vedlagte [bilag 3](#) viser, hvilke forsøg der er gennemført i 2014 og med hvilket resultat – og det illustrerer, at der med disse forsøg ikke er fundet et reelt alternativ til telemarketing, som Hovedbestyrelsen således anbefaler, at DN fortsat benytter og med et ikke reduceret budget, da Hovedbestyrelsen prioriterer et stabilt og højt medlemstal og en sund økonomi.

I 2013 gennemførte DN i øvrigt en skarp annonsekampagne – det grønne opråb – og uagtet denne var der jf. [Bilag 2](#) medlemstilbagegang dette år, som direkte kunne henføres til, at telemarketing var reduceret og kampagnen ikke gav nye medlemmer. I 2014/15 er "Det er noget lort" kampagnen blevet gennemført på de sociale medier uden at generere medlemmer af betydning (men til gengæld blev der skaffet underskrifter til fordel for det rene drikkevand).

BILAG 1: Medlemstal 1978 til 2014



BILAG 2: HVORFRA KOMMER MEDLEMMERNE ?

	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Medlemstegnere	1.788	2.604	2.731	3.855	4.903	6.112	7.548	8.763	8.381	9.044
Egen indmeldelse	138	317	296	167	297	286	236	372	524	538
Hjemmeside	794	525	582	834	633	812	820	796	790	774
Spot- og groupondeals	488	-	73	960	1.340	39	-	1.847	2.211	773
Charity Guard	5.915	3.938	7.222	7.341	3.515	2.884	6.499	1.514	68	516
F2F	1.860	-	-	118	175	702	-	768	2.498	5.560
MGM	134									
Gratis	89	740	266	434						
Medlemstilgang	11.206	8.124	11.170	13.709	10.863	10.835	15.103	14.060	14.472	17.205
Medlemsfrafald	11.866	16.974	10.626	13.295	13.975	16.400	13.460	14.521	13.268	13.440
Medlemstal	124.253	124.913	133.662	133.118	132.704	135.285	140.850	139.207	139.668	138.464
frafald i % af medlemstal	10	14	8	10	11	12	10	10	9	10
Kontingentindtægter kr.	60.854.224	59.667.432	61.039.000	59.605.000	57.646.000	52.978.000	48.431.000	44.920.000	42.987.000	40.282.000
Månedsgaveindtægt kr.	41.714.820	40.047.539	38.247.966	36.126.685	32.309.606	26.699.000	20.270.000	15.881.000	13.477.000	9.962.000
månedsgave i procent af total	69	67	63	61	56	50	42	35	31	25
indtægt pr. medlem kr.	490	478	457	448	434	392	344	323	308	291
Antal Månedsgaveydere	53.069	51.547	52.040	48.099	47.068	43.043	37.979	27.244	24.542	19.393
Antal på PBS	102.458	105.876	108.548	107.705	105.062	99.190				

BILAG 3: Medlemstegningstests i 2014

Uddeling af 10.000 frankerede postkort ved affaldsindsamling. Lodtrækning for deltagere	10.000 kort. 1000 retur	61 tegnet 32 betalende medlemmer	
Uddeling af 6.500 postkort ved Naturens Dag – tilbud om et års medlemskab for 100 kr.	6.500 kort	7 nye medlemmer betalt	
Bedre indmeldelsesmulighed på dn.dk	2013 2014	533 medlemmer 794 medlemmer	
Member-get-Member: annoncer i 4 numre af N&M, nyhedsbrev, flyer	Antal tegnet 171	127 betalende medlemmer	
Deternogetlort.dk 27.000 under-skrifter Mail opfordring til indmeldelse til 1.562 emner Mail opfordring til bidrag til 5.343 Telemarketing til 9.519		2 betalende medlemmer 12 bidrag 1.085 betalende medlemmer	
Husstandsmedlemmer: annonce i N&M 3 og 4 under lederen, nyhedsbrev, mail til 6.624 medlemmer med to navne		56 betalende medlemmer	
Spot-deal: tilbud om 1 års medlemskab og 2 billetter til Zoo for 175 kr.	358 testede ½ år	29 betalende efter det halve år	
Telefonisk gentegning af udmeldte fra 2012	3.175 emner	180 betalende (5,7%)	
Telefonisk gentegning af udmeldte fra 2010	4.413 emner	259 betalende (5,8%)	