

BELEIDSPLAN STICHTING LEVENDE HAVE 2015-2017

Stond de start van 2015 in het teken van de stopzetting van het magazine Levende Have, in de periode 2015-2017 zal de stichting Levende Have zich verder volledig concentreren op het optimaliseren van de website en het genereren van inkomsten.

Organisatie

De Stichting Levende Have bestaat anno 2015 uit een bestuur van vier personen en vrijwilligers die in aanmerking komen voor een vrijwilligersvergoeding: Jan Smit (beeld en webshop), Jinke Hesterman (directie en hoofdredactie), Jeannette Hollander (administratieve ondersteuning). Voor het technisch beheer van de website wordt gebruik gemaakt van de diensten van Van Eldijk, voor de boekhouding van Joost Visser en voor het onderdeel Affiliates met Binggle media.

Speciale aandacht zal in 2015-2017 uitgaan naar degenen die vragen van bezoekers beantwoorden. Zij doen dit geheel belangeloos. Hun inzet is op een belangrijk onderdeel van de website zeer waardevol. Bekeken zal worden hoe de Stichting haar waardering voor deze mensen tot uitdrukking kan brengen.

Een aantal bestuursleden heeft te kennen gegeven na ruim tien jaar trouwe dienst ermee te willen stoppen. De Stichting gaat op zoek naar nieuwe bestuursleden die naar verwachting in 2017 zullen aantreden.

Afwikkeling magazine

Stopzetting van het magazine had vrijwel geen negatieve financiële gevolgen, mede dankzij de overdracht van het abonneebestand aan de Stichting Kleindier Publicaties. Alle abonnees waarvan we een emailadres hadden, zijn benaderd om gedurende een jaar gratis vriend te worden van het Landelijk Kennisnetwerk Levende Have. Daarnaast ontvangen ze gedurende de resterende abonnementsperiode het tijdschrift Boerenvee.

Optimaliseren van website

De bezoekersaantallen zijn sinds 2015 gegroeid. De website trekt aan het begin van 2015 tussen de 2000 en 3000 bezoekers per dag, een toename van 25 % ten opzichte van voorgaande periode. Opvallend is dat met de toename van het aantal bezoekers de gemiddelde verblijfsduur afneemt en het bouncepercentage toeneemt. Het bouncepercentage is in zeven jaar tijd gestegen van 40 naar 71. Dat is niet alleen negatief. Het kan ook te maken hebben met het feit dat mensen in 1 keer op onze website vinden wat ze zoeken. Maar dit vergt wel nader onderzoek van bezoekersstromen (in – en uitstapmomenten, welke pagina's?) dat in 2015 gaat plaatsvinden om in 2016-2017 verbeteringen te kunnen aanbrengen. Het aantal ontvangers van de nieuwsbrief is al tijden stabiel rond de 4000. Onderzocht gaat worden hoe we meer mensen kunnen interesseren voor de nieuwsbrief.

De jaren 2015 - 2017 zullen ook worden besteed aan het overzetten van de content uit het magazine naar de website. Dit betekent onder meer: up tot date maken van wiki's, hetgeen gewaardeerd zal worden door Google.

Inkomsten

1. Webshop

De webshop genereert een constante omzet van circa €10.000 en zal ook in 2015 en 2016 rond dat bedrag uitkomen. Het is nog steeds zoeken naar geschikte producten die niet al te hoge verzendkosten met zich meebrengen. In 2015 is de Stichting Levende Have benaderd door een leverancier van oormerken en bolussen. Dat kan tot een interessante samenwerking leiden. Ook zal

in 2016 het varkensboek van Jan Smit en Jinke Hesterman verschijnen. Verwacht mag worden dat dit boek een impuls geeft aan de webshopverkoppen.

2. Vrienden

Alle abonnees waarvan we een emailadres hadden, zijn benaderd om gedurende een jaar gratis vriend te worden van het Landelijk Kennisnetwerk Levende Have. Dat heeft de lijst met vrienden in een keer doen groeien met 500. Hun vriendschap duurt tot 2016. Dan zullen ze worden benaderd om tegen betaling van €10, €15 of €25 voor de duur van een jaar vriend te worden.

3. Banners en bedrijvengids

Banners en de bedrijvengids op onze website zijn een prima instrument voor bedrijven om onder de aandacht te komen van hun doelgroep. Na een periode van stilstand in de advertentieacquisitie vanwege het stoppen van het magazine, wordt in 2015 de draad weer opgepakt. Bij de acquisitie zullen in eerste instantie alle trouwe adverteerders van Levende Have worden benaderd. Daarna zullen nieuwe adverteerders worden benaderd. Probleem zijn de zogeheten adblockers. Deze kunnen omzeild worden door de adverteerders op de website een pagina te geven met mogelijkheid tot doorlinken.



4. Affiliates

De Stichting Levende Have werkt samen met Binggle media aan de ontwikkeling van affiliates. De grote aantallen bezoekers en de samenstelling van de doelgroep maakt deze vorm van marketing zeer aantrekkelijk. Binggle heeft veel ervaring op dit gebied. Ze werken op basis van no cure no pay.

5. ANBI

De Stichting Levende Have vraagt in 2015 de ANBI status aan. Giften aan de stichting worden daarmee voor de gevers aftrekbaar.

Voorwaarde is dat de activiteiten van de stichting voor meer dan 90% het algemeen belang dienen. Dat is nu het geval, aangezien het uitgeven van een magazine is komen te vervallen. Het algemeen belang moet het bestaansrecht van de stichting vormen. Commerciële activiteiten zijn toegestaan, mits die het algemeen belang dienen.