

# STYRETS OG STYRELEDERES BERETNING FOR FORENINGSÅRET 2018

## Oppsummering:

Året 2018 har vært tilfredsstillende med hensyn til utvikling i faglig nivå, administrasjon og økonomi. Med tanke på antall medlemmer har det også i 2018 vært et lite frafall. Antall betalende medlemmer er redusert fra 742 i 2017 til 713 i 2018. Når det gjelder seminarvirksomheten har det i 2018 vært gjennomført 6 aktiviteter (11 i 2017) med 492 deltakere (629 i 2017). På MAD – dag og kveld totalt, var det 263 påmeldte (283 i 2017). Gjennomgående får foreningen gode tilbakemeldinger på kvalitet på seminarene. Styret er meget tilfreds med det arbeidet som legges ned i Analysen.

Styrets arbeid vil i tiden fremover fortsatt dreie seg om å gjøre foreningen mer relevant og mer synlig, og gjennom dette rekruttere flere medlemmer og seminardeltakere. Økt relevans dreier seg om flere ting. En av disse tingene er at foreningen blir dyktigere til å rekruttere og engasjere medlemmer som er faglig opptatt av de digitale informasjonsstrømmer og analyse av disse for bruk i markedsføring, både strategisk og taktisk. Økt synlighet dreier seg om å være mer tilstede og mer engasjerende i ulike arenaer. Særlig vekt vil foreningen legge på å arrangere seminarer for brukere av markedsanalyse hvor den forretningsmessige verdien av markedsanalyse synliggjøres. En annen veldig viktig ting er at foreningen er tydeligere på hvilken rolle man spiller i markedet og hvem man er tilstede for.

Styrets mål er fremdeles å øke antall deltakere og deltakernes delaktighet på seminarer og andre møteplasser, men vi skal også være mye mer relevante og tydelige på vår rolle i markedet. Styret mener foreningen kan spille en viktig rolle i fagmiljøet for markedsanalyse, men også andre fagområder hvor analyse er viktig i fremtiden.

Styret vil fortsette å jobbe aktivt for å skape interessante seminarer i samarbeid med lederne av faggruppene. Analysen er et annet viktig virkemiddel for å øke antall deltakere. I tillegg vil vi se på muligheten for å utvide vårt tilbud til medlemmene.

Økonomien er under kontroll og styret kan bruke tid og energi på å skape faglig og sosialt engasjement for medlemmene.

## 1. Styrets arbeid

Styret har avholdt 4 styremøter i foreningsåret 2018. Hovedoppgavene til styret har vært sikring av en fremtidig sterk og konkurransedyktig forening med solid økonomi, koordinering med faggruppene, seminaraktivitetene og Analysen.

Styret har i tillegg sammen med faggrupeledere, redaktør for Analysen og administrasjonen gjennomført den årlige strategisamlingen hvor en strategiprosess som skal bidra til å tydeliggjøre NMF sin rolle i markedet er igangsatt.

Styret retter en stor takk til samtlige tillitsvalgte og frivillige for omfattende og profesjonell dugnadsinnsats. Seminarvirksomheten er av stor faglig og sosial interesse for foreningens medlemmer og av økonomisk betydning for foreningens økonomi. Eva takkes også for utmerket innsats.

### Sammensetningen av styret har vært:

Styremedlemmer:

Rachel Øverås (styreleder)

Eva Hagan

Thea Fredheim Lian

Thomas Storheill

Jørgen Hafstad Bang

Jørn Olsen

Varamedlemmer:

Anders Mamen

Heidi Thomassen

## **2. Administrasjon**

Eva Rasmussen er daglig leder av foreningen og har med sin 80 % stilling full kontroll på driften. Eva er selve motoren i foreningen og vi takker henne stort for det arbeidet hun gjør.

## **3. Analysen**

Analysen har gitt ut to utgaver i 2018, det aller meste av det redaksjonelle er basert på frivillig arbeid. Redaktører er Christina Smitt (Carat) og Vikki Walle-Hansen (Opinion).

Cox AS har stått for layout, produksjon og utsendelse av bladet. Annonsealget har sekretariatet og Cox AS vært ansvarlige for. Analysen gir foreningen god merkevareprofilering og er attraktiv både for medlemmer og annonsører.

Redaksjonens sammensetning ved utgangen av året: Christina Smitt (Carat) (Redaktør), Vikki Walle-Hansen (Opinion) (Redaktør), Line Wegner Hausken (GFK), Anette Smauguet (Bouvet), Arild Sæle (Ipsos), Marte Øiene (Norstat), Ragnar Madsen (Cox),

## **4. Faggrupper**

Foreningen har hatt tre faggrupper som igjennom året som har tilrettelagt og arrangert seminarer med unntak av Markedsanalysens Dag som består av en egen MAD-komiteé hvert år. Det faglige nivået har vært meget høyt og evalueringsresultatene gode. Samlet skal frokostmøter, kurs og heldagsseminarer gi en bredde som gjør medlemskap i foreningen attraktivt

Styret har imidlertid erkjent at modellen for faggrupper ikke har fungert optimalt. Dette har vært en erkjennelse etter flere års vurdering. Styret har nå jobbet ut en ny modell for å sikre økt seminaraktivitet.

### Faggruppenes sammensetning ved utgangen av året:

ATFERDSANALYSE: Asle Fagerstrøm (går ut som leder), Jesper Haugan, Atle Følgesvold, Ragnhild Eg, Cathrine Von Ibenfeldt, Even Landseng  
B2B: Anders Mamen (leder), Øyvind Brekke, Geir Tommy Hoset

B2B: Anders Mamen (leder), Øyvind Brekke, Geir Tommy Hoset

MEDIA: Heidi Thomassen, Alexander Eidsæter, Rachel Øverås, Eva Rasmussen

MADkomiteen: Anders Mamen (leder), Maria Heimisdottir Brennodden, Nina Berg, Marianne Nipe, Thea Fredheim Lian, Christian Nordby Bø, Eva Rasmussen

## 5. Kurs og seminar

De fleste av NMFs seminarer avholdes nå i Kongensgate 6 hvor vi er så heldig å ha tilgang til et auditorium uten annen kostnad enn servering. De seminarene som ikke får plass der, arrangeres hovedsakelig hos Nationaltheatret Konferansesenter.

Oversikt over utvikling av arrangement og kursdeltakelse de siste årene:

	<u>Antall arrangement</u>	<u>Antall deltakere</u>	<u>Gj.snitt pr. møte</u>
2008	22	1.388	63,1
2009	23	1.281	55,6
2010	18	1.127	62,6
2011	14	884	63,1
2012	15	862	57,5
2013	14	732	52,3
2014	16	786	49,1
2015	13	682	52,5
2016	14	753	53,8
2017	11	629	57,2
2018	6	492	82

Oversikt over gjennomførte arrangement i 2018:

<b>Dato</b>	<b>Tittel</b>	<b>Seminar</b>		<b>Ansvarlig</b>	<b>Antall deltakere</b>	<b>Score</b>
8.nov.	MAD2018	Heldag	Betalt	MADkomiteen	163 + 100 (kveld)	4,3
20.sept	Folks Medievaner	Heldags	Betalt	Media	68	4,5
23.mai	Norsk Kundebarometer	Frokost	Gratis	B2B	24	4,3
22.mar.	Kundeopplevelser og -reiser	Frokost	Gratis	B2B	40	4,9
14.mar.	Årsmøte i NMF	Ettermiddag	Gratis	NMF	6	
29.jan.	Effektmåling av digitale flater	Frokost	Gratis	Adferdsanalyse	23	4,6

## 6. Medlemsstatistikk

Antall medlemmer har det siste året hatt noe nedgang

	Medlemmer (endring)	Bedriftsmedlemmer (endring)**
31.12.08	850 (-384) *	67 (-8)
31.12.09	836 (-14)	61 (-6)
31.12.10	833 (-3)	61 (0)
31.12.11	835 (+2)	59 (-2)
31.12.12	830 (-5)	55 (-4)
31.12.13	770 (-60)	51 (-4)
31.12.14	767 (-3)	51 (0)
31.12.15	766 (-1)	47 (-4)
31.12.16	749 (-17)	44 (-3)
31.12.17	742 (-7)	44 (0)
31.12.18	713 (-29)	37 (-7)

\*Vi redefinerte fra dette tidspunkt medlemmer som betalende medlemmer, noe som fikk store konsekvenser for medlemsantallet.

\*\* Bedriftsmedlemmer defineres som bedrifter som betaler kontingent for flere enn tre medlemmer og oppnår bedriftsrabatt

## 7. Komit er for klagesaker

Disiplin rkomit en og faglig komité for meningsmålinger har ikke hatt noen saker til behandling i 2018

Komiteenes sammensetning i 2018 var:

Disiplin rkomit :

Arild B. Sletner (leder)

Kristian Tolonen

Nils Kristian Skodje

Pernille Vermedal (vara)

Faglig komité for meningsmålinger:

Magne Rideng (leder)

Janneke Tran s Hjorth

 isten Wahl

Hans-Peter Wøien (vara)

## **8. Det norske marked for omsetning av markedsanalyse**

VIRKE har ansvaret for innsamlingen av data til omsetningsstatistikken. Innsamlingen er foretatt blant de byråene som var byråmedlemmer pr. 01.01.2017. For å få en riktig bruttoomsetning for bransjen samlet, er det fratrukket for dobbelt omsetning, dvs. fakturering mellom byråene. Omsetningstallene for 2017 viser at bransjens totale omsetning var 842,5 mill kroner mot 837,2 mill kroner i 2016. Oversikt over utviklingen i totalmarkedet de siste 10 årene:

2008 (rev.)	921,5 mill kroner (22 byråer – medlemmer av byrågruppen)
2009	847,3 mill kroner (22 byråer – medlemmer av byrågruppen)
2010	883,4 mill kroner (21 byråer – medlemmer av byrågruppen)
2011	888,7 mill kroner (21 byråer – medlemmer i VIRKE + de som var med for 2010 for å kunne sammenligne med fjoråret)
2012 (rev)	857,8 mill kroner (18 byråer - medlemmer i VIRKE + aktuelle for sammenligning)
2013 (rev)	863,0 mill kroner (16 byråer – medlemmer i VIRKE + aktuelle for sammenligning)
2014	855,2 mill kroner (16 byråer – medlemmer i VIRKE + aktuelle for sammenligning)
2015 (rev)	816,8 mill kroner (14 byråer – medlemmer i VIRKE + aktuelle for sammenligning)
2016 (rev)	837,2 mill kroner (14 byråer – medlemmer i VIRKE + aktuelle for sammenligning)
2017	842,5 mill kroner (14 byråer – medlemmer i VIRKE + aktuelle for sammenligning)

Resultatene fra 2017 er hentet fra artikkel publisert i Analysen nr. 1.2018.

## **9. Årets Markedsanalytiker**

Prisen ”Årets Markedsanalytiker” gikk denne gangen til Marius Torsvik:

Marius Torsvik blir beskrevet som en markedsanalytiker som hever fagfeltet og fremmer markedsanalyse som fagfelt og metode. Han er synlig i sin virksomhet og fronter sitt fagfelt.

Han fremstår som en tydelig autoritet i konsernet, og har et bredt kontaktnett. Marius Torsvik er en aktiv foredragsholder internt. Han er en ydmyk person som er lite opptatt av personlig prestisje, men som fokuserer på å støtte andre.

Faglig har han virkelig bidratt til å bruke analyse som utgangspunktet for innsikt inn i viktige forretningsmessige tiltak i bedriften. Hans styrke er at han kombinerer teoretisk forståelse for markedsanalyse med sterk praktisk forståelse for Gjensidige og dyp forretningsinnsikt. Han kombinerer ulike datakilder og leverer brede analyser basert på et bredt spenn av metodikk.

Marius Torsvik jobber til daglig i privatmarkedet i Gjensidige som fagansvarlig for markedsanalyse.

## **10. Økonomi**

Det ble for 2018 budsjettert med en omsetning på ca. kr 1,93 mill. og et underskudd på kr. 129 432. Vi endte med en omsetning på nesten kr. 1,7 mill. og et overskudd på kr. 147.069. Balansen viser en egenkapital i foreningen på kr. 1.192.533 ved utgangen av 2018 som er en god buffer og gir rom for investeringer til å videreutvikle foreningen