



Koningin

**Sophia-Vereeniging**

tot Bescherming van Dieren



# Jaarplan 2015

**Koningin Sophia-Vereeniging tot Bescherming van Dieren**

Koningin Sophia-Vereeniging  
tot Bescherming van Dieren  
Nieuwezijds Voorburgwal 153  
1012 RK Amsterdam  
020 - 623 61 67  
info@sophia-vereeniging.nl  
www.sophia-vereeniging.nl



# Inhoudsopgave

<b>Inleiding</b>	<b>2</b>
<b>1. Over de Koningin Sophia-Vereeniging tot Bescherming van Dieren</b>	<b>3</b>
<b>2. Huisdieren beschermen</b>	<b>5</b>
2.1 Natuurlijk gedrag	5
2.2 Aanschaf	5
2.3 Activiteiten	6
2.4 Voorlichting en politieke lobby	6
<b>3. Thema A: Natuurlijk gedrag</b>	<b>9</b>
3.1 Eenzaamheid	9
3.2 Sophia SnuffelCollege	11
3.3 Rasdieren	12
3.4 Positieflijst	14
3.5 Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media	15
<b>4. Thema B: Aanschaf</b>	<b>16</b>
4.1 Huisdierenoverschot	16
4.2 Doden van huisdieren	17
4.3 Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media	18
<b>5. Fondsenwerving</b>	<b>20</b>
5.1 Particuliere markt	20
5.1.1 Nieuwe leden en donateurs werven	20
5.1.2 Werving via eigen leden en donateurs	22
5.2 Institutionele markt	23
<b>Nawoord</b>	<b>25</b>

## Inleiding

In dit jaarplan presenteert de Sophia-Vereeniging de activiteiten die zij in 2015 zal ontplooiën ten behoeve van het welzijn van huisdieren. Zo kunnen de rasdieren rekenen op onze inzet voor betere dierenbeschermende wetgeving, evenals de dieren die niet geschikt zijn om als huisdier gehouden te worden. Ook voeren we campagne om het enorme aantal katten dat in de marge leeft terug te dringen, bestrijden we solitaire huisvesting van sociale dieren en geven we les over een veilige omgang met honden.

In de afgelopen periode is de behoefte ontstaan om duidelijker richting te geven aan de middelen die de vereniging inzet in haar streven naar een samenleving waarin huisdieren naar hun eigen aard met mensen kunnen leven. Om het beleid aan te scherpen, werd gestart met een themagerichte werkwijze waarbij alle activiteiten vallen onder de thema's 'Aanschaf' en 'Natuurlijk gedrag'. Ook werd besloten om afscheid te nemen van de activiteiten voor zwerfdieren en afstand te doen van het submerk 'Sophia KattenBond'. De activiteiten voor katten vallen sindsdien onder de eigen naam 'Sophia-Vereeniging'.

De herinrichting van de activiteiten had niet alleen een inhoudelijke, maar ook een financiële reden. Tegenvallende inkomsten uit nalatenschappen en beleggingen zorgden al enkele jaren voor een begrotingstekort. Om uit deze zorgelijke financiële situatie te geraken, werd eind 2013 een organisatiebrede heroriëntatie in gang gezet, waarbij het aantal fte's werd teruggebracht van 6,2 naar 4,9 en de themagerichte werkwijze werd gekoppeld aan een modulaire begrotingsstructuur: de activiteiten worden in de basis gefinancierd uit de algemene baten van de vereniging, gerichte fondsenwerving biedt de mogelijkheid om de activiteiten een aanvullende financiële impuls te geven en uit te breiden.

Een degelijke financiële basis is vereist om aan het hoge ambitieniveau te kunnen blijven vasthouden. Optimalisatie van de balans tussen activiteiten en inkomsten zal ook in 2015 belangrijk zijn. De uitgaven worden nauwlettend in de gaten gehouden en het verwerven van nieuwe inkomsten blijft prioriteit houden, waarbij gestreefd wordt naar een budgettair neutrale begroting. In 2015 zal een risicoparagraaf worden opgesteld met daarin de mogelijk te nemen maatregelen bij een dreigend begrotingstekort. Zo kan de continuïteit van de Sophia-Vereeniging gewaarborgd worden en kan zij ook in de toekomst positieve bijdragen leveren aan het welzijn van huisdieren met activiteiten waarin de kracht uit het verleden is gecombineerd met de eisen van het heden en de kansen van de toekomst.

*Steffie van Horck, directeur  
November 2014*

# 1. Over de Koningin Sophia-Vereeniging tot Bescherming van Dieren

Opgericht in 1867 door de lijfarts van koningin Sophia, echtgenote van koning Willem III, behoort de Sophia-Vereeniging tot de oudste dierenbeschermende organisaties van Nederland. Vanuit haar kantoor in de historische binnenstad van Amsterdam zetten bestuur, ledenraad, vrijwilligers en medewerkers zich in voor een beter dierenwelzijn en groei van de organisatie. Sinds 2009 richt de Sophia-Vereeniging zich exclusief op het beschermen van huisdieren in Nederland.

De Sophia-Vereeniging bestaat in 2015 uit een bestuur en een ledenraad, een directeur en zes medewerkers, ondersteund door circa honderd vrijwilligers. Er zijn zo'n 3.300 leden en een gestaag toenemend aantal belangstellenden volgt de organisatie via de sociale media en het digitale Sophi@-Nieuws.

## **Bestuur**

Het bestuur van de Sophia-Vereeniging bestaat uit voorzitter Joachim Nieuwland, penningmeester Ernest Jan Haverkamp, secretaris Anita Verstegen en de algemene leden Karen Hoekstra en Marlies Vandersmissen. Verschillende functieprofielen zijn in het bestuur vertegenwoordigd: een dierenarts, een financieel specialist, een notaris, een jurist en een marketing- en communicatiespecialist. Het streven is om het bestuur in 2015 aan te vullen met een bestuurslid fondsenwerving. Het bestuur is actief betrokken bij de organisatie en beslist over het beleid en de algemene strategie. Minimaal acht keer per jaar komen de bestuursleden bijeen om de voortgang van de activiteiten en het budget te toetsen. Dit gebeurt ieder kwartaal op basis van voortgangs- en budgetrapportages.

## **Ledenraad**

De ledenraad, die op dit moment bestaat uit voorzitter Wilianne Schilstra, secretaris Renske van der Star en de leden Steven de Bruijn en Edith Smits, heeft een adviserende functie en benoemt nieuwe bestuursleden. Tijdens de Algemene Ledenvergadering (ALV) in het voorjaar legt het bestuur verantwoording af en wordt haar decharge verleend, nadat de ledenraad hierover advies heeft uitgebracht. In 2014 is een kandidaat-ledenraadslid aangetrokken, Diana Hellinga, die tijdens de ALV zal worden voorgedragen voor benoeming. In 2015 wordt actief gezocht naar nieuwe kandidaten, zodat – net als in het bestuur – kennis voorhanden is over onder meer diergeneeskunde, juridische kwesties, financiën en fondsenwerving.

## **Directie**

De directeur is Steffie van Horck. Zij is verantwoordelijk voor de ontwikkeling van het beleid, de strategie en de uitvoering van de activiteiten. Voorafgaand aan het nieuwe kalenderjaar concipieert de directeur een jaarplan en jaarbegroting. Beide stukken worden ter goedkeuring aan het bestuur voorgelegd, aangevuld en aangepast. Nadat de stukken zijn goedgekeurd, is de directeur autonoom in haar initiatieven, voor zover deze passen binnen de parameters van jaarplan en budget.

## **Medewerkers**

De medewerkers van de Sophia-Vereeniging worden aangestuurd door de directeur. Zij worden in de uitvoering van hun taken bijgestaan door circa honderd vrijwilligers, die actief zijn binnen het Sophia SnuffelCollege, de Sophia DierenSpreekuren en op kantoor. Ook stagiairs helpen mee op kantoor en verlenen assistentie bij de verschillende activiteiten. Vrijwilligers en stagiairs ontvangen een vergoeding voor daadwerkelijk gemaakte onkosten. In 2015 wordt deze werkwijze voortgezet.

Per 1 januari 2015 zijn in dienst:

- Steffie van Horck, directeur
- Kitty Willems, communicatiemanager
- Frank Wassenberg, beleidsmedewerker en lobbyist
- Yvonne Stroomer, campagnecoördinator en projectleider
- Nadine Goudsmit, officemanager en projectmedewerker
- Jon Blok, marketingmanager
- Leander Hansen, fondsenwerver en communicatiemedewerker

De huidige functieprofielen en bijbehorende fte's passen inhoudelijk en strategisch bij het te voeren beleid in 2015.

## **Achterban**

Met haar achterban communiceert de Sophia-Vereeniging via de sociale media, het kwartaalblad *Dierenhulp*, de website en de digitale nieuwsbrief *Sophi@-Nieuws*. Het doel is om lezers voorlichting te geven, te informeren over de activiteiten en hun binding met de organisatie te vergroten.

## 2. Huisdieren beschermen

Met het motto ‘Dieren begrijpen is dieren beschermen’ komt de Sophia-Vereeniging exclusief op voor de belangen van huisdieren in Nederland, ook als die niet overeenstemmen met de belangen van hun eigenaren. Hierin is zij in Nederland uniek. De activiteiten van de Sophia-Vereeniging zijn gericht op de aanpak van de zogenaamde Vijf O’s: Onwetendheid, Onnadenkendheid, Onvermogen, Onverschilligheid en Onwil, die oorzaak zijn van een verkeerde omgang met huisdieren:

- **Onwetendheid** over wat een adequate verzorging van dieren inhoudt en over het natuurlijke gedrag van huisdieren;
- **Onnadenkendheid** bij de aanschaf van een huisdier, waardoor geen rekening gehouden wordt met de consequenties die het verzorgen van een huisdier met zich meebrengt;
- **Onvermogen** om een dier te verzorgen, bijvoorbeeld door financiële problemen, gezinsuitbreiding, gezondheidsproblemen of tijdsgebrek;
- **Onverschilligheid** over de gezondheids- en welzijnsproblemen die het gevolg zijn van een verkeerde verzorging of huisvesting van een huisdier;
- **Onwil** om een huisdier goed te behandelen: het dier wordt verwaarloosd, mishandeld of gedood.

### 2.1 Natuurlijk gedrag

In situaties waarbij onwetendheid, onnadenkendheid en onvermogen aan de basis liggen van het welzijns- of gezondheidsprobleem van het huisdier, biedt de Sophia-Vereeniging voorlichting. De aard van het dier en het natuurlijke gedrag staan hierbij centraal. Want hoe gedomesticeerd (sommige) huisdieren ook zijn, alle huisdieren lijken in hun gedrag en behoeften op hun verre voorvaderen. Alleen als de eigenaar beschikt over de juiste informatie over de natuurlijke behoeften van zijn dier en bereid is de leefomgeving van en zijn omgang met het dier hierop in te richten, kan een huisdier een goed welzijn geboden worden en kunnen gevaarlijke situaties worden voorkomen.

Voor veel dieren is het echter onmogelijk om in gevangenschap hun natuurlijke gedrag te vertonen. Met politieke lobby komt de Sophia-Vereeniging op voor deze dieren, die ongeschikt zijn als huisdier en vaak ten prooi vallen aan onnadenkendheid, onwetendheid of zelfs onverschilligheid. Hetzelfde geldt voor rasdieren die door hun extreme uiterlijk gehinderd worden in hun natuurlijke gedragsrepertoire.

### 2.2 Aanschaf

Naast het gebrek aan rekenschap met het natuurlijke gedrag van dieren, zijn de misstanden rondom de aanschaf van en handel in huisdieren een groot probleem. Zo stimuleert de verkoop van dieren via het internet, dierenwinkels en tuincentra ondoordachte aankopen, met ernstig dierenleed tot gevolg. Bovendien leidt de vraag naar jonge dieren tot een enorm overschot aan dieren die gedoemd zijn tot een leven in de marge. Door mensen voor te lichten

over de consequenties van de aanschaf van een huisdier, kunnen onnadenkendheid, onwetendheid en onvermogen bestreden worden en kan dierenleed worden voorkomen.

Ook aan de verkoperskant van de huisdierenhandel vindt veel dierenleed plaats. Vaak is daar sprake van onwil en onverschilligheid, waarbij het geldelijk gewin ten koste gaat van het dierenwelzijn. Sommige (kernegezonde) dieren worden zelfs gedood omdat ze te weinig opleveren. Met politieke lobby streeft de Sophia-Vereeniging naar dierenbeschermende wetgeving voor de huisdierenhandel en -fokkerij en strenge regels omtrent geboortebeperving om het huisdierenoverschot substantieel terug te dringen.

## 2.3 Activiteiten

Sinds 2014 zijn ‘Natuurlijk gedrag’ en ‘Aanschaf’ de thema’s waarbinnen de activiteiten van de Sophia-Vereeniging worden uitgevoerd. Deze thema’s passen bij uitstek bij de missie van de vereniging: *De uiteindelijke doelstelling van de Sophia-Vereeniging is een samenleving waarin huisdieren naar hun eigen aard met mensen kunnen leven. Daartoe maakt de vereniging mensen bewust van de natuurlijke behoeften van dieren en verdedigt zij hun eigen waarde, die los staat van de waarde die ze hebben voor de mens. Alleen wanneer daar rekening mee gehouden wordt bij het houden, fokken en verhandelen van huisdieren, kan hen een goed welzijn geboden worden.*

In hoofdstuk 3 en 4 van dit jaarplan wordt beschreven hoe de thema’s ‘Natuurlijk gedrag’ en ‘Aanschaf’ het komende jaar worden vertaald in activiteiten. Samenvattend zal aan de volgende projecten en campagnes invulling worden gegeven:

### **Natuurlijk gedrag**

- Eenzaamheid
- Sophia SnuffelCollege
- Rasdieren
- Positieflijst
- Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media

### **Aanschaf**

- Huisdierenoverschot
- Doden van huisdieren
- Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media

## 2.4 Voorlichting en politieke lobby

De middelen die de Sophia-Vereeniging hanteert om de doelstellingen van haar activiteiten te bereiken, zijn voorlichting en politieke lobby.

### **Voorlichting**

Voorlichting geeft de Sophia-Vereeniging merendeels via gratis publiciteit: persberichten, opiniestukken, ingezonden brieven, de website en sociale media als Facebook en Twitter. Journalistieke aandacht in de geschreven pers, op televisie, de radio en het internet is het



meest efficiënte middel om informatie te verspreiden en het publieke debat te stimuleren. Met het opzetten van betaalde publiciteit is de Sophia-Vereeniging terughoudend. Adverteren is duur en de effectiviteit van een advertentie, commercial of banner is beperkt.

Net als in voorgaande jaren zullen persberichten over de activiteiten van de Sophia-Vereeniging in 2015 media-aandacht genereren. Extra aandacht zal besteed worden aan het meten van de online resultaten: waar offline media heldere oplages/kijkcijfers/luisteraars hebben, is het bereik op het internet lastiger te bepalen. Wel is bekend dat de voorlichting die via de eigen website wordt gegeven jaarlijks een half miljoen bezoekers bereikt. Streven is om de stijgende lijn in de bezoekersaantallen te continueren. Ook blijft de Sophia-Vereeniging actief op de sociale media om haar achterban van informatie te voorzien, bij projecten en campagnes te betrekken en in aantal te vergroten. Dit is mede van groot belang omdat de sociale media maatschappelijke trends weergeven en daarmee een graadmeter vormen voor het succes van de voorlichtende activiteiten van de Sophia-Vereeniging.

### **Wetgeving en politieke lobby**

De Sophia-Vereeniging zal zich in 2015 wederom inzetten voor adequate dierenbeschermingswetten en een strenge controle daarop. Het streven naar meer wettelijke bescherming voor dieren staat echter haaks op het huidige beleid, dat sinds de inwerkingtreding van de Wet Dieren in 2013 uitgaat van een terugtrekkende overheid. Met minder wettelijke regels ligt de verantwoordelijkheid voor dierenwelzijn voor een groot deel bij de sector zelf, terwijl daar de economische belangen vaak prevaleren boven de belangen van de dieren.

De Sophia-Vereeniging zet zich in om het tij te keren door beleidsmakers te informeren, vergaderingen van de Kamercommissie bij te wonen en bewindslieden aan te schrijven. Als kleine organisatie kan de vereniging effectieve lobby voeren door – in voorbereiding op een debat of overleg – heel gericht informatie te verstrekken aan Tweede Kamerleden. Dat leidt ertoe dat de informatie van de Sophia-Vereeniging door verschillende Kamerfracties wordt ingebracht tijdens het debat, waarmee de kans vergroot wordt dat haar standpunten worden overgenomen door de regering. Daarnaast draagt het publiceren van opiniestukken in de landelijke dagbladen bij aan het vergroten van het politieke draagvlak voor de standpunten van de organisatie.

Tevens participeert de Sophia-Vereeniging actief in de Dierencoalitie, samen met 16 andere dierenwelzijnsorganisaties. De Dierencoalitie verbetert de afstemming tussen dierenbeschermingsorganisaties, zoekt overlap in standpunten en stimuleert samenwerking. De activiteiten van dit samenwerkingsverband betreffen voornamelijk politieke lobby, maar ook het mobiliseren van de publieke opinie behoort tot de mogelijkheden. De Dierencoalitie heeft in 2014 besloten haar structuur en werkwijze te herzien. In 2015 wordt onderzocht of de vernieuwde werkwijze en samenstelling van de Dierencoalitie nog voldoende toegevoegde waarde heeft voor de Sophia-Vereeniging.

### **Strategie**

Met voorlichting en politieke lobby richt de Sophia-Vereeniging zich op de aanpak van de Vijf O's: onwetendheid, onnadenkendheid, onvermogen, onverschilligheid en onwil, die ten grondslag liggen aan het slechte welzijn en de slechte gezondheid van veel huisdieren. 'Natuurlijk gedrag' en 'Aanschaf' zijn de overkoepelende thema's waarbinnen de activiteiten van de vereniging verankerd zijn.

### **Missie**

De uiteindelijke doelstelling van de Sophia-Vereeniging is een samenleving waarin huisdieren naar hun eigen aard met mensen kunnen leven. Daartoe maakt de vereniging mensen bewust van de natuurlijke behoeften van dieren en verdedigt zij hun eigen waarde, die los staat van de waarde die ze hebben voor de mens. Alleen wanneer daar rekening mee gehouden wordt bij het aanschaffen, houden, fokken en verhandelen van huisdieren, kan hen een goed welzijn geboden worden.

### 3. Thema A: Natuurlijk gedrag

In Nederland worden ongeveer 30 miljoen dieren als huisdier gehouden: honden (1,5 miljoen), katten (2,9 miljoen), konijnen (940.000), knaagdieren (860.000), paarden (circa 400.000), vogels (2 miljoen) en vissen (16,2 miljoen). Daarnaast worden ook zo'n 5 miljoen reptielen, amfibieën en exoten gehouden, die daarvoor niet geschikt zijn. Het is onmogelijk om de huisvesting en verzorging van deze wilde dieren geheel af te stemmen op hun natuurlijke behoeften. Hierdoor kunnen zij hun soort specifieke gedragsrepertoire niet uitvoeren, met welzijnsproblemen tot gevolg. Voor vogels geldt hetzelfde: uitgaande van hun vliegbehoefte is zelfs een volière een te beperkte omgeving.

Voor de meeste dieren die in of rondom huis gehouden kunnen worden, geldt dat het soorten zijn die van nature in sociale verbanden leven en zich hebben weten aan te passen aan de leefwijze van mensen. Dit is nu juist wat bijvoorbeeld honden, katten en sommige knaagdierensoorten geschikt maakt als huisdier. Toch worden ook deze dieren vaak geremd in hun normale, natuurlijke gedrag. Dat kan leiden tot gedragsproblemen, stress en een vroegtijdige dood.

De leefomgeving is bepalend voor het welzijn van huisdieren, maar het is vaak moeilijk om de juiste omstandigheden te creëren. Bovendien hebben veel huisdiereigenaren te weinig kennis over de behoeften van hun dier, waardoor ze (onbewust) verkeerde voorzieningen bieden. Daarnaast weten veel mensen niet hoe ze het gedrag van een huisdier moeten interpreteren, waardoor een goede omgang met de dieren wordt belemmerd, gevaarlijke situaties kunnen ontstaan en alarmerend gedrag niet als zodanig wordt herkend.

Om mensen te helpen beter voor hun dier te zorgen, geeft de Sophia-Vereeniging voorlichting over de natuurlijke behoeften van de meest gehouden huisdieren. Want net als alle andere dieren heeft ook een huisdier het recht zich naar zijn aard te kunnen gedragen. Dieren begrijpen is dieren beschermen: met meer kennis over wat een dier nodig heeft en hoe het zich van nature gedraagt, zal de omgang substantieel verbeteren en daarmee het dierenwelzijn.

Via politieke lobby komt de Sophia-Vereeniging op voor de belangen van huisdieren, ook als die niet overeenkomen met het belang van de eigenaar. Dit geldt met name voor rasdieren, die door hun extreme uiterlijk beperkt worden in hun natuurlijke gedrag. Ook de dieren die niet geschikt zijn om als huisdier gehouden te worden, kunnen via deze weg rekenen op de hulp van de Sophia-Vereeniging.

#### 3.1 Eenzaamheid

*De meeste huisdieren zijn van nature groepsdieren, voor wie alleen voedsel en huisvesting onvoldoende zijn om een gezonde leefomgeving te creëren. Individueel houden en te weinig kwalitatieve aandacht is voor hen een bron van ongerief, met name voor diersoorten die oorspronkelijk in groepen leven als bescherming tegen roofdieren. Zij voelen zich onveilig en door een gebrek aan sociale prikkels ervaren ze verveling. Contact met soortgenoten is wat deze dieren nodig hebben. Andersom kan het geforceerd bij elkaar zetten van solitair ingestelde dieren ook tot stress leiden. Hoe de problemen zich uiten, verschilt sterk per diersoort.*

## **Sociale verwaarlozing**

Sociale verwaarlozing blijft gemakkelijk onopgemerkt. Enerzijds doordat het binnenshuis plaatsvindt, anderzijds omdat het niet erg zichtbaar hoeft te zijn. Een cavia in zijn eentje in een ruim, schoon verblijf met allerlei soorten voer en speeltjes geeft niet direct de indruk veel te missen, terwijl het dier ernstig in zijn welzijn wordt aangetast. Het probleem wordt door de Sophia-Vereeniging aangepakt met voorlichting: door huisdiereigenaren te informeren over de sociale behoeften van hun dier, vindt bewustwording plaats en wordt sociale verwaarlozing eerder her- en erkend. Op haar website geeft de vereniging uitgebreide informatie over de behoefte van huisdieren aan interactie met soortgenoten. Ook bij de Sophia DierenSpreekuren wordt veel aandacht besteed aan dit onderwerp.

## **Publiekscampagnes**

Naast voorlichting via haar reguliere kanalen, bracht de Sophia-Vereeniging de afgelopen periode jaarlijks een specifiek huisdier voor het voetlicht met een publiekscampagne. In 2009 waren dat de honden, 2010 stond in het teken van paarden, in 2011 werd een radiospotje uitgezonden op Kinderradio.fm over het belang van gezelschap voor konijnen. In 2012 konden kinderen deelnemen aan de Sophia KonijnenQuiz, waarbij zij werden voorgelicht over de verzorging en de sociale behoeften van deze dieren. In 2013 stimuleerde de vereniging hondeneigenaren om meer kwalitatieve tijd door te brengen met hun huisdier, onder meer door gratis de Sophia HondenFrisbee te verstrekken. Het afgelopen jaar werd een iets andere koers gevaren: in plaats van een campagne op te tuigen, werd het Sophia HuisdierenKwartet ontwikkeld. Door het spel te spelen leren kinderen hoe zij rekening kunnen houden met de sociale behoeften van huisdieren.

## **2015**

Ook in het komende jaar zal de Sophia-Vereeniging de eenzaamheidsproblematiek onder de aandacht brengen. Gebleken is echter dat het principe van een campagne rondom een diersoort per jaar niet goed werkt, omdat het onderwerp nauwelijks aansluit bij de belevingswereld van huisdiereigenaren en door de media als weinig relevant wordt ervaren. Enkel als er opzienbarend nieuws is te melden, bijvoorbeeld naar aanleiding van onderzoeksresultaten, wordt het onderwerp opgepikt door de media. Tevens kan het onderwerp op belangstelling rekenen als het aansluit bij actuele gebeurtenissen.

In 2015 zal de eenzaamheidsproblematiek actief gekoppeld worden aan de actualiteit, middels persberichten, ingezonden brieven en berichten die verspreid worden via de sociale media. Doelstelling is om ten minste 100.000 mensen te bereiken via de sociale media en 25 publicaties te behalen in landelijke en regionale dagbladen, (vak-)bladen, op relevante websites en in radio- en televisieprogramma's. Ondertussen wordt een enquête ontwikkeld en verspreid onder huisdiereigenaren om het sociale gedrag en de sociale leefsituatie van hun dier in kaart te brengen. De resultaten zullen worden gepubliceerd in 2016 en worden aangewend ter onderbouwing van de standpunten in de voorlichtende activiteiten van de Sophia-Vereeniging. Tevens kan de enquête zelf publiciteit genereren en onderwerp zijn van discussies op de sociale media.

Indien specifiek fondsen geworven worden om eenzaamheid bij huisdieren onder de aandacht te brengen, zal een voorlichtend filmpje gemaakt worden over de consequenties van solitaire huisvesting van sociale dieren, dat viraal verspreid wordt via de sociale media. Daarnaast worden voorlichtende middelen over het onderwerp ingezet, zoals het Sophia Huisdieren-Kwartet en een kinderboek over eenzaamheid bij konijnen.

## 3.2 Sophia SnuffelCollege

*In Nederland vinden jaarlijks 150.000 bijtincidenten plaats, vooral bij jonge kinderen. Een derde van de slachtoffers meldt zich bij de huisarts of de spoedeisende hulp. Een hondenbeet kan naast verminking een levenslang psychisch trauma veroorzaken. De hond in kwestie wordt vaak als onbetrouwbaar bestempeld en afgemaakt. Uit internationaal onderzoek is gebleken dat de kans op een hondenbeet met 86% afneemt als kinderen het gedrag van honden juist interpreteren en hun eigen handelen erop aanpassen.*

### **Veilig contact met honden**

Een veilige omgang tussen hond en kind, dat is het doel van het Sophia SnuffelCollege. Door kinderen het gedrag van honden te leren begrijpen, kunnen hondenbeten voorkomen worden en neemt angst voor honden af. Bovendien: als kinderen op jonge leeftijd leren veilig en respectvol met dieren om te gaan en dieren te erkennen als wezens met een intrinsieke waarde, zullen ze ook op latere leeftijd beter met dieren omgaan. Verwaarlozing van dieren en dierenmishandeling worden daarmee voorkomen.

### **Hond in de klas**

Het Sophia SnuffelCollege brengt kinderen in contact met een echte hond, die op geschiktheid getoetst is tijdens speciale testdagen. Hierin is zij al 23 jaar uniek in Nederland. In drie lessen wordt aan de laagste groepen van de basisschool uitgelegd hoe het gedrag en de lichaamstaal van een hond geïnterpreteerd moeten worden. Daarna ontvangen de kinderen een Snuffel-Diploma en een werkboekje met informatie voor hun ouders. Het Sophia SnuffelCollege kan elk jaar rekenen op veel media-aandacht, zodat de voorlichting verder reikt dan het klaslokaal. Op [SophiaSnuffelCollege.nl](http://SophiaSnuffelCollege.nl) kan bovendien het Sophia SnuffelSpel gespeeld worden, waarbij kinderen thuis kunnen oefenen in het veilig omgaan met honden.

### **Sophia SnuffelCollege in de multiculturele samenleving**

In 2013 werd het deelproject 'Sophia SnuffelCollege in de multiculturele samenleving' geïntroduceerd. Met name kinderen met een islamitische of hindoeïstische achtergrond blijken vaak erg bang voor honden, omdat zij minder bekend zijn met de hond als huisdier. Om hen over hun angst heen te helpen en op een positieve manier met dieren in aanraking te laten komen, werken de SnuffelVrijwilligers met aangepaste materialen en methoden op scholen waar meer dan de helft van de kinderen niet van Nederlandse afkomst is. Er is een speciale folder ontwikkeld in het Arabisch, Turks en Engels, zodat ook de ouders actief bij de lessen betrokken worden. Naar wens kan een aparte ouderles georganiseerd worden.

## 2015

Jaarlijks wordt er met zo'n vijftig actieve vrijwilligers aan 5.000 kinderen op honderd scholen een SnuffelDiploma uitgereikt. Om deze aantallen te handhaven en uitval van vrijwilligers en honden te compenseren, worden er ieder jaar in mei en juni hondentestdagen georganiseerd.

Ook de andere activiteiten binnen het Sophia SnuffelCollege vinden sinds 2014 in vooraf vastgestelde periodes plaatsvinden, zoals het werven van scholen en vrijwilligers (januari-april) en het opleiden van nieuwe vrijwilligers (juli). De scholenbezoeken zelf vinden met name plaats in het najaar, alsmede de vrijwilligers-/bijscholingsdag. Op die manier is de coördinatie en administratie van het Sophia SnuffelCollege behapbaar en worden de kosten beperkt. Ook kan er zowel regionaal als landelijk aandacht gevraagd worden voor het project omdat veel vrijwilligers tegelijkertijd werkzaam zijn in een afgebakende periode.

Deze structuur in de werkzaamheden binnen het project zal in 2015 nog strikter worden geïmplementeerd, zodat het aantal begeleidingsuren en daarmee de hoge kosten van het Sophia SnuffelCollege nog verder kunnen worden gereduceerd. Ondertussen zal een fondsaanvraag worden verstuurd met het verzoek een medewerker voor dit scholenproject te financieren. Naast de reguliere coördinatiewerkzaamheden, kan deze medewerker het Nationale Sophia SnuffelCollege opzetten: een jaarlijks evenement waarvoor ouders met angst voor honden worden uitgenodigd. Via de SnuffelVrijwilligers en het HondenSpreekuur komen immers op zeer regelmatige basis verzoeken binnen van ouders die om advies vragen over dit onderwerp.

Speciale aandacht zal de komende periode besteed worden aan de fondsenwervende capaciteit van het Sophia SnuffelCollege. In het verleden is het lastig gebleken extra inkomsten te genereren via scholen of om ouders te bewegen om lid te worden. De effectiviteit van de diverse fondsenwervende activiteiten in het verleden zal daarom worden onderzocht, evenals kansen die nog niet zijn benut, zoals het benaderen van klassenouders en een jeugdliedmaatschap.

### 3.3 Rasdieren

*In 2009 startte de Sophia-Vereeniging met politieke lobby om de problemen bij het fokken van rashonden aan de kaak te stellen. Extreme uiterlijke kenmerken veroorzaken veel leed en beperken dieren in hun natuurlijke gedrag: problemen met ademen, eten en drinken door een te korte snuit, problemen bij de voortplanting door een te gedrongen bouw, problemen met voortbewegen door te korte pootjes of een te lange rug. Ook is er vaak sprake van inteelt, met erfelijke afwijkingen zoals kanker en doofheid tot gevolg.*

#### **Onderzoek naar schadelijke raskenmerken**

De Sophia-Vereeniging zet zich in voor duidelijke overheidsregels voor het fokken met honden. Daaraan moet een verantwoord fokbeleid ten grondslag liggen dat niet het uiterlijk, maar het welzijn van de dieren centraal stelt. In 2012 wierp haar strijd eindelijk vruchten af, toen staatssecretaris Bleker aankondigde jaarlijks twee hondenrassen te gaan onderzoeken op veel voorkomende schadelijke raskenmerken en erfelijke gebreken. Zijn opvolger Dijkzma breidde dit onderzoek in 2013 en 2014 uit met een zevental honden- en kattenrassen. Daarnaast be-

kende de Raad van Beheer op Kynologisch Gebied in Nederland publiekelijk schuld aan het laten ontsporen van het fokbeleid.

### **Wie is de Winner?**

Om het onderwerp ook maatschappelijk onder de aandacht te brengen, lanceerde de Sophia-Vereeniging de campagne 'Wie is de Winner?'. Rashondentoonstellingen als de Amsterdam Winner Show stimuleren de extreme focus op het uiterlijk en gaan voorbij aan het feit dat dieren daar ernstig onder lijden. Bij de campagne ondertekenden circa 13.000 sympathisanten een brandbrief aan staatssecretaris Dijkzema, met het verzoek rashondenleed te stoppen via wetgeving. Daarop volgde een gesprek met de directeur Dierenwelzijn van het ministerie van Economische Zaken over de noodzaak om het dierenwelzijn in Nederland te waarborgen in wettelijke maatregelen die de rasdierenfokkerij aan banden leggen.

### **Besluit gezelschapsdieren**

In juni 2013 werd door de Tweede Kamer gestemd over het Besluit gezelschapsdieren. Dit besluit stelt regels voor de handel, fok en opvang van huisdieren. Zo dienen fokkers sinds 1 juli 2014 *voor zover mogelijk* te voorkomen dat erfelijke afwijkingen en schadelijke uiterlijke kenmerken worden doorgegeven aan de nakomelingen. Dat is een mooi resultaat, maar de regels zouden verder moeten worden aangescherpt: fokkers dienen te worden *verplicht* om gezonde dieren te fokken die in hun natuurlijke behoeften niet gehinderd worden door hun uiterlijk. De rashondenproblematiek blijft dan ook speerpunt in de komende periode, waarbij verschillende (actuele) elementen worden uitgelicht en beleidsmakers worden aangespoord om concrete daden te stellen, zoals een verbod op inteelt en op rasstandaarden die een ziekmakend uiterlijk voorschrijven.

### **2015**

De Sophia-Vereeniging wordt op politiek niveau inmiddels erkend als serieuze gesprekspartner en ook in de media wordt de vereniging als vanzelfsprekend genoemd wanneer het gaat om de rasproblematiek. Deze verworven status zal worden aangewend om ook de welzijnsproblemen van andere rasdieren (katten, vogels, vissen, konijnen, knaagdieren) voor het voetlicht te brengen bij politiek, media en huisdierbezitters. Daarbij wordt met name op de actualiteit ingespeeld, onder meer middels persberichten en ingezonden brieven. Doelstelling is 40 publicaties in 2015 in landelijke en regionale dagbladen, (vak-)bladen, op relevante websites en in radio- en televisieprogramma's. Voorlichting vindt plaats via de website, het Sophi@-Nieuws en de sociale media, met een streefbereik van 150.000.

Streven is dat in 2017 een start is gemaakt met het opstellen van wettelijke maatregelen tegen de misstanden in de rasdierenfokkerij, met als einddoel een verbod op het fokken met rasdieren die ernstige welzijns- en gezondheidsproblemen kennen en als gevolg daarvan gehinderd worden in hun natuurlijke gedrag. Naast het voeren van politieke lobby voor betere wetgeving motiveert de Sophia-Vereeniging een andere wijze van fokken en streeft zij naar een attitudeverandering bij (potentiële) eigenaren. In 2014 is in samenwerking met Wageningen University & Research een onderzoek gestart naar de beweegredenen van mensen die een hond aanschaffen vanwege zijn uiterlijk, ondanks dat ze weten dat het dier daaronder lijdt. De resultaten van dit onderzoek zullen in 2015 worden gepubliceerd. Om potentiële eigenaren te

stimuleren tot een gedragsverandering zal in 2015 een campagne van start gaan die rasloze dieren (uit het asiel, geen lookalikes) voor het voetlicht brengt. Daarbij wordt gewezen op de unieke kenmerken van ‘vuilnisbakkies’ en het afwezig zijn van gezondheids- en welzijnsbeperkingen die het gevolg zijn van de doelstellingen binnen de rashondenfokkerij.

### 3.4 Positieflijst

*Veel dieren die in Nederland als huisdier gehouden worden, lijden ernstig omdat op geen enkele manier tegemoet gekomen kan worden aan hun natuurlijke behoeften. In 2014 is met de hulp van de Sophia-Vereeniging in Nederland een zogenaamde ‘positieflijst’ tot stand gekomen, die op 1 februari 2015 van kracht wordt. Zoogdiersoorten die niet op deze lijst genoemd worden, mogen dan niet meer gehouden en verhandeld worden.*

#### Criteria

Om tot een positieflijst te komen, deed Wageningen University & Research onderzoek naar negentig zoogdiersoorten. Daarbij werd de hulp ingeroepen van verschillende deskundigen. Namens de Dierencoalitie gaf de Sophia-Vereeniging haar visie op de diersoorten die als huisdier gehouden zouden mogen worden. Als belangrijkste criterium hanteerde zij het welzijn van de dieren: een te houden dier moet gedomesticeerd zijn, met mensen kunnen leven en zijn natuurlijke gedrag kunnen vertonen. Andere criteria waren mogelijke overdracht van ziektes en het risico op faunavervalsing, waarbij een uitheems dier zich in de vrije natuur vestigt en daar schade en overlast veroorzaakt.

#### Geschied of ongeschikt

Onder meer op basis van dit onderzoek is de positieflijst ingevuld met dieren die geschikt geacht worden om te houden, waaronder honden, katten, konijnen en landbouwdieren als koeien en varkens. Bij de invoering op 1 februari 2015 is de positieflijst nog niet volledig; nog zo'n tweehonderd diersoorten worden onderzocht. Hoewel de Sophia-Vereeniging blij is dat er eindelijk paal en perk gesteld wordt aan het houden van dieren, zullen er ook dieren op de positieflijst komen die daar niet thuishoren. Zo staan er verschillende soorten gerbils op de eerste versie van de lijst, die de Sophia-Vereeniging niet geschikt acht als huisdier. Deze dieren leven van nature in volstrekt andere omstandigheden dan de Nederlandse. De Sophia-Vereeniging streeft naar een positieflijst die zo adequaat mogelijk weergeeft welke dieren als huisdier gehouden zouden mogen worden.

#### 2015

De Sophia-Vereeniging neemt sinds 2013 deel aan een werkgroep van het ministerie van Economische Zaken, die adviseert over de invoering van de vastgestelde positieflijst voor zoogdieren. Onderwerpen die aan bod komen zijn onder meer de externe communicatie, de overgangstermijn en de handhaving. In 2015 zal de vereniging bovendien bijdragen aan het opstellen en implementeren van een positieflijst voor vogels en reptielen.

Via persberichten en ingezonden brieven vraagt de vereniging reactief aandacht voor de positieflijst als daar aanleiding toe is. Het onderwerp biedt kansen om de unieke profilering van de Sophia-Vereeniging voor het voetlicht te brengen en huisdiereigenaren erop te wijzen dat



dieren alleen als huisdier gehouden kunnen worden als er tegemoet gekomen wordt aan hun natuurlijke behoeften. Een heldere communicatie met duidelijk beeldmateriaal geeft daarbij duidelijkheid over de ‘do’s en dont’s’.

Politieke lobby wordt ondertussen actief ingezet om de positieflijst aan te scherpen. Samen met de andere leden van de Dierencoalitie zal in 2015 onderzocht worden hoe stemmers het beste geïnformeerd kunnen worden over dierenwelzijnsonderwerpen rondom de Provinciale Statenverkiezing en de Eerste Kamerverkiezing. Stemgerechtigden zullen daarbij gewezen worden op de visie van de verschillende politieke partijen op de positieflijst, zodat een dier-vriendelijke keuze gemaakt kan worden.

### **3.5 Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media**

Aanvullend op voorlichting via de media geeft de Sophia-Vereeniging voorlichting over het natuurlijke gedrag van huisdieren via haar website. Onder meer bij de vier online Sophia DierenSpreekuren, waar huisdierenbezitters jaarlijks zo’n 2.100 vragen stellen over de verzorging en huisvesting van honden, katten, konijnen en knaagdieren. Door eigenaren van informatie te voorzien, kan de verzorging van huisdieren beter worden afgestemd op hun natuurlijke behoeften.

De website wordt op continue basis geoptimaliseerd en aangepast aan de eisen van zoekmachinemarketing. Mede daardoor trekt Sophia-Vereeniging.nl een half miljoen unieke bezoekers per jaar. Doel is om dit aantal vast te houden en de bezoekers nog beter te voorzien in hun informatiebehoefte.

Ook via de sociale media bereikt de Sophia-Vereeniging dagelijks duizenden belangstellenden. Dit gebeurt door middel van berichten, forumdiscussies, enquêtes en blogs. Als beheerder van verschillende sociale netwerkgroepen op Facebook, Twitter, YouTube en LinkedIn heeft de vereniging een groot bereik om haar communicatiedoelstellingen te verwezenlijken op het gebied van voorlichting en participatie bij campagnes. Doel is om de achterban van de Sophia-Vereeniging uit te breiden, met name op Facebook omdat hier het bereik van en interactie met de doelgroep het grootst is.

#### **2015**

In het algemeen is de doelstelling voor 2015 om een grotere achterban te bereiken met meer gerichte informatie. Daartoe wordt onderzocht hoe de diverse beschikbare kanalen het beste ingezet kunnen worden om de doelgroep te bereiken en welke kanalen mogelijk toegevoegd kunnen worden. Ook het ontwikkelen van een app met informatie over huisdieren zal worden onderzocht. Bovendien zullen de bezoekersgegevens van de website geanalyseerd worden, zodat de informatie die geboden wordt aangepast kan worden aan de behoeften.

De Sophia DierenSpreekuren zullen in 2015 hun huidige vorm behouden, waarbij gezocht wordt naar een nieuwe deskundige op het gebied van knaagdieren. Met het oog op de arbeidsintensiviteit en het relatief kleine bereik is uitbreiding van de Sophia DierenSpreekuren niet wenselijk.

## 4. Thema B: Aanschaf

Dikwijls ontstaan problemen doordat huisdieren ondoordacht en om de verkeerde redenen worden aangeschaft. Dit wordt gestimuleerd door de verkoop via internet, dierenwinkels en tuincentra, die impulsaankopen aanmoedigen. Het gevolg is dat men te laat beseft dat het verantwoord houden van huisdieren veel tijd, geld, ruimte en energie kost. Talloze dieren krijgen daardoor te weinig aandacht of ze worden niet goed verzorgd, waardoor hun welzijn wordt aangetast. Ook worden dieren vaak te jong bij de moeder weggehaald, met gedragsproblemen tot gevolg. Veel dieren belanden daardoor in het asiel, een opvang, op straat of op een advertentiewebsite. Ondertussen worden er talloze jonge dieren geboren bij fokkers en bij mensen thuis, met een enorm huisdierenoverschot tot gevolg.

Een ander probleem dat speelt bij de aanschaf van huisdieren, is de malafide dierenhandel. Veel dieren die op het internet, in dierenwinkels en in tuincentra worden aangeboden, zijn veel te vroeg uit het nest gehaald, niet gesocialiseerd, ze hebben erfelijke gebreken, gedragsproblemen of ze zijn zo ziek dat ze al snel overlijden. Bovendien worden gezonde dieren gedood, enkel omdat ze geen perfect uiterlijk hebben.

De Sophia-Vereeniging informeert potentiële huisdiereigenaren over wat het houden van een huisdier inhoudt, via de website, de sociale media en de Sophia DierenSpreekuren. Daarbij adviseert zij om naar een opvang of asiel te gaan en geen dieren aan te schaffen via het internet, dierenwinkels en tuincentra. Met politieke lobby streeft zij naar strenge regelgeving voor de handel in dieren. Daarnaast voert zij campagne om het huisdierenoverschot terug te brengen en de huisdierenfokkerij aan banden te leggen.

### 4.1 Huisdierenoverschot

*In Nederland leven veel meer huisdieren dan dat er mensen zijn die voor een dier willen zorgen. Desondanks worden er jaarlijks honderdduizenden dieren geboren, bij fokkers en ook bij particulieren thuis. Dit leidt tot een groot aantal huisdieren dat in een asiel of opvang verblijft, op advertentiewebsites wordt aangeboden of een zwervend bestaan leidt.*

#### **Aanpak**

Om het probleem van het huisdierenoverschot aan te pakken, is het nodig dat:

1. Impulsaankopen worden voorkomen, door mensen voor te lichten over een verantwoorde aanschaf van dieren en de internethandel in dieren en de verkoop ervan via tuincentra en dierenwinkels te verbieden;
2. Potentiële huisdiereigenaren worden gestimuleerd om een dier aan te schaffen bij een asiel of opvang;
3. Huisdiereigenaren zich bewust zijn van het probleem en hun eigen verantwoordelijkheid hierin nemen, bijvoorbeeld door hun huisdier te castreren en geen nestjes te nemen;
4. Het fokken van huisdieren aan banden wordt gelegd, door middel van strenge regelgeving omtrent geboortebeperving.

## **Kattencampagne**

In 2014 startte de Sophia-Vereeniging haar strijd tegen het huisdierenoverschot met een campagne om het aantal katten dat in de marge leeft substantieel te verminderen. De vele katten in asielen, aangeboden op advertentiewebsites en zwervend op straat hebben nauwelijks een kans op een goede toekomst door het onafgebroken aanbod aan jonge dieren die iedereen wel wil hebben. Alleen als er minder kittens geboren worden, kan er een einde komen aan dit kattenleed. De Sophia-Vereeniging pleit dan ook voor strenge regelgeving omtrent castratie van katten die verkocht of weggegeven worden, een onderwerp waar zij al meermaals mee in het nieuws kwam. Tevens wordt politieke lobby ingezet in het streven naar een verbod op de internethandel in dieren en de verkoop via dierenwinkels en tuincentra.

## **Verantwoordelijkheid**

Ondertussen wijst de Sophia-Vereeniging katteneigenaren op hun verantwoordelijkheid om hun dieren te castreren en geen nestjes kittens te nemen. Met een grootschalige advertentie-campagne op Marktplaats.nl licht zij potentiële katteneigenaren voor over het verantwoord aanschaffen van katten en worden zij gestimuleerd om naar een asiel te gaan in plaats van te zoeken op het internet. Deze voorlichting vindt tevens plaats via de website, het Sophi@-Nieuws en de sociale media. Daarnaast worden persberichten, artikelen in (vak-)bladen en ingezonden brieven ingezet om de campagneboodschap te verspreiden, het maatschappelijk debat te stimuleren en druk uit te oefenen op politiek niveau.

### **2015**

In 2015 zal de overschotcampagne worden voortgezet, waarbij katten vooralsnog het belangrijkste onderwerp zullen vormen. Indien daartoe fondsen geworven worden, zal de advertentiecampagne op Marktplaats.nl, die loopt tot en met het eerste kwartaal, worden gecontinueerd. Er wordt actief campagne gevoerd om huisdiereigenaren te weerhouden een nestje dieren geboren te laten worden, impulsaankopen te voorkomen en potentiële eigenaren goed te informeren over wat er allemaal komt kijken bij de aanschaf van een dier. Daarbij zullen de resultaten van een afstudeeronderzoek van studenten van Hogeschool Van Hall Larenstein naar het overschot aan katten in Nederland worden ingezet, gecombineerd met een cartoon van Nils Bierman en een viraal filmpje dat op vrijwillige basis voor de Sophia-Vereeniging gemaakt werd door animatiestudio in60seconds.

Tegelijkertijd wordt in 2015 gepleit voor verplichte registratie en strenge regels omtrent castratie van katten. Daarbij wordt politieke lobby ingezet, evenals media-aandacht in de vorm van persberichten en ingezonden brieven aan dagbladen als reactie op actuele gebeurtenissen (overvolle asielen, overlast door zwerfdieren, et cetera). Tevens worden er door de Sophia-Vereeniging zelf nieuwsmomenten gecreëerd, bijvoorbeeld door bij de asielen na te gaan of zij al last hebben van de vakantiedrukke. Doelstelling is om minimaal 35 publicaties te behalen en circa 150.000 (potentiële) katteneigenaren te bereiken via de sociale media.

## **4.2 Doden van huisdieren**

*Wie een huisdier aan wil schaffen, heeft een enorme keuze doordat het aanbod veel groter is dan de vraag. Fokkers is er dan ook veel aan gelegen om zo veel mogelijk dieren aan te bie-*

*den die aan de vraag voldoen. Er zullen echter ook dieren geboren worden met een minder populair uiterlijk. Die dieren zijn kerngezond, maar kunnen moeilijker verkocht worden. Ze worden dan vaak gedood, omdat hun hokruimte en voeding liever besteed worden aan dieren die geld opleveren. Omdat dierenartsen hier vaak niet aan willen meewerken en bovendien geld vragen, doden de fokkers deze dieren zelf.*

### **Strafbaar**

In 2009 berichtte de Sophia-Vereeniging dat er in Nederland geen wet is die het doden van huisdieren door particulieren (en dus ook fokkers) verbiedt. Dat veroorzaakte ophef: veel media besteedden aandacht aan de zaak. De verantwoordelijke ministers hielden de boot echter af en waren niet van plan actie te ondernemen. Na een intensief lobbytraject lukte het de Sophia-Vereeniging in 2012 om staatssecretaris Bleker ervan te overtuigen het gat in de Nederlandse wet te repareren. Sinds 1 juli 2014 is het strafbaar om zelf een hond of een kat te doden: alleen de dierenarts mag zieke honden en katten euthanaseren.

### **Gelijke regels voor alle huisdieren**

De Sophia-Vereeniging is blij met dit resultaat, maar dringt erop aan dat in de Wet Dieren gelijke regels voor alle huisdieren worden opgenomen. Alleen dan kunnen ook degenen die kerngezonde vogels, vissen, konijnen en knaagdieren doden worden aangepakt. In 2014 startte de Sophia-Vereeniging een petitie, waarbij zij haar achterban oproept een brandbrief aan staatssecretaris Dijksma van Economische Zaken te ondertekenen. Daarin wordt zij verzocht de aanpassing van de wet door te voeren voor alle dieren die als huisdier gehouden worden.

### **2015**

In de komende periode onderhoudt de Sophia-Vereeniging contact met de verantwoordelijke beleidsmakers en informeert hen actief, gebruik makend van het uitgebreide dossier dat inmiddels is opgebouwd over dit onderwerp. De resultaten van de petitie worden ingezet in de strijd voor een verbod op het zelf doden van vogels, vissen, konijnen en knaagdieren. Voor het aanbieden van de handtekeningen begin 2015 zal media-aandacht worden gegenereerd. Daarnaast vraagt de vereniging aandacht voor het onderwerp als daartoe aanleiding is vanwege actuele gebeurtenissen. Doelstelling is een uitbreiding van het verbod op het zelf doden van dieren in 2017.

## **4.3 Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media**

Naast publieksvoorlichting via de media informeert de Sophia-Vereeniging potentiële huisdiereigenaren op haar website. Want veel mensen realiseren zich onvoldoende wat het houden van een huisdier inhoudt en schaffen het dier impulsief aan. Het gevolg is dat het dier tegenvalt, het baasje spijt krijgt van de aanschaf en het dier naar een opvangcentrum brengt of op straat zet. Door hen goed te informeren, kan een weloverwogen besluit genomen worden. Bovendien adviseren de deskundigen van de online Sophia DierenSpreekuren potentiële huisdiereigenaren om een dier aan te schaffen bij een opvang of asiel, zodat deze dieren een tweede kans krijgen op een goed leven.

De voorlichtende pagina's op de website worden met name veel bezocht via advertenties op de zoekmachine Google die gekoppeld zijn aan [www.sophia-vereeniging.nl](http://www.sophia-vereeniging.nl). De Google Grant van \$ 40.000,- per maand aan gratis online advertenties komt daardoor geheel ten goede aan de voorlichtende doelstelling van de organisatie, met een bereik van een half miljoen bezoekers per jaar.

Ook via de sociale media Twitter, YouTube, LinkedIn en Facebook bereikt de Sophia-Vereeniging een grote achterban. Door middel van berichten, forumdiscussies, enquêtes en blogs verwezenlijkt de vereniging haar communicatiedoelstellingen op het gebied van voorlichting en participatie bij campagnes over de aanschaf van huisdieren.

## **2015**

Bij de Sophia DierenSpreekuren wordt het komende jaar gestreefd naar meer efficiëntie, onder meer door de 'Veelgestelde vragen' en de informatie over huisdieren op de website uit te breiden. Om de kennis die bij de spreekuren wordt opgedaan ten volste te benutten, wordt onderzocht hoe trends zichtbaarder gemaakt kunnen worden. Dat kan deels door de beschikbare data van vragenstellers te analyseren en door vaste evaluatiemomenten in te bouwen met de deskundigen. In 2014 bleek bijvoorbeeld dat steeds meer huisdiereigenaren de dierenarts vermijden omdat zij de kosten te hoog vinden. Dergelijke trends kunnen gekoppeld worden aan actuele voorlichtingscampagnes om een groot publiek te bereiken en voor een grote groep huisdieren daadwerkelijk iets te betekenen: in plaats van individuen te informeren over kortingsacties bij dierenartsen, zal in 2015 een campagne van start gaan om het btw-tarief van dierenartsen te verlagen. Op die manier kunnen de Sophia DierenSpreekuren dienen als bron van informatie om campagnes te ondersteunen.

De website [www.sophia-vereeniging.nl](http://www.sophia-vereeniging.nl) wordt actueel gehouden en waar mogelijk geoptimaliseerd. Tevens zal er een protocol opgesteld worden om de verschillende online communicatiekanalen beter op elkaar en op de lopende campagnes af te stemmen, zodat het online bereik van de Sophia-Vereeniging kan groeien.

## 5. Fondsenwerving

Om haar activiteiten te kunnen bekostigen, is de Sophia-Vereeniging voor een groot deel afhankelijk van inkomsten uit beleggingen en nalatenschappen. Hoewel deze inkomsten substantieel zijn, brengen zij ook een groot risico met zich mee: jaarlijks wordt een reëel bedrag van € 150.000,- begroot op nalatenschappen, maar als deze niet binnenkomen leidt dat meteen tot een fors tekort.

Om te voorkomen dat het vermogen substantieel aangetast wordt, zal de organisatie in 2015 niet alleen bezuinigen, maar zich ook inzetten voor groei van inkomsten. Dat gebeurt deels middels bescheiden trajecten voor nalatenschappenwerving, sponsoring en werving via vermogensfondsen en subsidieverstrekkers. Het belangrijkste streven is om de baten uit contributies, giften en donaties van leden zodanig te vergroten dat een gezonde, meer planbare financiële basis ontstaat. Om dat te bereiken, dient de vereniging circa 10.000 leden aan zich te binden. In de komende drie tot vijf jaar kan dit aantal worden bereikt als er voldoende inkomsten boven de begroting binnenkomen die voor 25% worden besteed aan fondsen- en ledenwerving. Bovendien moeten de dierenbeschermende activiteiten van de vereniging zodanig kunnen worden ingezet dat zij voldoende steunwaardig zijn.

In 2012 en 2013 werd onderzocht of schaalvergroting voor de Sophia-Vereeniging tot de mogelijkheden behoort. De transitie van relatief kleinschalige werving naar grootschalige, meerjarige trajecten blijkt echter lastig en vereist bovendien grote investeringen met bijbehorend risico. Indien er extra inkomsten gegenereerd worden boven de begrote inkomsten, zal de kennis en ervaring die is opgedaan op dit gebied worden aangewend om een optimaal renderende campagne te kunnen uitvoeren. Kennis wordt voornamelijk vergaard door de fondsen- en ledenwervende activiteiten voortdurend te testen op de volgende gebieden:

- Boodschap: hoe worden de thema's vertaald zodat de geefbereidheid wordt gestimuleerd en hoe worden incentives ingezet om geefgedrag te bevorderen?
- Doelgroep: welke criteria (waaronder inkomen, huisdierbezit, leeftijd, woonplaats) dient de Sophia-Vereeniging te hanteren om de juiste mensen te bereiken?
- Middelen: welke middelen zijn (per doelgroep) het meest effectief om in te zetten voor de doelstellingen op het gebied van leden- en fondsenwerving? Op dit gebied is het uitgangspunt dat er alleen getest wordt met middelen die hun effectiviteit reeds bewezen hebben.

### 5.1 Particuliere markt

#### 5.1.1 Nieuwe leden en donateurs werven

##### **Online werving**

Tijdens campagnes, maar met name via de eigen website, de Sophia NoodSticker, de Sophia DierenSpreekuren en online activiteiten zoals een petitie of enquête worden belangstellenden betrokken bij de Sophia-Vereeniging. Een beperkt aantal wordt direct donateur/lid, anderen melden zich aan als ontvanger van de digitale nieuwsbrief Sophi@-Nieuws. De database van

de Sophia-Vereeniging telt circa 35.000 ‘warme’ adressen. Doelstelling is om dit aantal in 2015 met 10.000 te vergroten en de contacten op regelmatige basis via e-mail of telefonisch te benaderen met het verzoek om lid te worden. Op deze manier wordt gestreefd naar minimaal vijfhonderd nieuwe donateurs/leden per jaar.

### **Affiliates**

De administratieve verwerking is tijdrovend, maar het is de afgelopen jaren lonend gebleken om wervingscampagnes uit te zetten bij de zogenaamde ‘affiliates’: externe websitebeheerders die middels een banner van de Sophia-Vereeniging leden werven, waarbij voor elk geworven lid een vergoeding betaald wordt. Doelstelling is om op deze wijze circa tweehonderd leden toe te voegen in 2015, mits deze vorm van ledenwerving wettelijk toegestaan blijft.

### **Telefonische werving**

Sinds 2012 besteedt de Sophia-Vereeniging belopdrachten uit aan een extern bureau. Daarbij gebruikt het belteam telefoonnummers afkomstig van dierenbeschermende (sms-)acties, zoals de Sophia NoodSticker, de Sophia HondenFrisbee en de petitie tegen het zelf doden van huisdieren. Op deze wijze werden het afgelopen jaar tegen een relatief laag tarief nieuwe leden geworven. Met een structurele promotie van de Sophia NoodSticker en het verzamelen van telefoonnummers via petitie en andere activiteiten kan deze manier van werven ook in 2015 doorgang vinden. Het streven is om op deze wijze driehonderd leden te werven, afhankelijk van de beschikbaarheid van geworven telefoonnummers.

### **Straatwerving**

In het verleden behaalde de Sophia-Vereeniging goede resultaten met straatwerving. De aansturing van een eigen team en de bijbehorende administratie waren echter zeer arbeidsintensief. Om die reden werd besloten te stoppen met deze manier van ledenwerven. Eind 2014 werd getest of straatwerving rendeert bij uitbesteding. Bij gebleken succes zal hier – afhankelijk van het beschikbare budget – schaalvergroting worden toegepast.

### **Peer to peer**

Bij peer-to-peerwerving worden binnen het eigen netwerk fondsen of leden geworven, zonder tussenkomst van de Sophia-Vereeniging. In 2013 en 2014 deed de vereniging hiermee op bescheiden schaal ervaring op. Zo liep een groep jongens, gesponsord door familie en vrienden, een barre tocht door Schotland en doneerde het ingezamelde bedrag aan de Sophia-Vereeniging. Ook voor het Sophia SnuffelCollege werden sponsorlopen georganiseerd, bijvoorbeeld door scholen. In 2015 wordt deze vorm van werving verder gestimuleerd via de website, de sociale media en speciale (online) platforms. Naast het verkrijgen van een donatie is het verzamelen van contactgegevens een doelstelling, om in te zetten voor ledenwerving.

### **Crowdfunding**

In 2014 is gestart met kleinschalige vormen van crowdfunding: op de website, op crowdfundingplatforms en in een brief aan de eigen achterban wordt een activiteit omschreven, met daarbij het bedrag dat nodig is om de activiteit ten uitvoer te brengen. Particulieren worden vervolgens verzocht om in deze activiteit te investeren door middel van donaties. Het uiteindelijke streven is om met het gedoneerde totaalbedrag een activiteit in zijn geheel te kunnen

bekostigen. Opgemerkt moet worden dat crowdfunding de beste resultaten levert bij zo concreet mogelijke doelstellingen. Omdat de activiteiten van de Sophia-Vereeniging merendeels algemeen en voorlichtend van aard zijn, zal in 2015 gezocht worden naar nieuwe invalshoeken van bestaande activiteiten.

### **Sophia DierenEHBO**

Al sinds 1929 organiseert de Sophia-Vereeniging een cursus Sophia DierenEHBO. Van origine was het een praktijkgerichte cursus, met workshops op het kantoor. Langzaam is de cursus omgebouwd naar een thuisstudie. Cursisten kunnen het handboek Sophia DierenEHBO, dat voor € 35,- te koop is, zelfstandig bestuderen. Twee keer per jaar vindt er op het kantoor van de Sophia-Vereeniging een examen plaats.

Nieuwe leden krijgen, indien gewenst, het handboek Sophia DierenEHBO als welkomstgeschenk bij hun lidmaatschap. Hiermee poogt de organisatie de groei van haar achterban te stimuleren en tegelijkertijd voorlichting te geven over de medische verzorging van huisdieren.

### **Sophia NoodSticker**

Wanneer er in een woning brand uitbreekt, er is ingebroken of er een ongeval heeft plaatsgevonden, kunnen mensen rekenen op hulpdiensten. Huisdieren worden echter vaak aan hun lot overgelaten. De Sophia-Vereeniging ontwikkelde daarom de Sophia NoodSticker voor op de voordeur. Daarmee kunnen brandweer, politie en ambulance gewezen worden op de aanwezigheid van huisdieren, zodat ook zij worden geholpen in noodsituaties. De Sophia NoodSticker kan voor € 1,50 aan verzendkosten besteld worden via de website. Leden van de Sophia-Vereeniging betalen deze verzendkosten niet.

## **5.1.2 Werving via eigen leden en donateurs**

Huidige leden worden gestimuleerd om de verenigingsactiviteiten te ondersteunen met een extra donatie, via een acceptgiro bij *Dierenhulp* en via een oproep in het blad om een sponsoractie te organiseren. Daarnaast wordt een aparte brief aan de leden gestuurd met het verzoek een financiële bijdrage te leveren aan een specifieke activiteit (crowdfunding). Als dank voor hun betrokkenheid en om hun loyaliteit te versterken, wordt aan de leden regelmatig een diervriendelijke aanbieding gedaan. Met name het handboek Sophia DierenEHBO, de Sophia NoodSticker en het Sophia HuisdierenKwartet blijken populair, maar ook aanbiedingen van films en boeken in *Dierenhulp* leveren positieve reacties op. Tevens wordt leden tweemaal per jaar de mogelijkheid geboden om gratis het examen Sophia DierenEHBO af te leggen.

### **Grote-giftencampagne**

Bij de leden wordt, individueel of in groepsverband, continu de bereidheid onderzocht om specifieke activiteiten financieel te steunen, al dan niet op naam. Daartoe vindt een analyse van de eigen database plaats, waarna gericht gezocht kan worden naar mogelijke 'grote' gevers en een campagneplan kan worden opgesteld waarbij op individueel niveau contact wordt gezocht met vermogende potentiële gevers. Om hen te bewegen te doneren voor een activiteit, moet deze nauw aansluiten bij hun belevingswereld. Afhankelijk van de wensen van het lid/de



groep en van de hoogte van het bedrag, kan het extra budget modulair worden ingezet of aangewend worden om een activiteit in zijn geheel te financieren, waarmee het in mindering kan worden gebracht op het begrotingstekort. Het streven is om zo in 2015 € 10.000,- te verwerven. Een grote-giftencampagne kan als opmaat dienen voor een toekomstige notariële schenking of nalatenschap, al dan niet gekoppeld aan een fonds op naam.

### **Nalatenschappen**

In *Dierenhulp* en op de website wordt op gepaste wijze gecommuniceerd over de mogelijkheid om aan de Sophia-Vereeniging een erfenis of legaat na te laten. In 2015 zullen de opties worden onderzocht voor een (meerjaren-) nalatenschappencampagne. Daarbij zal onder meer een ‘legacy proposition’ worden opgesteld, waarin wordt benadrukt waarom men kan kiezen voor de Sophia-Vereeniging als legataris of erfgenaam.

## **5.2 Institutionele markt**

Werftrajecten gericht op de institutionele markt maken sinds 2009 onderdeel uit van de fondsenwerving van de Sophia-Vereeniging. Er werd bijvoorbeeld samengewerkt met fabrikanten van biologische diervoeders en een belbedrijf en via vermogensfondsen werden onder meer voor het Sophia SnuffelCollege en het Sophia HuisdierenKwartet donaties verkregen. Het streven is om sponsoring en werving via vermogensfondsen en overheden in de komende periode op structurele wijze in de financiering van activiteiten te verankeren. Daartoe zal de Sophia-Vereeniging ook in 2015 haar campagnes en projecten aanbieden voor sponsoring, fondsen en subsidies. Ook wordt onderzocht of en hoe het steunverzoek beter afgestemd kan worden op bedrijven, vermogensfondsen en overheden.

### **Sponsors**

In 2012/2013 is samen met het bureau Leenaers Verloop een sponsorstrategie onderzocht. Hieruit blijkt dat het lastig is om structurele sponsorinkomsten te verkrijgen, zeker in tijden van economische crisis. Diervriendelijke bedrijven zijn meestal niet kapitaalkrachtig en bovendien drukken de vereiste tegenprestaties een commercieel stempel op het contact met de achterban en de (inhoudelijke) onafhankelijkheid van de Sophia-Vereeniging. De vereiste tijdsinvestering van de fondsenwerfer en de communicatiemedewerkers is bovendien groot. Een open houding kan echter wel tot positieve resultaten leiden: in 2012 ontving de Sophia-Vereeniging bijvoorbeeld € 7.500,- van een telefoonaanbieder die er belang bij had om in een promotiecampagne de Sophia-Vereeniging als goed doel te steunen. Tevens is gebleken dat bij regelmatige verzoeken de interesse bij potentiële sponsors stijgt en duurzame contacten kunnen ontstaan. Doelstelling voor 2015 is om € 5.000,- via sponsoring te verkrijgen.

### **Vermogensfondsen**

Met wisselend succes vraagt de Sophia-Vereeniging financiële ondersteuning voor haar activiteiten aan bij fondsen. Met name de noodhulp aan zwerfdieren bleek op goedkeuring te kunnen rekenen, voorlichtende activiteiten vallen over het algemeen buiten de gehanteerde criteria. Met het afscheid van de activiteiten voor zwerfdieren wordt het lastiger een match te vinden met een fonds. Toch leert de ervaring dat de aanhouder wint: voor het deelproject ‘Sophia SnuffelCollege in de multiculturele samenleving’ werd een bedrag van € 25.000,- gedoneerd

door een fonds dat zich richt op de integratie van allochtone kinderen. Ook werd € 5.000,- verworven voor de ontwikkeling van het Sophia HuisdierenKwartet, gedoneerd door een fonds dat zich richt op jeugdeducatie. In 2015 zullen het Sophia SnuffelCollege, de eenzaamheidscampagne en de kattenoverschotcampagne onder de aandacht worden gebracht van vermogensfondsen. Daarbij is het streefbedrag € 25.000,-.

### **Subsidies**

In 2013 is de Sophia-Vereeniging benaderd door de gemeente Heemskerk om met het Sophia SnuffelCollege het hondenbeleid van de gemeente mede vorm te geven. Dit heeft geleid tot een toezegging van een subsidie van € 4.000,- voor 2014, waarbij werd afgesproken dat de gemeente Heemskerk het project aanbeveelt binnen haar netwerk. Met deze aanpak ziet de Sophia-Vereeniging kansen om in 2015 meerdere gemeenten te interesseren en de beschikbare subsidies voor hondenbeleid aan te spreken. Voorwaarde is wel dat er extra uren beschikbaar komen, bijvoorbeeld door fondsen aan te vragen voor financiering van een medewerker Sophia SnuffelCollege of dit op te nemen in de subsidieverzoeken bij gemeenten. Tot nu toe is het te arbeidsintensief gebleken om zorg te dragen voor het structureel opnemen van het Sophia SnuffelCollege in het onderwijs op alle basisscholen van een gemeente.

## Nawoord

Een maatschappij waarin dieren naar hun aard met mensen kunnen leven. In dit jaarplan kunt u lezen hoe de Sophia-Vereeniging zich in 2015 inzet voor deze missie. Sinds 2014 zijn alle campagnes en projecten ten behoeve van het welzijn van huisdieren geschaard onder de twee thema's 'Natuurlijk gedrag' en 'Aanschaf'. Daarmee geeft de vereniging duidelijk richting aan de middelen die zij inzet om haar doelstelling te behalen.

De hernieuwde indeling en organisatie van onze activiteiten is in goede handen bij de enthousiaste en de deskundige medewerkers. Daarnaast is de tomeloze inzet van de vrijwilligers van het Sophia SnuffelCollege en de Sophia DierenSpreekuren onmisbaar. Dankzij hen zijn de activiteiten een groot succes. Uiteraard mogen onze leden niet ongenoemd blijven, want alleen met hun hulp kan de Sophia-Vereeniging een belangrijke bijdrage leveren aan het verbeteren van de leefomstandigheden van huisdieren in Nederland. Daarom wil ik hierbij onze grote dank uitspreken voor alle steun in de vele vormen: van de donaties per sms tot de nalatenschappen die wij mochten ontvangen. Daaruit spreekt ten zeerste het belang dat velen toekennen aan onze doelstellingen.

Samen hebben we de afgelopen jaren prachtige successen geboekt. Eindelijk zijn er wettelijke maatregelen getroffen waarmee de rashondenproblematiek sectorbreed kan worden aangepakt, er komt een verbod op het houden van een flink aantal diersoorten die niet geschikt zijn als huisdieren en ook het zelf doden van honden en katten is dankzij de Sophia-Vereeniging niet meer toegestaan. Ondertussen leerden duizenden kinderen het gedrag van honden juist te interpreteren en werden via de media, de website, de Sophia DierenSpreekuren en de sociale media miljoenen (potentiële) huisdiereigenaren bereikt met voorlichting over de aanschaf, het natuurlijke gedrag en de verzorging van huisdieren.

In dit jaarplan staan de activiteiten beschreven die wij het komende jaar inzetten om huisdierenleed te bestrijden. Gesteund door onze achterban zetten we onze schouders eronder, zodat we net als in voorgaande jaren daadwerkelijk een verschil kunnen maken voor de dieren om ons heen. Want er is nog veel te verbeteren in het begrip voor en de omgang met huisdieren. De Sophia-Vereeniging zet zich daar volledig voor in. Met het gedreven team van medewerkers en vrijwilligers gaan we met vertrouwen en vol energie het nieuwe jaar tegemoet!

*Namens het bestuur van de Koningin Sophia-Vereeniging tot Bescherming van Dieren,  
Joachim Nieuwland*