



Koningin

**Sophia -Vereeniging**

tot Bescherming van Dieren



# Jaarplan 2016

**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	10
3.3 Rasdieren	12
3.4 Positieflijst	13
3.5 Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media	14
<b>4. Thema B: Aanschaf</b>	<b>15</b>
4.1 Huisdierenoverschot	15
4.2 Doden van huisdieren	16
4.3 Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media	17
<b>5. Fondsenwerving</b>	<b>19</b>
5.1 Particuliere markt	19
5.1.1 Nieuwe leden en donateurs werven	19
5.1.2 Werving via eigen leden en donateurs	21
5.2 Institutionele markt	21
<b>Nawoord</b>	<b>23</b>

## Inleiding

Voor u ligt het Jaarplan 2016 van de Koningin Sophia-Vereeniging tot Bescherming van Dieren. Daarin informeren wij u over de organisatie, onze doelstellingen en natuurlijk de activiteiten om die doelstellingen te behalen.

Opgericht in 1867 beschikt de Sophia-Vereeniging over bijna 150 jaar ervaring in het beschermen van dieren. Met voorlichting en politieke lobby wisten onze voorgangers voor menig dier uit de bio-industrie, de laboratoria, de dierenhandel en de entertainmentindustrie een verschil te maken. Deze geschiedenis heeft de Sophia-Vereeniging gemaakt tot de solide, daadkrachtige organisatie die anno 2016 nog steeds van grote betekenis is voor dieren in Nederland.

De afgelopen zes jaar hebben we onze kwaliteiten ingezet om het welzijn van huisdieren te verbeteren. Dat heeft belangrijke resultaten opgeleverd: er zijn wettelijke maatregelen getroffen waarmee de rashondenproblematiek sectorbreed kan worden aangepakt, er is een verbod op het zelf doden van honden en katten en de positieflijst zoogdieren is van kracht, waarmee een flink aantal dieren niet meer gehouden mag worden als huisdier. Ondertussen leerden duizenden kinderen hoe ze veilig en respectvol omgaan met honden en werden via de media, de website, de Sophia DierenSpreekuren en de sociale media miljoenen (potentiële) huisdier-eigenaren bereikt met voorlichting over de aanschaf, het natuurlijke gedrag en de verzorging van huisdieren.

Het pad dat we zijn ingeslagen, is het juiste gebleken. Dat motiveert enorm om deze weg te vervolgen, ongeacht de hobbels die we ongetwijfeld nog tegen zullen komen. Met de hulp van onze achterban die ons steunt met financiële bijdragen, het ondertekenen van petitieën en het verspreiden van onze boodschap, hebben we er alle vertrouwen in dat we ook in 2016 van grote betekenis zullen zijn voor de dieren waar we mee samenleven.

Dit jaarplan geeft weer hoe de Sophia-Vereeniging het komende jaar invulling geeft aan haar ambities. Tevens komt de strategie voor leden- en fondsenwerving aan bod, die gericht is op groei van het ledental en een gedegen financiële basis. 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  
Oktober 2015*

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

Opggericht 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 zet zij zich in voor een beter huisdierenwelzijn in Nederland en voor groei van de organisatie.

De Sophia-Vereeniging bestaat in 2016 uit een bestuur en een ledenraad, een directeur en zes medewerkers, ondersteund door circa honderd vrijwilligers. Er zijn ruim 4.000 leden en donateurs en duizenden belangstellenden volgen de organisatie via de sociale media en het digitale Sophi@-Nieuws.

## **Bestuur**

Het bestuur bestaat uit Joachim Nieuwland (voorzitter), Anita Verstegen (secretaris), Ernest Jan Haverkamp (penningmeester) en Marlies Vandersmissen. Na het aftreden van algemeen bestuurslid Karen Hoekstra is eind 2015 een vacature ontstaan, waarvoor thans invulling wordt gezocht. 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 wordt gevormd door Wilianne Schilstra (voorzitter), Diana Hellinga (secretaris) 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 2015 zijn twee kandidaat-ledenraadsleden aangetrokken, Rob Koolhaas en Ingrid Schaefer, die tijdens de ALV in 2016 zullen worden voorgedragen voor benoeming.

## **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 geaccordeerd, is de directeur autonoom in haar initiatieven, mits 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 150 vrijwilligers, die actief zijn binnen het Sophia SnuffelCollege, de Sophia DierenSpreekuren en op kantoor. Ook stagiairs helpen mee op het kantoor en verlenen assistentie bij de verschillende activiteiten. Vrijwilligers en stagiairs ontvangen een vergoeding voor daadwerkelijk gemaakte onkosten. In 2016 wordt deze werkwijze voortgezet.

Per 1 januari 2016 zijn in dienst:

- Steffie van Horck, directeur
- Kitty Willems, communicatiemanager
- Frank Wassenberg, beleidsmedewerker en lobbyist
- Yvonne Stroomer, campaigner
- Nadine Goudsmit, officemanager en projectleider
- 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 2016.

### **Achterban**

Met haar achterban communiceert de Sophia-Vereeniging via de sociale media, het verenigingsblad *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.

### **150 jaar Sophia-Vereeniging**

In 2017 bestaat de Sophia-Vereeniging 150 jaar. In de aanloop naar het jubileumjaar zal het komende jaar gezocht worden naar een koppeling tussen de huidige activiteiten en de lange en rijke geschiedenis van de vereniging, die onder meer gepresenteerd kan worden in een jubileumuitgave van *Dierenhulp*, op de website en via de sociale media.

## 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, Instagram en Twitter. Tevens zet zij het blad *Dierenhulp*, het digitale Sophi@-Nieuws en de online Sophia



DierenSpreekuren in voor haar voorlichtende doelstellingen. 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.

Het effect van de voorlichtende middelen die de Sophia-Vereeniging inzet, is niet altijd uit te drukken in cijfers. De organisatie beschikt niet over voldoende capaciteit en budget om groot-schalige onderzoeken uit te zetten naar bijvoorbeeld een attitudeverandering bij huisdiereigenaren. Wel meetbaar is het bereik: de persberichten over de activiteiten van de Sophia-Vereeniging genereerden het afgelopen jaar ongekend veel media-aandacht, met een bereik van ruim 23 miljoen, exclusief radio- en televisie-optredens. Ook in 2016 zal de vereniging dit middel op reguliere basis inzetten, gekoppeld aan campagnes en actuele ontwikkelingen. De voorlichting die via de eigen website wordt gegeven, bereikt jaarlijks meer dan een half miljoen bezoekers. Het streven is om de stijgende lijn in de bezoekersaantallen van de website te continueren en het aantal ontvangers van het Sophi@-Nieuws te verhogen naar 60.000. Ook blijft de vereniging in toenemende mate actief op de sociale media om haar achterban van informatie te voorzien, bij campagnes te betrekken en in aantal te vergroten. Dit is mede van groot belang omdat de sociale media – door hun interactieve karakter – 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 2016 wederom inzetten voor adequate dierenbeschermingswetten en een strenge controle daarop. Sinds de inwerkingtreding van de Wet Dieren in 2013 is het dierenwelzijnsbeleid in Nederland gericht op minder wettelijke regels. Daardoor 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 Kamercommissies 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 het betreffende ministerie. Daarnaast dragen publiekscampagnes en 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.

## **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 soortspecifieke gedragsrepertoire niet uitvoeren, met welzijnsproblemen tot gevolg. Voor vogels geldt hetzelfde: uitgaande van hun vliegbehoefte is zelfs een voliëre 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. Een gebrek aan sociaal contact met soortgenoten kan leiden tot stress, gedragsproblemen en een vroegtijdige dood. Ook voldoet de leefomgeving vaak niet aan de behoeften en hebben eigenaren te weinig kennis over hun dier om de juiste voorzieningen te kunnen 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. 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. Met politieke lobby komt de vereniging 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 hulp.

#### 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 veroorzaakt ongerief, met name bij 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 Sophia-Vereeniging.nl is uitgebreide informatie beschikbaar over de behoefte van huisdieren aan interactie met soortgenoten. Ook bij de Sophia DierenSpreekuren wordt veel aandacht besteed aan dit onderwerp.

## **2016**

De impact van de voorlichting over dit onderwerp is moeilijk meetbaar: van eenzaamheid bij huisdieren zal niet snel melding worden gedaan en significant onderzoek naar sociale huisvesting ontbreekt. Om meer inzicht te krijgen en een (bescheiden) nulmeting op te zetten, werd eind 2015 de Sophia HuisdierenEnquête gelanceerd en tot nu toe 2.600 keer ingevuld. In 2016 zal de enquête doorlopen, waarna de resultaten zullen worden onderzocht en gepubliceerd via de website en de (sociale) media. Deze zullen tevens worden aangewend ter onderbouwing van de standpunten in de voorlichtende activiteiten van de Sophia-Vereeniging.

Ondertussen zal de eenzaamheidsproblematiek het komende jaar actief gekoppeld worden aan de actualiteit. Doelstelling is om 800.000 mensen te bereiken via de sociale media, publicaties in landelijke en regionale dagbladen, (vak-)bladen, op relevante websites en via radio- en televisieprogramma's. De mogelijkheden zullen worden onderzocht om een onderzoek uit te zetten naar de sociale behoeften van huisdieren, bijvoorbeeld door de Universiteit Utrecht, Wageningen University & Research of studenten van Hogeschool Van Hall Larenstein.

Indien specifiek fondsen geworven worden om eenzaamheid bij huisdieren onder de aandacht te brengen, zal een voorlichtend kinderboek gemaakt worden over het belang van soortgenoten voor sociale dieren, dat verspreid wordt via het scholennetwerk van auteur Nancy de Heer en Noordhoff Uitgevers. Rondom de feestdagen wordt het Sophia HuisdierenKwartet verkocht als schoencadeautje, zodat ook kinderen leren rekening te houden met de sociale behoeften van honden, katten, cavia's hamsters, paarden, vogels en 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 dieren-mishandeling 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 24 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 kan bovendien het Sophia SnuffelSpel gespeeld worden, waarbij kinderen thuis kunnen oefenen in het veilig omgaan met honden.

### **2016**

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). Op die manier is de coördinatie en administratie van het Sophia SnuffelCollege behapbaar en worden de kosten beperkt. De scholenbezoeken zelf vinden gedurende het hele jaar plaats.

In 2015 werd een fondsaanvraag verstuurd met het verzoek een medewerker voor dit scholenproject te financieren. Indien deze wordt gehonoreerd, kan deze medewerker naast de reguliere coördinatiewerkzaamheden het Nationale Sophia SnuffelCollege opzetten: een evenement waarvoor ouders/volwassenen met angst voor honden worden uitgenodigd. Via de SnuffelVrijwilligers en het HondenSpreekuur komen op zeer regelmatige basis verzoeken binnen van ouders die om advies vragen over dit onderwerp. Tevens kan deze medewerker de mogelijkheden inventariseren om de doelgroep van het Sophia SnuffelCollege te verbreden met ouderen in verzorgingshuizen.

Speciale aandacht zal ook in 2016 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 is onderzocht; de focus zal nu liggen op kansen die nog niet zijn benut, zoals het benaderen van klassenouders en crowdfunding. Met extra beschikbare uren kunnen subsidies worden aangevraagd bij gemeenten om het Sophia SnuffelCollege te integreren in het gemeentelijk hondenbeleid.

Met betrekking tot het genereren van publiciteit is het streven om in 2016 drie miljoen mensen te bereiken met informatie over het Sophia SnuffelCollege en een veilige en respectvolle omgang met honden.

### 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. Die moeten ten grondslag liggen aan een verantwoord fokbeleid dat niet het uiterlijk, maar het welzijn van de dieren centraal stelt. In 2012 wierp haar strijd eindelijk vruchten af: sindsdien worden jaarlijks minimaal twee honden- en kattenrassen onderzocht op veel voorkomende schadelijke raskenmerken en erfelijke gebreken. Daarnaast bekende de Raad van Beheer op Kynologisch Gebied in Nederland publiekelijk schuld aan het ontspoorde fokbeleid. Diezelfde Raad van Beheer stelde vervolgens het Fairfokplan op, dat door het ministerie van Economische Zaken werd gepresenteerd als een leidraad voor hondenfokkers om tot gezondere dieren te komen. De Sophia-Vereeniging wees er in 2015 meermaals op dat het Fairfokplan moet worden aangescherpt en dat de overheid beschermende maatregelen zou moeten verplichten, in plaats van ze over te laten aan de sector. Tijdens een Schriftelijk Overleg bleek dat verschillende politieke partijen het standpunt van de Sophia-Vereeniging hebben overgenomen.

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

Om ook maatschappelijk draagvlak te creëren voor het onderwerp (en daarmee de politieke lobby te ondersteunen), lanceerde de vereniging in 2010 de jaarlijkse campagne 'Wie is de Winner?'. Rashondentoonstellingen als de Amsterdam Winner Show stimuleren de extreme focus op het uiterlijk en gaan volledig voorbij aan het feit dat dieren daar ernstig onderlijden. Bij de campagne worden hondenliefhebbers opgeroepen om hun stem te laten horen, bijvoorbeeld door een brandbrief te ondertekenen of deel te nemen aan een ludieke hondenverkiezing. In 2014 werd bereikt dat in het Besluit gezelschapsdieren onder meer werd opgenomen dat fokkers erfelijke afwijkingen en schadelijke uiterlijke kenmerken *voor zover mogelijk* moeten voorkomen. Dat is een goede stap in de richting van een verbod op het fokken van zieke dieren die in hun natuurlijke gedrag gehinderd worden door hun uiterlijk.

#### **2016**

De rashondenproblematiek blijft speerpunt in de komende periode, waarbij verschillende (actuele) elementen worden uitgelicht en beleidsmakers worden aangespoord om concrete daden te stellen. Het Fairfokplan moet worden aangescherpt en maatregelen moeten door de overheid worden opgelegd (in plaats van vrijblijvend door de sector zelf), zoals een verbod op inteelt en op rasstandaarden die een ziekmakend uiterlijk voorschrijven. Ook de welzijnsproblemen van andere rasdieren (katten, vogels, vissen, konijnen, knaagdieren) zullen voor het voetlicht worden gebracht bij politiek, media en huisdierbezitters. Daarbij wordt met name op de actualiteit ingespeeld, onder meer middels persberichten en ingezonden brieven. Het

komende jaar zal ook weer een publiekscampagne plaatsvinden, bijvoorbeeld met een verzoek om een petitie te tekenen of een filmpje door te sturen tijdens rasdierentoonstellingen.

Doelstelling is om in 2016 een miljoen mensen te bereiken via de sociale media, de website, het Sophi@-Nieuws, radio- en televisieprogramma's en met publicaties in landelijke en regionale dagbladen, (vak-)bladen en op relevante websites. Op politiek niveau is het streven 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.

Naast het voeren van politieke lobby en publiekscampagnes voor betere wetgeving motiveert de Sophia-Vereeniging een andere wijze van fokken en streeft zij naar een attitudeverandering bij (potentiële) eigenaren. In samenwerking met Wageningen University & Research werd 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 2016 worden gepubliceerd, waarbij wordt gewezen op de unieke kenmerken en de vaak betere gezondheid van rasloze honden.

### 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 sinds 1 februari 2015 van kracht is: een door de overheid vastgestelde lijst van dieren die geschikt worden geacht om als huisdier gehouden te worden. Zoogdiersoorten die niet op deze lijst genoemd worden, mogen niet gehouden en verhandeld worden.*

#### **Geschied of ongeschikt**

Hoewel de positieflijst voor zoogdieren al sinds februari 2015 van kracht is, verloopt de inwerkingtreding moeizaam en bestaat er veel onduidelijkheid over welke dieren op deze lijst vermeld gaan worden, welke dieren onder voorwaarden gehouden mogen worden en welke dieren verboden zijn. In een brief verzocht de Sophia-Vereeniging de vaste Kamercommissie voor Economische Zaken om er bij de staatssecretaris op aan te dringen de positieflijst snel te completeren met enkel dieren die gedomesticeerd zijn, met mensen kunnen leven en hun natuurlijke gedrag kunnen vertonen.

#### **Tegenstrijdige belangen**

Bij de invulling van de positieflijst zijn verschillende partijen betrokken, met verschillende, soms tegenstrijdige belangen. Daardoor zullen er ook dieren op de positieflijst komen die daar niet thuishoren omdat zij van nature in volstrekt andere omstandigheden leven dan de Nederlandse. De Sophia-Vereeniging geeft deze dieren een stem, onder meer in een adviserende werkgroep van het ministerie van Economische Zaken. Onderwerpen die aan bod komen zijn onder meer de invoering, de externe communicatie, de overgangstermijn en de handhaving. Tevens zet zij haar politieke netwerk in om te komen tot een positieflijst die zo adequaat mogelijk weergeeft welke dieren als huisdier gehouden zouden mogen worden.

## **2016**

De Sophia-Vereeniging zal zich het komende jaar met name inzetten voor een snelle invulling van de zoogdierenlijst, met enkel diersoorten waarvan ondubbelzinnig is aangetoond dat zij zonder problemen kunnen worden gehouden door particulieren. Daarnaast moeten er voor de diersoorten duidelijke minimumhuisvestingsnormen komen. Tevens blijft de Sophia-Vereeniging erop aandringen dat er op korte termijn gestart wordt met voorbereidingen om tot positieflijsten voor vogels, reptielen en amfibieën te komen.

Via persberichten, ingezonden brieven en de sociale media wordt reactief aandacht gevraagd 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', waarbij het streefbereik 400.000 mensen is.

### **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 online Sophia DierenSpreekuren, waar huisdierenbezitters jaarlijks zo'n 1.200 vragen stellen over de verzorging en huisvesting van honden, katten, konijnen en knaagdieren. De website wordt op continue basis geoptimaliseerd en aangepast aan de eisen van zoekmachinemarketing. De voorlichtende pagina's worden met name veel bezocht via advertenties op de zoekmachine Google. De toegewezen Google Grant van \$ 40.000,- per maand aan gratis online advertenties komt daardoor geheel ten goede aan de voorlichtende doelstelling van de organisatie.

Ook via de sociale media bereikt de Sophia-Vereeniging dagelijks duizenden belangstellenden. Dit gebeurt door middel van berichten, forumdiscussies, enquêtes en blogs, waarbij de organisatie haar belangrijkste boodschappen uitdraagt. Als beheerder van verschillende sociale netwerkgroepen op Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Google+ en LinkedIn heeft de vereniging een groot bereik om haar communicatiedoelstellingen te verwezenlijken op het gebied van voorlichting en participatie bij campagnes. Dat geldt met name voor Facebook, omdat hier het bereik van en interactie met de doelgroep het grootst is.

## **2016**

In het algemeen streeft de Sophia-Vereeniging naar het bereiken van een grotere achterban met meer gerichte informatie. De doelstelling is om 2016 af te sluiten met 16.500 volgers op de sociale media. Daartoe wordt onderzocht welke van de diverse beschikbare kanalen het beste ingezet kunnen worden om de doelgroep te bereiken, ook met het oog op efficiëntie en de beperkte capaciteit. Op continue basis worden de bezoekersgegevens van de website geanalyseerd, zodat de geboden informatie kan worden afgestemd op de behoeften en het bezoekersaantal van ruim een half miljoen wordt vastgehouden. De Sophia DierenSpreekuren zullen in 2016 hun huidige vorm behouden. 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 het 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. Andere huisdieren belanden 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 en in winkels worden aangeboden, zijn veel te vroeg uit het nest gehaald, niet gesocialiseerd (met gedragsproblemen tot gevolg), ze hebben erfelijke gebreken 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:

- 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;
- Potentiële huisdiereigenaren worden gestimuleerd om een dier aan te schaffen bij een asiel of opvang;
- Huisdiereigenaren zich bewust zijn van het probleem en hun eigen verantwoordelijkheid nemen, bijvoorbeeld door hun huisdier te castreren en geen nestjes te nemen;
- Het fokken van huisdieren aan banden wordt gelegd, door middel van strenge regelgeving omtrent geboortebepanking.

## **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. Zo kwam zij meermaals in het nieuws met haar pleidooi voor strenge regelgeving omtrent castratie van katten die verkocht of weggegeven worden en gaf zij voorlichting over het verantwoord aanschaffen van katten en andere huisdieren. In 2014 en 2015 vond er een grootschalige advertentiecampaagne plaats op Marktplaats.nl om impulsaankopen te voorkomen. Daarbij verscheen bij elke advertentie waarin een kat wordt aangeboden informatie over de hoeveelheid tijd, geld, aandacht en ruimte een kat kost. In een jaar tijd werden deze advertenties 17.250.000 keer vertoond. De Marktplaatscampagne en de publicaties droegen er onder meer aan bij dat de Sophia-Vereeniging in 2015 tweemaal werd uitgenodigd door het ministerie van Economische Zaken om de aanpak van impulsaankopen te bespreken.

### **2016**

In 2016 zal de overschotcampagne worden voortgezet, waarbij katten voornamelijk het belangrijkste onderwerp zullen vormen. Dankzij giften vanuit de achterban kon de advertentiecampaagne op Marktplaats.nl met een half jaar worden verlengd, tot medio 2016.

Ondertussen wijst de Sophia-Vereeniging katteneigenaren op hun verantwoordelijkheid om hun dieren te castreren en geen nestjes kittens te nemen. Deze voorlichting vindt plaats via de website, het Sophi@-Nieuws en de sociale media, die ook zullen worden ingezet om mensen te stimuleren om dieren via een asiel of opvang aan te schaffen en om impulsaankopen te voorkomen door potentiële eigenaren goed te informeren over wat er allemaal komt kijken bij de aanschaf van een dier.

In het komende jaar zal tevens worden gepleit voor een verbod op de verkoop van huisdieren in dierenwinkels, tuincentra en via het internet. 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, dierenwinkels en tuincentra die bewust stoppen met de verkoop van dieren). Ook door de Sophia-Vereeniging zelf zullen nieuwsmomenten worden gecreëerd, bijvoorbeeld door bij de asielen na te gaan of zij al last hebben van de vakantiedrukke. Doelstelling is om 2,5 miljoen mensen te bereiken via publicaties en 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 bieden 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 door de fokkers zelf gedood, omdat hun hokruimte en voeding liever besteed worden aan dieren die geld opleveren.*

## **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 2015 stuurde zij een brandbrief naar staatssecretaris Dijkema van Economische Zaken, die werd ondertekend door 10.000 dierenliefhebbers. In de brief werd verzocht de aanpassing van de wet door te voeren voor alle dieren die als huisdier gehouden worden. De petitie kon rekenen op veel media-aandacht in landelijke dagbladen, op de radio en online.

### **2016**

In de komende periode onderhoudt de Sophia-Vereeniging contact met de verantwoordelijke beleidsmakers en informeert hen actief, gebruikmakend van het uitgebreide dossier dat inmiddels is opgebouwd over dit onderwerp, evenals de resultaten van de petitie voor een verbod op het zelf doden van vogels, vissen, konijnen en knaagdieren. Daarnaast vraagt de vereniging aandacht voor het onderwerp als daartoe aanleiding is vanwege actuele gebeurtenissen, met een streefbereik van 300.000. Doelstelling is een uitbreiding van het verbod op het zelf doden van dieren in 2017.

### **Sophia HitteStikker**

Een auto die in de zon staat, verandert al snel in een oven. Zelfs in de schaduw met het raam open kan de temperatuur gemakkelijk oplopen tot boven de 40 graden. Voor honden is deze hitte levensgevaarlijk. Zij kunnen hun warmte moeilijk kwijt, waardoor ze snel oververhit raken en overlijden. Om hondeneigenaren te waarschuwen voor de gevaren van een te hete auto, ontwierp de Sophia-Vereeniging de Sophia HitteStikker. Deze zal in 2016 wederom via de website worden aangeboden voor € 1,50 aan verzendkosten. Tevens zal zij het onderwerp via de sociale media onder de aandacht brengen.

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

Naast publieksvoorlichting via de media informeert de Sophia-Vereeniging potentiële huisdierigenaren 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 huis-

diereigenaren om een dier aan te schaffen bij een opvang of asiel, zodat deze dieren een tweede kans krijgen op een goed leven.

De Sophia DierenSpreekuren blijken een goede graadmeter voor wat er speelt onder huisdier-eigenaren. In 2014 meldden de deskundigen bijvoorbeeld dat steeds meer eigenaren de dieren-arts vermijden omdat zij de kosten te hoog vinden. Daarop werd in 2015 een campagne ge-start om het btw-tarief van dierenartsen te verlagen. De campagne werd breed uitgemeten in de media, met een bereik van zo'n 4,5 miljoen mensen. Een brief aan staatssecretaris Wiebes van Financiën werd ruim 37.000 keer ondertekend. In oktober werd de petitie aangeboden aan de staatssecretaris, die weigerde om deze persoonlijk in ontvangst te nemen, zich beroepend op Europese richtlijnen. Daarop stuurde de Sophia-Vereeniging de handtekeningen naar de vaste Kamercommissie voor Financiën, waarna een motie werd ingediend om het btw-tarief van dierenartsen te herzien.

## **2016**

De Sophia-Vereeniging is blij dat de verlaging van het btw-tarief van dierenartsen nu op de politieke agenda staat. Afhankelijk van de stemmingen in de Eerste Kamer over het Belastingplan 2016, zal het komende jaar verder invulling gegeven worden aan de campagne voor een lager btw-tarief op diergeneeskundige handelingen. Daarbij zal politieke lobby worden ingezet om de staatssecretaris aan te sporen zijn invloed te laten gelden, bijvoorbeeld door de Europese richtlijnen ter discussie te stellen of te zoeken naar mogelijkheden binnen de huidige richtlijnen om het btw-tarief van dierenartsen alsnog te verlagen of af te schaffen. Tevens zal publiciteit worden gegenereerd door persberichten te sturen en actief te reageren op actuele gebeurtenissen.

Bij de Sophia DierenSpreekuren wordt gewerkt aan 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, worden de beschikbare data van vragenstellers periodiek geanalyseerd zodat trends zichtbaar worden. 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. De huidige structuur zal worden aangepast, zodat de website gebruiksvriendelijker is bij raadpleging via mobiele apparaten. In 2016 wordt tevens een protocol opgesteld om de verschillende online communicatiekanalen beter op elkaar en op de lopende campagnes af te stemmen. Dit protocol zal jaarlijks worden aangepast aan de actuele ontwikkelingen zodat de communicatiekanalen optimaal worden benut en 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 wezenlijk aangetast wordt, zal de organisatie zich in 2016 wederom inzetten voor groei van inkomsten. Dat gebeurt deels middels een onlangs gestart traject voor nalatenschappenwerving, via sponsoring en met werving via vermogensfondsen. Het belangrijkste streven is echter 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 ruim 10.000 leden en donateurs aan zich te binden. In de komende vijf tot tien 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.

### 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 lid, anderen melden zich aan als ontvanger van de digitale nieuwsbrief Sophi@-Nieuws. De database van de Sophia-Vereeniging telt circa 50.000 ‘warme’ e-mailadressen. Doelstelling is om dit aantal in 2016 met 10.000 te vergroten en de contacten op regelmatige basis te benaderen met het verzoek om lid te worden. Daarnaast worden er ledenwervende advertenties geplaatst op Facebook en bij externe websitebeheerders die tegen een vergoeding leden werven. Op deze manier wordt gestreefd naar 200 nieuwe leden.

##### **Telefonische werving**

Belopdrachten besteedt de Sophia-Vereeniging uit aan een extern bureau. Daarbij worden telefoonnummers gebruikt afkomstig van dierenbeschermende (sms-)acties, zoals de Sophia NoodSticker, de Sophia HitteSticker en campagnepetities. Op deze wijze werden de afgelopen jaren tegen een relatief laag tarief nieuwe leden en donateurs geworven. Met een structurele promotie van de Sophia NoodSticker en het verzamelen van telefoonnummers via petities en andere steunwaardige dierenbeschermende activiteiten kan deze manier van werven ook in 2016 doorgang vinden. Het streven is om op deze wijze 750 leden en donateurs te werven, afhankelijk van het aantal geworven telefoonnummers.

### **Straatwerving**

Hoewel de uitvalpercentages hoger zijn dan bij andere vormen van ledenwerving, levert straatwerving voor de Sophia-Vereeniging goede resultaten. Deze manier van werven zal in het komende jaar worden gecontinueerd via een extern bureau, met als doel om 400 nieuwe leden en donateurs te werven. Indien er extra inkomsten gegenereerd worden boven de begroete inkomsten, kan hier een extra opdracht uitgezet worden.

### **Peer to peer**

Bij peer-to-peerwerving worden binnen het eigen netwerk fondsen of leden geworven, zonder tussenkomst van de Sophia-Vereeniging. In de afgelopen jaren werd hiermee op bescheiden schaal ervaring opgedaan, waarbij bijvoorbeeld een sponsorloop werd georganiseerd en het bedrag werd gedoneerd aan de vereniging. In 2016 wordt deze vorm van werving verder gestimuleerd via de website, de sociale media en speciale (online) platforms. Naast het verkrijgen van een donatie of leden is het verzamelen van contactgegevens een doelstelling, om in te zetten voor ledenwerving.

### **Crowdfunding**

Op kleine schaal zet de Sophia-Vereeniging crowdfunding in om fondsen te werven. Daarbij wordt een activiteit omschreven, gekoppeld aan een bedrag dat nodig is om deze activiteit ten uitvoer te brengen. Particulieren worden vervolgens verzocht om hierin te investeren door middel van donaties. Crowdfunding levert de beste resultaten bij zo concreet mogelijke doelstellingen. Omdat de activiteiten van de Sophia-Vereeniging merendeels algemeen en voorlichtend van aard zijn, zal gezocht worden naar nieuwe invalshoeken om tot succesvolle crowdfundingcampagnes te komen en in 2016 minimaal € 1.000,- op te halen.

### **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 stimuleert de organisatie de groei van haar achterban en wordt tegelijkertijd voorlichting gegeven 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 en donateurs worden gestimuleerd om de verenigingsactiviteiten te ondersteunen met een extra gift, 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 en donateurs 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*, de *Sophia HitteSticker* en het *Sophia HuisdierenKwartet* blijken daarbij populair. Tevens wordt leden in april en oktober de mogelijkheid geboden om gratis het examen *Sophia Dieren-EHBO* af te leggen.

### **Nalatenschappen**

Nalatenschappen zijn voor de Sophia-Vereeniging altijd een belangrijke bron van inkomsten geweest. Met het gestaag toenemende aantal goede doelen in Nederland, is het belangrijk om op dit vlak zichtbaar te blijven. Hoewel de resultaten pas op de lange termijn zichtbaar zullen zijn, is in 2015 een traject gestart voor nalatenschappenwerving. Daarbij is onder meer een ‘legacy proposition’ opgesteld, waarin wordt benadrukt waarom men kan kiezen voor de Sophia-Vereeniging als legataris of erfgenaam. Tevens is er een nalatenschappenbrochure in ontwikkeling. In 2016 zullen de eigen communicatiemiddelen verder worden geoptimaliseerd voor nalatenschappenwerving en zal de achterban op gepaste wijze worden benaderd over de mogelijkheid om aan de Sophia-Vereeniging een erfenis of legaat na te laten.

### **Grote-giftencampagne**

Parallel aan het wervingstraject voor nalatenschappen zal bij de leden de bereidheid worden onderzocht om specifieke activiteiten financieel te steunen, al dan niet op naam. Daartoe heeft een analyse van de eigen database plaatsgevonden, waarna gericht gezocht kan worden naar mogelijke ‘grote’ gevers. Met hen zal op individueel niveau contact worden gezocht: om hen te bewegen te doneren voor een activiteit, moet deze nauw aansluiten bij hun belevingswereld. Afhankelijk van de wensen van de gever 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 op deze wijze € 10.000,- te verwerven in 2016.

## 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 via vermogensfondsen werden onder meer voor het *Sophia SnuffelCollege* en het *Sophia HuisdierenKwartet* donaties verkregen. Ook in 2016 zal de vereniging haar campagnes en projecten aanbieden voor sponsoring, fondsen en subsidies. Daarbij 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 is gebleken dat het lastig is om structurele sponsorinkomsten te verkrijgen. Diervriendelijke bedrijven zijn meestal niet kapitaalkrchtig 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 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. Ook is gebleken dat bij regelmatige verzoeken de interesse bij potentiële sponsors stijgt en duurzame contacten kunnen ontstaan. Doelstelling is om € 10.000,- via sponsoring te verkrijgen in het komende jaar, bijvoorbeeld voor activiteiten rondom het jubileumjaar 2017.

## **Vermogensfondsen**

Met wisselend succes vraagt de Sophia-Vereeniging financiële ondersteuning voor haar projecten en campagnes aan bij fondsen. Hoewel de voorlichtende activiteiten van de vereniging doorgaans buiten de gehanteerde criteria vallen, leert de ervaring dat de aanhouder wint: voor het deelproject 'Sophia SnuffelCollege in de multiculturele samenleving' werd € 25.000,- gedoneerd door een fonds dat zich richt op de integratie van allochtone kinderen. Ook werd een bedrag van € 5.000,- verworven voor de ontwikkeling van het Sophia HuisdierenKwartet, gedoneerd door een fonds dat zich richt op jeugdeducatie. In 2016 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 werd de Sophia-Vereeniging benaderd door de gemeente Heemskerk om met het Sophia SnuffelCollege het hondenbeleid van de gemeente mede vorm te geven. Dit leverde een subsidie op van € 4.000,- voor 2014, waarbij werd afgesproken dat de gemeente Heemskerk het project aanbeveelt binnen haar netwerk. Eind 2015 vonden gesprekken plaats met de gemeente Groningen over een mogelijke subsidiëring van het Sophia SnuffelCollege aldaar. Hierover zal het komende jaar meer duidelijkheid komen. Met deze aanpak ziet de Sophia-Vereeniging kansen om meerdere gemeenten te interesseren en de beschikbare subsidies voor hondenbeleid aan te spreken, mits er – bijvoorbeeld via externe financiering – extra uren beschikbaar komen op het Sophia SnuffelCollege: het is erg arbeidsintensief gebleken om zorg te dragen voor het structureel opnemen van het Sophia SnuffelCollege in het onderwijs op alle basisscholen van een gemeente.



## Nawoord

Zoals in dit jaarplan te lezen is, zal de Sophia-Vereeniging ook in 2016 met een optimaal gebruik van beschikbare capaciteit en een goede prioriteitenstelling activiteiten ontplooiën die ten goede komen aan het welzijn en de gezondheid van huisdieren in Nederland. Sinds 2014 zijn al onze campagnes en projecten 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 organisatie van onze activiteiten is in goede handen bij de enthousiaste en deskundige medewerkers en tal van vrijwilligers die zich inzetten om het Sophia SnuffelCollege en de Sophia DierenSpreekuren steeds weer tot een succes te maken. Het is belangrijk om te beseffen dat onze dierenbeschermende activiteiten mogelijk worden gemaakt door de steun van onze leden. Ik wil hen dan ook graag hartelijk bedanken voor het vertrouwen in de Sophia-Vereeniging en het ondersteunen van onze missie.

Het komende jaar gaan we verder met onze succesvolle activiteiten en staan we open voor nieuwe, creatieve ideeën. Met een aanhoudend groeiende achterban zetten we onze schouders eronder, zodat de Sophia-Vereeniging ook in de toekomst in staat is positieve bijdragen te leveren aan het welzijn van onze dieren. Met het gedreven team van medewerkers en vrijwilligers gaan we met vertrouwen en vol energie het jaar 2016 in!

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