



Jaarplan 2017

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

| | |
|--|-----------|
| Inleiding | 2 |
| 1. Over de Koningin Sophia-Vereeniging tot Bescherming van Dieren | 3 |
| 2. Huisdieren beschermen | 5 |
| 2.1 Natuurlijk gedrag | 5 |
| 2.2 Aanschaf | 5 |
| 2.3 Activiteiten | 6 |
| 2.4 Voorlichting en politieke lobby | 7 |
| 3. Thema A: Natuurlijk gedrag | 9 |
| 3.1 Eenzaamheid | 9 |
| 3.2 Sophia SnuffelCollege | 10 |
| 3.3 Rasdieren | 11 |
| 3.4 Positieflijst | 13 |
| 3.5 Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media | 14 |
| 4. Thema B: Aanschaf | 16 |
| 4.1 Huisdierenoverschot | 16 |
| 4.2 Doden van huisdieren | 18 |
| 4.3 Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media | 19 |
| 5. Fondsenwerving | 22 |
| 5.1 Particuliere markt | 22 |
| 5.1.1 Nieuwe leden en donateurs werven | 22 |
| 5.1.2 Werving via eigen leden en donateurs | 24 |
| 5.2 Institutionele markt | 24 |
| Nawoord | 26 |

Inleiding

Voor u ligt het Jaarplan 2017 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.

In 2017 beschikt de Sophia-Vereeniging over 150 jaar ervaring in het beschermen van dieren. Dit jubileumjaar zullen we stilstaan bij de wapenfeiten uit het verleden, waarin onze voorgangers met voorlichting en politieke lobby inspeelden op de problemen van die tijd en een groot verschil wisten te maken voor talloze honden, katten, konijnen, knaagdieren, vogels, paarden en vissen. Deze geschiedenis heeft de Sophia-Vereeniging gemaakt tot de solide, daadkrachtige organisatie die actuele kwesties effectief aanpakt en daarmee van grote betekenis is voor huisdieren in Nederland.

In de afgelopen drie jaar hebben we onze kwaliteiten gericht ingezet om significante resultaten te behalen op de thema's Aanschaf en Natuurlijk gedrag: 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 er is een begin gemaakt met de invoering van een positieflijst voor zoogdieren, die paal en perk stelt aan het aantal diersoorten dat als huisdier gehouden mag worden. Ondertussen leerden duizenden kinderen hoe ze veilig en respectvol omgaan met dieren en werden via de media, de website, de Sophia DierenSpreekuren en de sociale media miljoenen (potentiële) huisdiereigenaren bereikt met voorlichting over de aanschaf, de natuurlijke behoeftes en de verzorging van huisdieren.

Het pad dat we zijn ingeslagen, is het juiste gebleken. Dit jaarplan geeft weer hoe wij onze weg het komende jaar zullen vervolgen en invulling geven aan onze ambities. Tevens komt de strategie voor leden- en fondsenwerving aan bod, die gericht is op groei van het ledental en een gedegen financiële basis. Met de hulp van onze achterban die ons steunt met financiële bijdragen, het ondertekenen van petitie's, het invullen van enquêtes en het verspreiden van onze boodschap, hebben we er alle vertrouwen in dat we in 2017, maar ook in de verdere toekomst zullen bijdragen aan een beter welzijn van de dieren waar we mee samenleven.

*Steffie van Horck, directeur
November 2016*

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

De Sophia-Vereeniging bestaat in 2017 uit een bestuur en een ledenraad, een directeur en zeven medewerkers, ondersteund door circa 150 vrijwilligers. Er zijn ruim 4.700 leden en donateurs en tienduizenden 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. Er is een vacature voor een bestuurslid Fondsenwerving, 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), Ingrid Schaefer (secretaris), Rob Koolhaas en Diana Hellinga, voorziet het bestuur gevraagd en ongevraagd van advies. Tevens adviseert zij de leden tijdens de Algemene Ledenvergadering (ALV) in het voorjaar over het goedkeuren van het jaarverslag en de jaarrekening. Als afvaardiging van de leden van de Sophia-Vereeniging benoemt de ledenraad nieuwe bestuursleden. Ook voor de ledenraad worden kandidaten gezocht, die tijdens de ALV kunnen 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 2017 wordt deze werkwijze voortgezet.

Op 1 januari 2017 zijn in dienst:

- Steffie van Horck, directeur
- Kitty Willems, communicatiemanager
- Frank Wassenberg, beleidsmedewerker en lobbyist
- Yvonne Wulffers-Stroomer, campaigner
- Joyce Plenter, campaigner
- Nadine Goudsmit-Lenz, officemanager en projectleider
- Jon Blok, marketingmanager
- Leander Hansen, fondsenwerver

In 2016 werd een nieuwe medewerker aangesteld ter compensatie van een langdurig onbetaald verlof, een zwangerschapsverlof en een langdurig ziekteverlof. Ook bracht de keuze voor intensivering van ledenwerving en -binding een behoefte aan extra capaciteit met zich mee. De huidige functieprofielen en bijbehorende fte's passen inhoudelijk en strategisch bij het te voeren beleid in 2017.

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 dit jubileumjaar zal de achterban worden meegenomen in de rijke geschiedenis van de Sophia-Vereeniging, onder meer in een jubileumeditie van *Dierenhulp*, een campagne op sociale media, een speciale ALV in het Amsterdam Museum en een historische verjaardagskalender. Tevens wordt iedereen uitgenodigd om deel te nemen aan een online social wall, waarop enerzijds getoond wordt wat de Sophia-Vereeniging in het verleden betekend heeft voor dieren en anderzijds ruimte is voor een ieders wensen voor de toekomst van huisdieren in Nederland. Deze wensen zullen worden verzegeld in een tijdcapsule, ter inspiratie voor nieuwe generaties dierenbeschermers.

Omdat het Sophia SnuffelCollege in 2017 haar eigen jubileum kent en 25 jaar onderdeel is van de Sophia-Vereeniging, zal in het najaar het Nationale Sophia SnuffelCollege plaatsvinden. Dit evenement is bedoeld voor volwassenen met angst voor honden, zodat ook zij leren op een veilige en respectvolle manier met dieren om te gaan.

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 tijdgebrek;
- **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 kopers 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

‘Natuurlijk gedrag’ en ‘Aanschaf’ zijn 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 behoeftes 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

In het Jaarplan 2017 worden de activiteiten beschreven conform de richtlijnen van het Centraal Bureau Fondsenwerving voor resultaat- en impactmeting. Daarmee wordt het verband getoond tussen de inspanningen en de uiteindelijke impact op huisdieren in Nederland.

Per activiteit zijn er vier niveau’s te onderscheiden:

1. Activiteiten (en daaraan gekoppeld de acties);
2. Beoogde resultaten 2017 (outputs);
3. Beoogde effecten van die resultaten (outcomes);
4. Beoogde langetermijneffect op huisdieren in Nederland (impact).

2.4 Voorlichting en politieke lobby

De middelen die de Sophia-Vereeniging hanteert om huisdierenleed te bestrijden en te voorkomen, zijn voorlichting en politieke lobby.

Voorlichting

Voorlichting geeft de Sophia-Vereeniging merendeels met gratis publiciteit via perscontacten (direct of via een persbericht), 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 huisdieren-eigenaren. Wel meetbaar is het bereik: de mediacontacten over de activiteiten van de Sophia-Vereeniging genereerden het afgelopen jaar ongekend veel publiciteit, met een bereik van ruim 23,5 miljoen, exclusief radio- en televisie-optredens. Ook in 2017 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 55.000. 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 2017 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 publiciteitscampagnes 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 15 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. In 2017 zal de focus liggen bij de verkiezingen voor de Tweede Kamer, waarbij het publiek via de online Dierenkieswijzer gestimuleerd wordt een diervriendelijke keuze te maken.

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 behoeftes 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 33 miljoen dieren als huisdier gehouden: honden (1,5 miljoen), katten (2,6 miljoen), konijnen (1,2 miljoen), knaagdieren (0,5 miljoen), paarden (450.000), vogels (8,9 miljoen) en vissen (18 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 behoeftes. 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 behoeftes 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 behoeftes 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 veroorzaken 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 (potentiële) huisdiereigenaren te informeren over de sociale behoeftes van huisdieren, vindt bewustwording plaats en zullen meer mensen hier rekening mee houden bij de aanschaf en verzorging van huisdieren.

| Eenzaamheid | | Acties 2017 |
|---|---|---|
| 1. Activiteiten | Voorlichting via media | Perscontacten reactief n.a.v. actualiteit |
| | Voorlichting via sociale media | Berichten plaatsen over sociale behoeftes en n.a.v. actualiteit |
| | Voorlichting via website | Informatie over sociale behoeftes actueel houden |
| | Voorlichting via Sophia DierenSpreekuren | Vragen beantwoorden en voorlichting geven |
| | Voorlichting via Sophia HuisdierenKwartet | Sophia HuisdierenKwartet promoten |
| 2. Outputs (beoogde resultaten 2017) | (Potentiële) huisdiereigenaren ontvangen 500.000 keer informatie over de sociale behoeftes van huisdieren | |
| 3. Outcomes (beoogde effecten van resultaten) | (Potentiële) huisdiereigenaren zijn zich meer bewust van de sociale behoeftes van huisdieren | |
| 4. Impact (beoogde langetermijneffect) | Meer huisdieren worden in hun sociale behoeftes voorzien | |

3.2 Sophia SnuffelCollege

De lichaamstaal van honden wordt vaak verkeerd begrepen. Dat kan gevaarlijke situaties veroorzaken: in Nederland vinden jaarlijks 150.000 bijtincidenten plaats, vooral bij jonge kinderen. 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. Bovendien: kennis van de hondentaal vermindert angst voor honden en het vergroot de kans op een respectvolle omgang met dieren.

Betere omgang met honden

Wie op jonge leeftijd leert dieren te erkennen als wezens met een intrinsieke waarde, zal ook op latere leeftijd beter met dieren omgaan. Met dat uitgangspunt bezoeken de vrijwilligers van het Sophia SnuffelCollege de laagste groepen van de basisschool, samen met een hond die is getoetst op geschiktheid om voor de klas te staan. Tijdens de drie SnuffelColleges leren de kinderen hoe het gedrag en de lichaamstaal van een hond geïnterpreteerd moeten worden. Daarna ontvangen zij een SnuffelDiploma 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.

25 jaar Sophia SnuffelCollege

In 2017 is het Sophia SnuffelCollege 25 jaar onderdeel van de Sophia-Vereeniging. In dat kader zal in het najaar het Nationale Sophia SnuffelCollege worden georganiseerd, gericht op

volwassenen die bang zijn voor honden. Dat hier behoefte aan is, blijkt uit de verzoeken van ouders die de SnuffelVrijwilligers benaderen over dit onderwerp. Ook bij het HondenSpreekuur worden regelmatig vragen gesteld over angst voor honden. Het evenement zal onder meer bestaan uit lezingen van de gedragsdeskundigen van het Sophia SnuffelCollege en is (tegen betaling) toegankelijk voor iedereen.

| Sophia SnuffelCollege | | Acties 2017 |
|---|---|---|
| 1. Activiteiten | Voorlichting aan kinderen op basisscholen | Nieuwe vrijwilligers en honden opleiden om genoeg scholenbezoeken en spreiding te kunnen garanderen (minimaal 50 actieve SnuffelVrijwilligers per jaar) |
| | | Scholenbezoeken organiseren |
| | | Kennis vrijwilligers op peil houden |
| | | Vrijwilligers binden en enthousiasmeren |
| | Voorlichting via media | Perscontacten over SnuffelColleges, Nationale Sophia SnuffelCollege en reactief n.a.v. actualiteit |
| | Voorlichting via sociale media | Berichten plaatsen over SnuffelColleges, Nationale Sophia SnuffelCollege en n.a.v. actualiteit |
| | Voorlichting via Sophia SnuffelSpel | Sophia SnuffelSpel promoten |
| | Voorlichting aan volwassenen | Nationale Sophia SnuffelCollege |
| 2. Outputs (beoogde resultaten 2017) | 5.000 kinderen krijgen les over een verantwoorde omgang met honden | |
| | Nederlanders ontvangen 5 miljoen keer informatie over een goede omgang met honden | |
| | 500 kinderen spelen het Sophia SnuffelSpel | |
| | 150 volwassenen met angst voor honden leren de hondentaal begrijpen en daar adequaat op te reageren | |
| 3. Outcomes (beoogde effecten van resultaten) | Ieder jaar hebben 5.500 kinderen geleerd hoe ze verantwoord met honden omgaan | |
| | Meer mensen weten hoe ze goed met honden moeten omgaan | |
| 4. Impact (beoogde langetermijneffect) | Betere omgang met honden en andere huisdieren | |

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 wordt gepresenteerd als een leidraad voor hondenfokkers om tot gezondere dieren te komen. De Sophia-Vereeniging vindt dat het Fairfokplan moet worden aangescherpt en dat de overheid beschermende maatregelen zou moeten verplichten aan alle fokkers, in plaats van ze over te laten aan (een beperkt deel van) de sector. Verschillende politieke partijen hebben dit standpunt van de Sophia-Vereeniging inmiddels overgenomen.

Publiekscampagne

Om ook maatschappelijk draagvlak te creëren voor het onderwerp (en daarmee de politieke lobby te ondersteunen), voert de vereniging sinds 2010 jaarlijks een publiekscampagne rondom de Amsterdam Winner Show. De organisatie van deze show is sinds 2016 geheel in handen van de Raad van Beheer. Dergelijke rashondentoonstellingen stimuleren de extreme focus op het uiterlijk en gaan volledig voorbij aan het feit dat dieren daar ernstig onder lijden. Met de publiekscampagne worden hondenliefhebbers opgeroepen om hun stem te laten horen, bijvoorbeeld door een brandbrief te ondertekenen of deel te nemen aan een enquête. Naar aanleiding van de campagne ‘Wie is de Winner?’ werd in 2014 in het Besluit gezelschapsdieren opgenomen dat fokkers erfelijke afwijkingen en schadelijke uiterlijke kenmerken voor zover mogelijk moeten voorkomen.

Attitudeverandering

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 rashondenproblematiek. Deze verworven status wordt aangewend om ook de welzijnsproblemen van andere rasdieren (katten, vogels, vissen, konijnen, knaagdieren) voor het voetlicht te brengen bij politiek, media en huisdierbezitters. Daarbij streeft zij naar betere wetgeving en naar een attitudeverandering bij (potentiële) eigenaren, waarbij de nadruk niet meer ligt op het uiterlijk, maar op de gezondheid van de dieren.

| Rasdieren | | Acties 2017 |
|-----------------|---|--|
| 1. Activiteiten | Publiekscampagnes | ‘Wie is de Winner?’/andere campagne |
| | Contact beleidsmakers (politici, ambtenaren, Raad van Beheer) | Lobby voor aanscherping Fairfokplan bij politiek en Raad van Beheer Politieke lobby voor overheidsmaatregelen, waaronder een verbod op inteelt en op hanteren van rasstandaarden die een ziekmakend uiterlijk voorschrijven |
| | Druk op politiek Den Haag uitoefenen via | Ingezonden brieven naar opiniërende kranten n.a.v. actualiteit |

| | | |
|---|---|---|
| | media | Perscontacten over publiekscampagne |
| | Voorlichting via media | Perscontacten over publiekscampagne |
| | Voorlichting via sociale media | Berichten plaatsen op sociale media over publiekscampagne en n.a.v. actualiteit |
| | | Berichten plaatsen op sociale media over problematiek (ook andere diersoorten dan honden) |
| | Voorlichting via website | Informatie over rasdierenproblematiek op de website actueel houden |
| 2. Outputs (beoogde resultaten 2017) | Op de politieke agenda zetten en houden van de rasdierenproblematiek | |
| | Nederlanders ontvangen 1 miljoen keer informatie over de nadelige gevolgen van het fokken op uiterlijk | |
| 3. Outcomes (beoogde effecten van resultaten) | Binnen 4 jaar wettelijke maatregelen tegen het fokken van dieren met een ziekmakend uiterlijk (i.p.v. maatregelen door de sector) | |
| | Potentiële huisdiereigenaren hebben meer aandacht voor de gezondheid bij de aanschaf van huisdieren | |
| 4. Impact (beoogde langetermijneffect) | Er worden geen huisdieren meer gefokt en aangeschaft met een ziekmakend uiterlijk | |

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 behoeftes. In 2014 is met medewerking 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. Met zoogdiersoorten die niet op deze lijst genoemd worden, mag niet worden gefokt. Uiteindelijk mogen deze dieren ook niet meer gehouden en verhandeld worden.

Geschikt of ongeschikt

Hoewel de positieflijst 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. Meermaals 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. Staatssecretaris Van Dam heeft toegezegd de positieflijst Zoogdieren begin 2017 af te ronden. Daarna zal worden gestart met de positieflijst Vogels en reptielen.

Tegenstrijdige belangen

Bij de invulling van de positieflijsten 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 Neder-

landse. 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 de invoering, de externe communicatie, de overgangstermijn en de handhaving. Tevens zullen het politieke netwerk van de vereniging en de Dierenkieswijzer van de Dierencoalitie worden ingezet om te komen tot een positieflijst die zo adequaat mogelijk weergeeft welke dieren als huisdier gehouden zouden mogen worden.

| Positieflijst | | Acties 2017 |
|---|---|--|
| 1. Activiteiten | Deelname aan werkgroepen van het ministerie van Economische Zaken | Deelname aan werkgroep Zoogdieren inz. invoering, externe communicatie, overgangstermijn en handhaving |
| | | Deelname aan werkgroep Vogels en reptielen (indien van toepassing) |
| | Contact beleidsmakers (politici en ambtenaren) | Politieke lobby voor snelle en adequate invulling positieflijst Zoogdieren en start positieflijst Vogels en reptielen, onder meer rondom verkiezingen Tweede Kamer |
| | Druk op politiek Den Haag uitoefenen via media | Ingezonden brieven naar opiniërende kranten n.a.v. actualiteit |
| | | Perscontacten over Dierenkieswijzer |
| | Voorlichting via sociale media | Berichten plaatsen op sociale media over noodzaak positieflijsten n.a.v. actualiteit en Dierenkieswijzer |
| Voorlichting via website | Informatie over positieflijsten op de website actueel houden, link naar Dierenkieswijzer | |
| 2. Outputs (beoogde resultaten 2017) | Op de politieke agenda zetten en houden van het aanscherpen van de positieflijst Zoogdieren | |
| | Start positieflijst Vogels en reptielen | |
| | 400.000 mensen ontvangen informatie over noodzaak positieflijsten ten gunste van het dierenwelzijn | |
| 3. Outcomes (beoogde effecten van resultaten) | In 2020 positieflijsten Zoogdieren en Vogels en reptielen met alleen dieren die naar hun aard met mensen gehouden kunnen worden | |
| 4. Impact (beoogde langetermijneffect) | Er worden geen dieren meer als huisdier gehouden die daarvoor niet geschikt zijn | |

3.5 Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media

Aanvullend op voorlichting over de activiteiten 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 1.000 vragen stellen over de verzorging en huisvesting van honden, katten, konijnen en knaagdieren. Begin 2017 wordt een nieuwe website gelanceerd, die gebruiksvriendelijker, overzichtelijker, en geschikt is voor alle soorten schermen. Doel is om de impact van de activiteiten duidelijker te tonen,

interactie met de bezoeker te stimuleren en online ledenwerving eenvoudiger te maken. De website wordt op continue basis geoptimaliseerd en aangepast aan de eisen van zoekmachine-marketing. 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 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.

| Voorlichting Natuurlijk gedrag | | Acties 2017 |
|---|--|---|
| 1. Activiteiten | Voorlichting via media | Reactief inspelen op actualiteit |
| | Voorlichting via sociale media | Op continue basis onderzoeken hoe en welke voorlichtingskanalen het beste ingezet kunnen worden |
| | | Mensen motiveren om de Sophia-Vereeniging te volgen via sociale media |
| | | Berichten plaatsen over natuurlijk gedrag op sociale media |
| | Voorlichting via website | Bezoekersgegevens website analyseren, zodat informatie kan worden toegespitst op de behoeftes |
| | | Teksten over natuurlijk gedrag actueel houden |
| Voorlichting via Sophia DierenSpreekuren | Vragen beantwoorden en voorlichting geven | |
| 2. Outputs (beoogde resultaten 2017) | 500.000 mensen ontvangen via de media informatie over het natuurlijke gedrag van huisdieren | |
| | Eind 2017 ontvangen 27.000 mensen op reguliere basis informatie over het natuurlijke gedrag van huisdieren via de sociale media | |
| | 200.000 mensen bezoeken de webpagina's met informatie over het natuurlijke gedrag van huisdieren | |
| | 1.000 mensen ontvangen advies/informatie over het natuurlijke gedrag en/of een verantwoorde aanschaf van huisdieren via de Sophia DierenSpreekuren | |
| 3. Outcomes (beoogde effecten van resultaten) | Huisdiereigenaren houden meer rekening met het natuurlijke gedrag van hun dieren | |
| 4. Impact (beoogde langetermijneffect) | Minder huisdierenleed als gevolg van een gebrek aan kennis over het natuurlijke gedrag van dieren | |

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 en minder goed verkopen.

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. Bovendien stimuleert het wanpraktijken bij fokkers, die enkel de dieren laten leven die goed verkocht worden.

Aanpak

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

- Het fokken van huisdieren aan banden wordt gelegd, door middel van regelgeving omtrent geboortebeperking;
- Huisdiereigenaren zich bewust zijn van het probleem en hun eigen verantwoordelijkheid nemen, bijvoorbeeld door hun huisdier te castreren en geen nestjes te nemen;
- 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.

Marktplaatscampagne

Via publiekscampagnes, de (sociale) media, de website en de Sophia DierenSpreekuren geeft de Sophia-Vereeniging voorlichting over de aanschaf van huisdieren bij opvangcentra en over de noodzaak van geboortebepanking. Haar pleidooi voor strenge regelgeving omtrent het chippen en castreren van katten, werd in 2016 ondersteund door de Raad voor Dieren-aangelegenheden (RDA). Om impulsaankopen te voorkomen, vond er de afgelopen drie jaar een grootschalige advertentiecampaagne plaats op Marktplaats.nl. Daarbij verscheen bij elke advertentie waarin een kat wordt aangeboden informatie over de hoeveelheid tijd, geld, ruimte en aandacht die een kat kost. Tot op heden werden deze advertenties ruim 23 miljoen keer vertoond. De Marktplaatscampagne droeg er onder meer aan bij dat de Sophia-Vereeniging tweemaal werd uitgenodigd op het ministerie van Economische Zaken om de aanpak van impulsaankopen te bespreken. Indien daartoe fondsen geworven worden, zal de advertentiecampaagne worden verlengd en mogelijk worden uitgebreid naar andere huisdiergroepen.

Stop de huisdierenhandel

In mei 2016 startte de Sophia-Vereeniging de campagne 'Stop de huisdierenhandel'. Doel is een verbod op de verkoop van huisdieren in dierenwinkels, tuincentra en via het internet. Met zo'n verbod worden impulsaankopen tegengegaan en kunnen malafide fokpraktijken worden aangepakt. Mensen die deze campagne willen steunen, kunnen een petitie ondertekenen en een e-mail sturen naar een dierenwinkel of tuincentrum of naar Marktplaats.nl, met het verzoek te stoppen met de verkoop van dieren.

| Huisdierenoverschot | | Acties 2017 |
|---------------------------------|---|---|
| 1. Activiteiten | Publiekscampagnes | Vervolg 'Stop de huisdierenhandel', mogelijk koppelen aan puppyhandel |
| | Contact beleidsmakers (politici en ambtenaren) | Politieke lobby voor verbod op verkoop huisdieren via dierenwinkels, tuincentra en het internet, onder meer via aanbieden petitie |
| | | Politieke lobby voor maatregelen omtrent geboortebepanking, zoals geadviseerd door de RDA |
| | Druk op politiek Den Haag uitoefenen via media | Ingezonden brieven naar opiniërende kranten n.a.v. actualiteit |
| | | Perscontacten over 'Stop de huisdierenhandel' |
| | Voorlichting via media | Perscontacten over 'Stop de huisdierenhandel' |
| | Voorlichting via sociale media | Berichten plaatsen op sociale media over 'Stop de huisdierenhandel' en n.a.v. actualiteit |
| | Voorlichting via website | Informatie over huisdierenoverschot op de website actueel houden |
| | Voorlichting via Sophia DierenSpreekuren | Vragen beantwoorden en voorlichting geven |
| Voorlichting via Marktplaats.nl | Banners en advertenties plaatsen over verantwoorde aanschaf katten/andere | |

| | | |
|---|---|------------------------------|
| | (modulair) | huisdieren op Marktplaats.nl |
| 2. Outputs (beoogde resultaten 2017) | Op de politieke agenda zetten en houden van het probleem van impulsaankopen | |
| | 5 miljoen mensen ontvangen informatie over een verantwoorde aanschaf van huisdieren (overwegingen m.b.t. verantwoordelijkheden en consequenties, plaats van aanschaf) | |
| | 250.000 mensen ontvangen informatie over het verband tussen nestjes en asielen | |
| | Op de politieke agenda zetten en houden van maatregelen omtrent geboortebeperking | |
| 3. Outcomes (beoogde effecten van resultaten) | Verbod op de verkoop van dieren via dierenwinkels, tuincentra en het internet binnen 4 jaar | |
| | Beter geïnformeerde, weloverwogen aanschaf van huisdieren door potentiële huisdiereigenaren | |
| | Meer aanschaf van huisdieren in asielen | |
| | Minder nestjes en meer castratie van huisdieren bij particulieren | |
| | Wettelijke regelgeving omtrent geboortebeperking binnen 4 jaar | |
| 4. Impact (beoogde langetermijneffect) | Minder huisdieren op straat en in asielen | |

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 en verontwaardiging: veel media besteedden aandacht aan de zaak. Na een intensief lobbytraject lukte het de Sophia-Vereeniging in 2012 om ook staatssecretaris Bleker te overtuigen van de noodzaak om 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 honden en katten euthanaseren als dat medisch noodzakelijk is.

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 daartoe een brandbrief naar staatssecretaris Dijksma van Economische Zaken, die werd ondertekend door 10.000 dierenliefhebbers. De petitie kon rekenen op veel media-aandacht in landelijke dagbladen, op de radio en online. Ondertussen werkte de Sophia-

Vereeniging mee aan het televisieprogramma *Rambam*, waarin getoond werd hoe konijnen die te groot waren geworden om als 'schattig' verkocht te worden door fokkers worden gedood, bijvoorbeeld door ze aan diertuinen aan te bieden als roofdierenvoer.

Gesprek met Economische Zaken

Naar aanleiding van de brandbrief en de uitzending van *Rambam* werd de vereniging in april 2016 uitgenodigd op het ministerie van Economische Zaken. De directeur Dierlijke agrotens en diergezondheid adviseerde de Sophia-Vereeniging om de media en de politiek actief te blijven attenderen op het onderwerp om een uitbreiding van het verbod te realiseren. Met de campagne 'Stop de huisdierenhandel' brengt de Sophia-Vereeniging de malafide praktijken van fokkers wederom onder de aandacht.

| Doden van huisdieren | | Acties 2017 |
|---|--|---|
| 1. Activiteiten | Publiekscampagnes | Vervolg 'Stop de huisdierenhandel' |
| | Contact beleidsmakers (politici en ambtenaren) | Politieke lobby voor uitbreiding verbod op het doden van huisdieren door particulieren |
| | Druk op politiek Den Haag uitoefenen via media | Ingezonden brieven naar opiniërende kranten n.a.v. actualiteit Perscontacten over 'Stop de huisdierenhandel' |
| 2. Outputs (beoogde resultaten 2017) | Op de politieke agenda zetten en houden van het uitbreiden van het verbod op het doden van huisdieren door particulieren | |
| 3. Outcomes (beoogde effecten van resultaten) | Binnen 4 jaar een uitbreiding van het verbod op het doden van huisdieren door particulieren | |
| 4. Impact (beoogde langetermijneffect) | Er worden geen huisdieren meer gedood door particulieren | |

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 2017 wederom via de website worden aangeboden voor € 1,50 aan verzendkosten. Tevens het onderwerp via de sociale media onder de aandacht worden gebracht.

4.3 Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media

Naast publieksvoorlichting over de activiteiten 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 een 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 Dieren-Sprekuren potentiële huisdiereigenaren om een dier aan te schaffen bij een opvang of asiel, zodat deze dieren een tweede kans krijgen op een goed leven.

Btw-campagne

De Sophia DierenSprekuren blijken een goede graadmeter voor wat er speelt onder huisdiereigenaren. In 2014 meldden de deskundigen bijvoorbeeld dat steeds meer eigenaren de dierenarts mijden omdat zij de kosten te hoog vinden. Daarop werd in 2015 een campagne gestart om het btw-tarief van dierenartsen te verlagen. De campagne bereikte tot op heden zo'n 6 miljoen mensen en een brief aan staatssecretaris Wiebes van Financiën werd meer dan 37.000 keer ondertekend. De staatssecretaris weigerde echter om de brief 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. Tijdens een Algemeen Overleg in juni 2016 werd het onderwerp wederom aangekaart op aandringen van de Sophia-Vereeniging. Vlak daarna ontving de vereniging een brief van de directeur Internationale Zaken en Verbruiksbelastingen met daarin een afwijzing wegens Europese regelgeving en economische onwenselijkheid van een belastingverlaging.

| Voorlichting Aanschaf | | Acties 2017 |
|--|--|--|
| 1. Activiteiten | Publiekscampagnes | Vervolg btw-campagne |
| | Contact beleidsmakers (politici en ambtenaren) | Politieke lobby voor verlaging btw op diergeneeskundige handelingen, onder meer via Dierenkieswijzer |
| | Druk op politiek Den Haag uitoefenen via media | Ingezonden brieven naar opiniërende kranten n.a.v. actualiteit |
| | | Perscontacten over btw-campagne |
| | Voorlichting via media | Reactief inspelen op actualiteit |
| | | Mensen motiveren om de Sophia-Vereeniging te volgen via sociale media |
| | | Berichten plaatsen over aanschaf en btw-verlaging/Dierenkieswijzer op sociale media |
| | Voorlichting via website | De website actueel houden en op continue basis optimaliseren |
| | Voorlichting via Sophia DierenSprekuren | Vragen beantwoorden en voorlichting geven |
| Beschikbare data per kwartaal analyseren om trends vast te stellen ter ondersteuning van campagnes | | |
| 2. Outputs (beoogde resultaten 2017) | 500.000 mensen ontvangen via de media informatie over een verantwoorde aanschaf van huisdieren | |
| | Eind 2017 ontvangen 27.000 mensen op reguliere basis informatie over een verantwoorde aanschaf van huisdieren via de sociale media | |

| | |
|---|--|
| | 100.000 mensen bezoeken de webpagina's van de SV met informatie over een verantwoorde aanschaf van huisdieren |
| | 1.000 mensen ontvangen advies/informatie over het een verantwoorde aanschaf en/of het natuurlijke gedrag van huisdieren via de Sophia DierenSprekuren |
| | Op de politieke agenda zetten en houden van een verlaging van de btw op diergeneeskundige handelingen |
| 3. Outcomes (beoogde effecten van resultaten) | Beter geïnformeerde, weloverwogen aanschaf van huisdieren door potentiële huisdiereigenaren |
| | Meer aanschaf van huisdieren in asielen |
| | Binnen 4 jaar een wettelijke verlaging van het btw-tarief op diergeneeskundige handelingen |
| 4. Impact (beoogde langetermijneffect) | Minder huisdierenleed als gevolg van ondoordachte aanschaf (verwaarlozing, verkeerde verzorging, geen adequate medische zorg, snel weer afstand doen van het dier) |

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 dit niet wordt gerealiseerd leidt dat meteen tot een fors tekort.

Om te voorkomen dat het vermogen dusdanig aangetast wordt dat het voortbestaan van de organisatie in gevaar komt, zal de vereniging zich in 2017 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 structurele 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 15.000 leden en donateurs aan zich te binden. In 2016 is een traject gestart waarbij wordt onderzocht hoe er per 2017 op verantwoorde en effectieve wijze extra vermogen kan worden ingezet om versneld leden te werven en te behouden, zodat dit aantal binnen afzienbare tijd behaald wordt.

Een belangrijk onderdeel van dit traject werd gevormd door een drietal groepsgesprekken met de achterban van de Sophia-Vereeniging: mensen die in het afgelopen jaar lid werden, mensen die al langer lid zijn en mensen die recent hun lidmaatschap opzegden. Deze gesprekken leverden waardevolle informatie die gebruikt wordt in nieuwe introductie- en loyaliteitsprogramma's. Tevens wordt de nieuw verworven kennis aangewend om de werfmethodes te optimaliseren die voor de Sophia-Vereeniging het meest rendabel zijn gebleken: online werving, telefonische werving en straatwerving.

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 51.000 'warme' e-mailadressen. Doelstelling is om dit aantal in 2017 te verhogen naar 55.000 en de contacten op regelmatige basis te benaderen met het verzoek om lid te worden. Daarnaast worden er ledenwervende advertenties geplaatst op Facebook en is de nieuwe website, die begin 2017 wordt gelanceerd, geoptimaliseerd voor leden- en donateurwerving. Via online werving 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 en -enquêtes. Op deze wijze werden de afgelopen jaren tegen een relatief laag tarief nieuwe leden en donateurs geworven met een laag uitvalpercentage. Ook in 2017 zal deze methode worden ingezet, met als streven om 500 nieuwe leden en donateurs te werven. Omdat telefonische werving voor de Sophia-Vereeniging bijzonder effectief is gebleken, worden de mogelijkheden geïnventariseerd voor opschaaling van deze werfmethode. Het aantal leden en donateurs dat telefonisch geworven kan worden, is immers beperkt omdat het afhankelijk is van de dierenbeschermende activiteiten waarmee telefoonnummers verkregen kunnen worden. Met een test zal worden onderzocht of het aankopen van telefoonnummers tot de mogelijkheden behoort om verantwoord en effectief schaalvergroting toe te passen. De verwachting is dat deze test 616 extra nieuwe leden en donateurs op zal leveren.

Straatwerving

Hoewel de uitvalpercentages hoger zijn dan bij andere vormen van ledenwerving, levert straatwerving via een extern bureau voor de Sophia-Vereeniging goede resultaten. In 2017 zullen op deze wijze 550 leden en donateurs geworven worden. Omdat deze manier van werven niet direct gekoppeld is aan de dierenbeschermende activiteiten van de vereniging, kan op relatief eenvoudige wijze schaalvergroting worden toegepast. Voordat hiermee wordt gestart, zal de straatwervingmethode begin 2017 worden geoptimaliseerd, onder meer door het opstellen van introductie- en loyaliteitsprogramma's die de uitval beperken. Tevens wordt een aantal tests uitgevoerd, bijvoorbeeld omtrent de incentives, het werven via tablets en de hoogte van de maandelijkse bijdrage.

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. In 2017 zal worden onderzocht of er nieuwe of aanvullende incentives kunnen worden ontwikkeld die de groei en de loyaliteit van de achterban stimuleren.

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 brief bij het blad *Dierenhulp*. Daarnaast wordt eens per jaar een aparte brief aan de leden en donateurs gestuurd met het verzoek een financiële bijdrage te leveren aan een specifieke activiteit. 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 DierenEHBO af te leggen. Begin 2017 wordt een loyaliteitsprogramma ontwikkeld, waarmee de leden nog meer betrokken worden bij de vereniging. Tevens zullen zij telefonisch benaderd worden met het verzoek om het bedrag dat zij maandelijks aan de vereniging doneren te verhogen.

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 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 ontwikkeld die is verstuurd naar notariskantoren en dierenartspraktijken. Een deel van het ledenbestand heeft eind 2016 een brief ontvangen waarin de brochure onder de aandacht wordt gebracht. In 2017 zullen zij hierover telefonisch worden benaderd. Leden binnen de doelgroep die minimaal 1,5 jaar zijn verbonden aan de organisatie, worden per 2017 structureel gebeld met de vraag of er interesse is in de nalatenschappenbrochure. Via advertenties, in het blad *Dierenhulp* en op de website wordt de doelgroep actief gewezen op de mogelijkheden om een erfenis of legaat na te laten aan de Sophia-Vereeniging.

Grote-giftencampagne

Parallel aan het wervingstraject voor nalatenschappen zal het jongere segment van het ledenbestand worden benaderd met een lijfrentegiftcampagne, waarbij wordt gewezen op het belastingvoordeel bij schenken aan een goed doel. Tevens zal bij potentiële ‘grote gevers’ op individueel niveau de bereidheid worden onderzocht om specifieke activiteiten financieel te steunen, al dan niet op naam. Het streven is om op deze wijze € 15.000,- te verwerven in 2017.

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 2017 zal de vereniging haar campagnes en projecten aanbieden voor sponsoring en fondsen. In verband met

de arbeidsintensiviteit, de jubileumactiviteiten en de beperkte capaciteit zal in 2017 niet worden ingezet op het verkrijgen van subsidies.

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 onafhankelijkheid van de Sophia-Vereeniging. De vereiste tijdsinvestering is bovendien groot. In 2017 zal dan ook niet worden ingezet op structurele sponsoring, maar wordt de beschikbare capaciteit benut om sponsors te vinden en kortingen te bedingen voor de jubileumactiviteiten.

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 2017 zullen het Nationale Sophia SnuffelCollege en de huisdierenoverschotcampagne onder de aandacht worden gebracht van vermogensfondsen. Daarbij is het streefbedrag € 10.000,-.

Subsidies

In de afgelopen jaren is de Sophia-Vereeniging tweemaal met gemeentes in gesprek geweest om met het Sophia SnuffelCollege het hondenbeleid mede vorm te geven. Daarmee liggen er kansen om meerdere gemeentes te interesseren en de beschikbare subsidies voor hondenbeleid aan te spreken. In 2017 beschikt de Sophia-Vereeniging echter niet over voldoende capaciteit om hier uitvoering aan te geven. Dergelijke subsidietrajecten zijn zeer tijdrovend en 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 2017 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. Met de thema's 'Natuurlijk gedrag' en 'Aanschaf' geeft de vereniging duidelijk richting aan de middelen die zij inzet om haar doelstelling te behalen.

De organisatie van onze projecten en campagnes is in goede handen bij de enthousiaste en deskundige medewerkers en tal van vrijwilligers die zich inzetten om het Sophia Snuffel-College 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 jubileumjaar 2017 in, waarin we volop aandacht zullen vragen voor onze rijke geschiedenis en ons streven naar een toekomst zonder huisdierenleed.

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