



# Jaarplan 2018

**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	7
<b>3. Thema A: Natuurlijk gedrag</b>	<b>9</b>
3.1 Eenzaamheid	9
3.2 Sophia SnuffelCollege	10
3.3 Rasdieren	10
3.4 Positieflijst	11
3.5 Beoogde resultaten 2018	12
<b>4. Thema B: Aanschaf</b>	<b>13</b>
4.1 Huisdierenoverschot	13
4.2 Doden van huisdieren	14
4.3 Beoogde resultaten 2018	15
<b>5. Fondsenwerving</b>	<b>16</b>
5.1 Particuliere markt	16
5.1.1 Nieuwe leden en donateurs werven	16
5.1.2 Werving via eigen leden en donateurs	18
5.2 Institutionele markt	18
<b>Nawoord</b>	<b>19</b>

## Inleiding

Voor u ligt het Jaarplan 2018 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 150 jaar ervaring in het beschermen van dieren. Al die tijd wist de vereniging met voorlichting en politieke lobby in te spelen op de problemen van het moment en voor talloze honden, katten, konijnen, knaagdieren, vogels, paarden en vissen een verschil te maken. 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 jaren 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 (sociale) media, de website, de Sophia DierenSpreekuren en het SophiaNieuws miljoenen (potentiële) huisdiereigenaren bereikt met voorlichting over de aanschaf, de natuurlijke behoeftes en de verzorging van huisdieren.

Ondanks de mooie resultaten hebben we nog een lange weg te gaan voordat we ons uiteindelijke doel bereikt hebben: een maatschappij waarin dieren naar hun aard met mensen kunnen leven. 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, meer binding met de achterban en een gedegen financiële basis. Met de hulp van al diegenen die ons steunen 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 2018, maar ook in de verdere toekomst, zullen bijdragen aan een beter welzijn van de dieren waar we mee samenleven.

*Steffie van Horck, directeur  
November 2017*

# 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 2018 uit een bestuur en een ledenraad, een directeur en zes medewerkers, ondersteund door circa 150 vrijwilligers. Er zijn bijna 5.500 leden en donateurs en tienduizenden belangstellenden volgen de organisatie via de sociale media en het digitale SophiaNieuws.

## **Bestuur**

Het bestuur bestaat uit Joachim Nieuwland (voorzitter), Anita Verstegen (secretaris) en Marlies Vandersmissen. Er zijn vacatures voor een penningmeester en een algemeen bestuurslid, waarvoor thans invulling wordt gezocht. Het bestuur is actief betrokken bij de organisatie en beslist over het beleid en de algemene strategie. Circa vijf 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) en Rob Koolhaas, 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 2018 wordt deze werkwijze voortgezet.

Op 1 januari 2018 zijn in dienst:

- Steffie van Horck, directeur
- Kitty Willems, communicatiemanager
- Yvonne Wulffers-Stroomer, campaigner
- Joyce Plenter, campaigner
- Nadine Lenz, officemanager en projectleider
- Jon Blok, marketingmanager
- Yasna Ferwerda, fondsenwerver en marketeer

De huidige functieprofielen en bijbehorende fte's passen inhoudelijk en strategisch bij het te voeren beleid in 2018.

### **Achterban**

Met haar achterban communiceert de Sophia-Vereeniging via de sociale media, de website en de digitale nieuwsbrief SophiaNieuws. Het doel is om lezers voorlichting te geven, te betrekken bij de activiteiten en hun binding met de organisatie te vergroten.

## 2. Huisdieren beschermen

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

- **Onwetendheid** over wat een adequate verzorging van dieren inhoudt en over het natuurlijke gedrag van huisdieren;
- **Onnadenkendheid** bij de aanschaf van een huisdier, waardoor geen rekening gehouden wordt met de consequenties die het verzorgen van een huisdier met zich meebrengt;
- **Onvermogen** om een dier te verzorgen, bijvoorbeeld door financiële problemen, gezinsuitbreiding, gezondheidsproblemen of 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 behoeftes op hun verre voorvaderen. Alleen als de eigenaar beschikt over de juiste informatie over de natuurlijke behoeftes 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 er het komende jaar invulling wordt gegeven aan de thema’s ‘Natuurlijk gedrag’ en ‘Aanschaf’. Daarbij staat een aantal vaste onderwerpen op de agenda:

### **Natuurlijk gedrag**

- Eenzaamheid
- Sophia SnuffelCollege
- Rasdieren
- Positieflijst

### **Aanschaf**

- Huisdierenoverschot
- Doden van huisdieren

Naast de vaste onderwerpen zal de Sophia-Vereeniging in 2018 ook inspelen op actuele kwesties die aansluiten bij haar missie, zoals het beleid omtrent hoogrisicohonden, het achterlaten van honden in de auto bij warm weer, de belasting op diergeneeskundige handelingen en de gemeenteraadverkiezingen, die aanleiding vormen om gemeentes te stimuleren dierenwelzijnskwesties serieus te nemen.

Het Jaarplan 2018 is opgesteld conform de richtlijnen van het Centraal Bureau Fondsenwerving voor resultaat- en impactmeting. Per onderwerp worden de activiteiten beschreven, de beoogde effecten daarvan (outcomes) en het beoogde langetermijneffect op huisdieren in Nederland (impact). De doelstellingen voor 2018 (outputs) worden apart benoemd per thema.



## 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 en ingezonden brieven. 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. Het afgelopen jaar werden via de media ruim 14,2 miljoen mensen bereikt met informatie over de activiteiten van de Sophia-Vereeniging. Ook in 2018 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. In 2017 werd een nieuwe website gelanceerd die gebruiksvriendelijker en overzichtelijker is en geschikt voor alle soorten beeldschermen. Tevens wordt nu de impact van de activiteiten duidelijker getoond, is er meer interactie met de bezoeker en is online ledenwerving eenvoudiger. 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. In 2018 wordt de website op continue basis geoptimaliseerd en zullen de bezoekers regelmatig worden uitgenodigd om deel te nemen aan een korte enquête, test of quiz. De resultaten daarvan zullen zodanig worden verwerkt dat de voorlichting optimaal aansluit bij de informatiebehoefte van de gebruiker.

Als beheerder van verschillende sociale netwerkgroepen op Facebook, Twitter, Instagram en LinkedIn bereikt de vereniging dagelijks duizenden mensen. Met berichten, forumdiscussies, enquêtes en blogs draagt de organisatie haar belangrijkste boodschappen uit en worden volgers betrokken bij haar activiteiten. Dat geldt met name voor Facebook, omdat hier de interactie met de doelgroep het grootst is. Daarnaast geven de sociale media trends weer die mogelijk aandacht behoeven en vormen de reacties van volgers een graadmeter voor het succes van de voorlichtende activiteiten van de Sophia-Vereeniging. Het streven is om het totale aantal volgers in 2018 te verhogen naar 35.000.

Tot slot geeft de Sophia-Vereeniging direct voorlichting via de Sophia DierenSpreekuren, waar (potentiële) huisdiereigenaren gratis terecht kunnen met vragen over honden, katten, konijnen en knaagdieren. Jaarlijks worden hier circa 1.000 vragen gesteld over de verzorging en het natuurlijke gedrag en worden talloze mensen geïnformeerd over wat het houden van een huisdier inhoudt. Zo kunnen zij weloverwogen beslissen om al dan niet een dier aan te schaffen, waarbij zij worden gestimuleerd om naar een opvang of asiel te gaan. Ook het digitale SophiaNieuws wordt ingezet om direct met de achterban te communiceren. Het streven is om het aantal abonnees in 2018 te verhogen naar 55.000 en het mailingsysteem te koppelen aan de database, zodat de achterban meer gericht en geautomatiseerd van informatie kan worden voorzien over onderwerpen naar keuze.

## **Wetgeving en politieke lobby**

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 voor adequate dierenbeschermingswetten en een strenge controle daarop. Aangezien de Wet Dieren in 2019 wordt geëvalueerd, zullen de lobbyactiviteiten in 2018 geïntensiveerd worden met als doel de wet aan te scherpen ten gunste van het huisdierenwelzijn in Nederland.

Als kleine organisatie kan de Sophia-Vereeniging effectieve lobby voeren door – in voorbereiding op een debat of overleg – heel gericht informatie te verstrekken aan Tweede Kamerleden. Zo kan deze informatie door verschillende Kamerfracties worden ingebracht tijdens het debat, waarmee de kans vergroot wordt dat de standpunten van de vereniging worden overgenomen door het betreffende ministerie. Daarnaast dragen publicatiescampagnes en het publiceren van opiniestukken in de landelijke dagbladen en op toonaangevende websites bij aan het vergroten van het politieke draagvlak voor de standpunten van de Sophia-Vereeniging.

Tevens participeert de Sophia-Vereeniging actief in de Dierencoalitie, samen met 14 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 2018 zal de focus liggen bij de evaluatie van de Wet Dieren in 2019 en actuele kwesties zoals de gemeenteraadsverkiezingen.

### **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) en vissen (18 miljoen). Daarnaast worden ook 8,9 miljoen vogels en zo'n 5 miljoen reptielen, amfibieën en exoten gehouden, die daarvoor niet geschikt zijn. Het is onmogelijk om de huisvesting en verzorging van deze dieren geheel af te stemmen op hun natuurlijke behoeftes. Hierdoor kunnen zij hun soortspecifieke gedragsrepertoire niet uitvoeren, met welzijnsproblemen tot gevolg.

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

##### **Problematiek**

De meeste huisdieren zijn van nature groepsdieren, voor wie alleen voedsel en huisvesting onvoldoende zijn om een gezonde leefomgeving te creëren. Toch worden zij vaak alleen gehouden en krijgen ze te weinig kwalitatieve aandacht, wat ernstig ongerief veroorzaakt. Dit geldt 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.

##### **Aanpak**

Sociale verwaarlozing wordt door de Sophia-Vereeniging bestreden met voorlichting aan (potentiële) huisdiereigenaren over het natuurlijke gedrag van huisdieren. Deze voorlichting

vindt plaats via de website, de (sociale) media, de Sophia DierenSpreekuren, het Sophia HuisdierenKwartet en een animatie die in 2017 werd ontwikkeld door In60seconds. Hierdoor vindt bewustwording plaats en zullen meer mensen rekening houden met de sociale behoeftes bij de aanschaf en de verzorging van huisdieren (outcome). Het beoogde langtermijneffect (impact) van deze voorlichting is dat meer huisdieren in hun sociale behoeftes worden voorzien.

## 3.2 Sophia SnuffelCollege

### Problematiek

De lichaamstaal van honden wordt vaak verkeerd begrepen. Dit kan een goede en prettige omgang met honden belemmeren. Ook kan miscommunicatie gevaarlijke situaties veroorzaken: in Nederland vinden jaarlijks 150.000 bijtincidenten plaats, vooral bij jonge kinderen.

### Aanpak

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 zal meer kennis van de hondentaal angst verminderen en de omgang met de dieren verbeteren. Om kinderen hierover voor te lichten, bezoeken de vrijwilligers van het Sophia SnuffelCollege de laagste groepen van de basisschool samen met een speciaal geteste hond. Na drie lessen ontvangen de kinderen 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. Daarbij wordt onder meer een animatie ingezet die uitlegt dat honden anders denken dan mensen. Wie wil oefenen in het veilig omgaan met honden kan het online Sophia SnuffelSpel spelen.

Het beoogde effect (outcome) van deze voorlichtende activiteit is dat jaarlijks 5.000 kinderen en hun naasten hebben geleerd hoe ze verantwoord met honden omgaan. Op de lange termijn is het effect een betere omgang met honden en andere huisdieren (impact).

## 3.3 Rasdieren

### Problematiek

Rashonden worden gefokt op een specifiek uiterlijk. Dat uiterlijk is soms zo extreem, dat de dieren worden beperkt 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 en een zeer beperkte genenpool. Daardoor ontstaan ernstige, vaak dodelijke aandoeningen zoals kanker, doofheid en hartfalen.

### Aanpak

De Sophia-Vereeniging zet zich sinds 2009 in voor duidelijke overheidsregels die ten grondslag liggen aan een verantwoord fokbeleid dat niet het uiterlijk, maar het welzijn van (ras)honden centraal stelt. Sindsdien is er al veel bereikt: in 2014 werd in het Besluit gezelschapsdieren opgenomen dat fokkers erfelijke afwijkingen en schadelijke uiterlijke kenmerken voor zover mogelijk moeten voorkomen. Ook liet de overheid PETscan ontwikkelen, waarmee dierenartsen ziektes en afwijkingen in kaart brengen. De Raad van Beheer op Kyno-

logisch Gebied in Nederland stelde het Fairfokplan op, dat als leidraad dient voor aangesloten hondenfokkers om tot gezondere dieren te komen. Ook de publiekscampagnes van de vereniging hebben een positief effect gehad: de jaarlijkse campagne ‘Wie is de Winner’ leidde ertoe dat keurmeesters op de Amsterdam Winner rashondenshow meer oog hebben voor de gezondheid van de dieren. In 2017 vond tijdens de Amsterdam Winner Show voor het eerst een keuring van niet-rashonden plaats.

De Sophia-Vereeniging vindt dat het Fairfokplan moet worden aangescherpt en door de overheid moet worden verplicht aan alle fokkers. Door ook in 2018 te blijven lobbyen wil zij bereiken dat deze kabinetsperiode nog wettelijke maatregelen worden gerealiseerd tegen het fokken van dieren met een ziekmakend uiterlijk (outcome). Bovendien moet geïnvesteerd worden in handhaving. Om fokkers te stimuleren hun beleid aan te passen, roept de Sophia-Vereeniging hen op om mee te denken over de aanscherping van het Fairfokplan en brengt zij de positieve veranderingen voor het voetlicht. Via de (sociale) media, de website en een animatie moedigt de vereniging potentiële eigenaren aan om bij de aanschaf van een huisdier niet enkel te letten op het uiterlijk, maar ook aandacht hebben voor de gezondheid van het dier (outcome). Het uiteindelijke doel is dat er geen huisdieren meer gefokt en aangeschaft worden met een ziekmakend uiterlijk (impact).

### 3.4 Positieflijst

#### **Problematiek**

Veel dieren die in Nederland gehouden worden, lijden ernstig omdat er niet tegemoet gekomen wordt aan hun natuurlijke behoeftes. Alleen in hun natuurlijke omgeving, waar ze hun soortspecifieke gedrag kunnen uitoefenen, kunnen zij naar hun aard leven. Dat maakt deze dieren ongeschikt als huisdier.

#### **Aanpak**

In 2014 kwam met medewerking van de Sophia-Vereeniging een zogenaamde ‘positieflijst’ tot stand: 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.

Hoewel de positieflijst Zoogdieren al sinds februari 2015 van kracht is, verloopt de inwerkingtreding moeizaam en bestaat er veel discussie over welke dieren op deze lijst vermeld gaan worden, welke dieren onder voorwaarden gehouden mogen worden en welke dieren verboden zijn. De politieke lobby en de voorlichtende activiteiten van de Sophia-Vereeniging zijn erop gericht dat deze kabinetsperiode positieflijsten voor zoogdieren, vogels en reptielen tot stand komen met daarop enkel dieren die gedomesticeerd zijn, met mensen kunnen leven en hun natuurlijke gedrag kunnen vertonen (outcome). In 2018 zal de vereniging de maatschappelijke discussie over dit onderwerp stimuleren door mensen te vragen welke dieren zij al dan niet geschikt vinden als huisdier. Om haar lobby-activiteiten kracht bij te zetten, zal meer nog dan voorheen worden samengewerkt met andere dierenbeschermingsorganisaties

die hetzelfde doel nastreven. Het beoogde effect op de lange termijn is dat er geen dieren meer als huisdier gehouden worden die daarvoor niet geschikt zijn (impact).

### 3.5 Beoogde resultaten 2018

Naast politieke lobby en voorlichting over de vaste onderwerpen eenzaamheid, rasdieren, het Sophia SnuffelCollege en de positieflijst, besteedt de Sophia-Vereeniging aandacht aan actuele kwesties die betrekking hebben op het thema Natuurlijk gedrag. Regelmatig wordt de vereniging gevraagd haar mening te geven over huisdiergerelateerde onderwerpen, zowel op politiek niveau als door de media. In 2017 werd bijvoorbeeld verzocht te reageren op het advies van de Raad voor Dierenaangelegenheden inzake hoogrisicohonden, wat uiteindelijk leidde tot diervriendelijkere beleidskeuzes. Ook was er een optreden bij het televisieprogramma *EditieNL* waarin de Sophia-Vereeniging zich desgevraagd uitsprak tegen het houden van papegaaien als huisdier. Dit leidde tot pittige discussies en gesprekken met diverse belanghebbenden. Tot slot ontstond er grote publieke verontwaardiging rondom een aantal incidenten waarbij honden omkwamen die bij warm weer waren achtergelaten in de auto. De Sophia-Vereeniging nam via de (sociale) media deel aan dit debat, stimuleerde de verspreiding van de Sophia HitteStikker en andere voorlichtingsmaterialen en voerde politieke lobby, wat leidde tot een aangenomen motie voor overheidsmaatregelen. In het Jaarplan 2018 is ervoor gekozen om ruimte te houden voor dergelijke actuele zaken, die vaak een groot bereik hebben en snel tot resultaat leiden.

Samengevat streeft de Sophia-Vereeniging binnen het thema Natuurlijk gedrag in 2018 de volgende resultaten (outputs) na:

- Aan 5.000 kinderen lesgeven over een verantwoorde omgang met honden;
- Aanscherping Fairfokplan en meer maatregelen tegen de rasdierenproblematiek door de overheid en door fokkers;
- Aanscherping positieflijst Zoogdieren en start positieflijst Vogels en reptielen;
- Implementatie diervriendelijk beleid hoogrisicohonden;
- 8 miljoen mensen bereiken met voorlichting over het natuurlijke gedrag van huisdieren (sociale behoeftes, hondentaal, doorfokken, domesticatie), onder meer via de Sophia DierenSpreekuren, de website, de (sociale) media en voorlichtende animaties;
- Concretisering van overheidsmaatregelen tegen het achterlaten van honden in auto's bij warm weer.

## 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

#### **Problematiek**

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. In eerste instantie vinden zij vaak een thuis bij mensen die impulsief overstapen bij het zien van een aandoenlijk jong diertje. Maar wanneer men beseft dat een huisdier veel meer tijd, geld, energie en ruimte kost dan voorzien, wordt het al gauw weer afgestaan. Dit leidt tot een groot aantal huisdieren dat in een asiel of opvang verblijft, op advertentiewebsites wordt aangeboden of een zwervend bestaan leidt.

#### **Aanpak**

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 geboortebeperking. Het beoogde effect daarvan is dat meer huisdieren in asielen worden aangeschaft en meer eigenaren hun dieren laten castreren zodat er minder nestjes worden geboren (outcome). Het pleidooi van de Sophia-Vereeniging voor strenge regelgeving omtrent het chippen en castreren van katten werd in 2016 ondersteund door de Raad voor Dierenaangelegenheden (RDA). In navolging daarvan zal de vereniging in 2018 een lobbytraject starten om wettelijke maatregelen omtrent geboortebeperking op de politieke agenda te zetten.



Om impulsaankopen te voorkomen, vond er de afgelopen drie jaar een grootschalige advertentiecampagne plaats op Marktplaats. Daarbij verscheen bij elke advertentie waarin een kat of konijn wordt aangeboden informatie over de hoeveelheid tijd, geld, ruimte en aandacht die zo'n dier kost. Tot op heden werden deze advertenties 24,5 miljoen keer vertoond. Het streven is dat mensen beter geïnformeerd en weloverwogen een huisdier aanschaffen (outcome). 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 Marktplaatscampagne in 2018 worden gecontinueerd.

In mei 2016 startte de vereniging de campagne 'Stop de huisdierenhandel'. Doel is om binnen vier jaar een verbod te realiseren op de verkoop van huisdieren in dierenwinkels, tuincentra en via het internet (outcome). Een petitie daartoe werd bijna 13.000 keer ondertekend en in 2017 aangeboden aan de vaste commissie van Economische Zaken. De Partij voor de Dieren zegde daarop toe het onderwerp mee te nemen tijdens het Algemeen Overleg Dierenwelzijn, dat in het eerste kwartaal van 2018 zal plaatsvinden. In aanloop daarnaartoe zal de Sophia-Vereeniging het onderwerp onder de aandacht houden door in te spelen op de actualiteit en in gesprek te gaan met de verschillende politieke partijen.

Het beoogde effect op de lange termijn is dat er minder huisdieren op straat en in asielen of opvangcentra leven (impact).

## 4.2 Doden van huisdieren

### Problematiek

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.

### Aanpak

In 2009 startte de Sophia-Vereeniging een intensief lobbytraject voor een verbod op het doden van huisdieren door particulieren (en dus ook fokkers). Op 1 juli 2014 werd het eerste succes geboekt: sindsdien 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. 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 Dijkzema van Economische Zaken, die werd ondertekend door 10.000 dierenliefhebbers. 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 dierentuinen aan te bieden als roofdierenvoer.



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 agrotekens 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. In 2018 zal de politieke lobby worden geïntensiveerd met het oog op de evaluatie van de Wet Dieren in 2019, waarbij onder meer het effect wordt onderzocht van het verbod op het zelf doden van honden en katten. Daartoe zal het dossier over dit onderwerp verder worden aangevuld met praktijkervaringen en kennis van onder andere handhavers, dierenartsen, medewerkers van dierenwinkels en dierenopvangcentra. Aanvullend zal media-aandacht en publieke steun worden gezocht via een campagne. Doel is dat het verbod deze kabinetsperiode nog wordt uitgebreid (outcome). Op de lange termijn is het streven dat er geen huisdieren meer gedood worden door particulieren (impact).

### 4.3 Beoogde resultaten 2018

Naast politieke lobby en publieksvoorlichting over de vaste onderwerpen huisdierenoverschot en het doden van huisdieren, besteedt de Sophia-Vereeniging aandacht aan actuele kwesties die betrekking hebben op het thema Aanschaf. Zo werd in 2015 een campagne gestart om het btw-tarief van dierenartsen te verlagen, naar aanleiding van het toenemende aantal medische vragen van huisdiereigenaren die de dierenartskosten niet meer konden betalen. De campagne bereikte tot op heden zo'n 6 miljoen mensen en een brief aan de staatssecretaris van Financiën werd meer dan 37.000 keer ondertekend. In het Jaarplan 2018 wordt ruimte gehouden om in te spelen op dergelijke actuele kwesties en om de belasting op diergeneeskundige handelingen op Europees niveau onder de aandacht te brengen.

Samengevat streeft de Sophia-Vereeniging binnen het thema Aanschaf in 2018 de volgende resultaten (outputs) na:

- Op de politieke agenda zetten en houden van maatregelen tegen impulsaankopen en het huisdierenoverschot;
- Een verlaging van de btw op diergeneeskundige handelingen op de agenda zetten van het Europees Parlement;
- Op de politieke agenda zetten van de noodzaak om het verbod op het doden van huisdieren door particulieren uit te breiden;
- 6 miljoen mensen bereiken met informatie over een verantwoorde aanschaf van huisdieren (overwegingen m.b.t. verantwoordelijkheden en consequenties, plaats van aanschaf) onder meer via de Sophia DierenSpreekuren, de website en de (sociale) media.

## 5. Fondsenwerving

De Sophia-Vereeniging is financieel 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 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 2018 wederom inzetten voor groei van inkomsten. Daarbij is het belangrijkste streven om de structurele baten uit contributies, giften en donaties van leden zodanig te vergroten dat een gezonde, meer planbare financiële basis ontstaat. In 2017 is onderzocht hoe er op verantwoorde en effectieve wijze extra vermogen kan worden ingezet om versneld leden te werven en te behouden en hoe de binding met de huidige achterban zodanig kan worden vergroot dat de inkomsten per lid stijgen en de uitval geminimaliseerd kan worden.

Geconcludeerd werd dat naast gestage ledenwerving moet worden ingezet op relationship fundraising: de behoeftes en wensen van leden en donateurs goed leren kennen en hen gericht voorzien van relevante informatie over wat de Sophia-Vereeniging doet en bereikt. Tweewegscommunicatie is daarbij van groot belang: door in dialoog te treden met de achterban en deze te motiveren en inspireren om 'mee te doen', zal de binding met de vereniging vergroten en daarmee de giftbereidheid. Daarbij moet de nadruk niet liggen op de organisatie, maar op de missie, de gemeenschappelijke drive, de reden waarom de Sophia-Vereeniging bestaat en waarom de leden en donateurs haar steunen.

### 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 SophiaNieuws. De database van de Sophia-Vereeniging telt bijna 51.000 'warme' e-mailadressen. Doelstelling is om dit aantal in 2018 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 in 2017 werd gelanceerd, geoptimaliseerd voor leden- en donateurwerving. Via online werving wordt gestreefd naar minimaal 80 nieuwe leden.

##### **Telefonische werving**

Belopdrachten besteedt de Sophia-Vereeniging uit aan een extern bureau. Daarbij worden telefoonnummers gebruikt afkomstig van de website (webshop, quizjes, downloadbare flyers, etc.) en van dierenbeschermende 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 2018 zal deze methode worden ingezet, waarbij bij iedere activiteit onderzocht wordt of het werven van telefoonnummers tot de mogelijkheden behoort. Door deze afhankelijkheid van de dierenbeschermende campagnes brengt deze werfmethode wel beperkingen met zich mee als het gaat om het aantallen. Het streven is om telefonisch 500 nieuwe leden en donateurs te werven.

### **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 2018 zullen op deze wijze 1.200 leden en donateurs geworven worden. Omdat deze manier van werven niet direct gekoppeld is aan de dierenbeschermende activiteiten, kan op relatief eenvoudige wijze schaalvergroting worden toegepast. De straatwervingsmethode wordt op continue basis geanalyseerd en geoptimaliseerd, bijvoorbeeld omtrent de incentives, het kennismakingsgesprek, het werven via tablets en de hoogte van de maandelijkse bijdrage.

### **Opportunity driven ledenwerving**

Incidenteel doen zich kansen voor om leden te werven via nieuw ontwikkelde concepten. Deze kunnen gekoppeld zijn aan de dierenbeschermende activiteiten, maar ook aan nieuwe digitale mogelijkheden, loterijen of affiliate marketing. Indien de risico's en de kosten beperkt zijn, grijpt de Sophia-Vereeniging dergelijke kansen aan om te testen of deze ledenwervende middelen op (kosten-)efficiënte wijze tot langdurig resultaat kunnen leiden. In 2018 is het streven om op deze wijze 320 nieuwe leden en donateurs te werven.

### **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. Langzaamaan 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 2018 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

Om relationship fundraising toe te kunnen passen, zal in 2018 gestart worden met het ontwikkelen van ‘customer journeys’ waarin individuele leden en donateurs worden gekoppeld aan hun motivatie om te geven. Afhankelijk van de manier waarop en de reden waarom iemand lid of donateur is geworden, zal een pad worden uitgestippeld waarin de gever op het juiste moment wordt voorzien van de juiste informatie en de juiste giftvraag. Deze kent diverse varianten, zoals een extra gift voor een activiteit, een verhoging van de maandelijkse bijdrage, het afsluiten van een schenkingsovereenkomst of het opsturen van een brochure over nalaten aan de Sophia-Vereeniging. Door deze verzoeken te laten aansluiten bij de behoeftes en wensen van de gever, wordt een prettige geverservaring gecreëerd die de relevantie van de gift benadrukt.

Op continue basis dient de tevredenheid en loyaliteit van de leden en donateurs onderzocht te worden, bijvoorbeeld met online enquêtes en telefonische interviews. Met de inzichten die daaruit voortkomen, kunnen de middelen aangepast en verbeterd worden zodat er een duurzame relatie kan ontstaan met de achterban. Om alle gewenste gegevens van (potentiële) leden en donateurs te kunnen verzamelen, analyseren en interpreteren, zal in 2018 worden geïnvesteerd in een nieuwe database. Deze wordt gekoppeld aan het mailingsysteem en aan de website, zodat het proces van de customer journeys en de ondersteuning van de individuele behoeftes zoveel mogelijk geautomatiseerd kunnen verlopen.

## 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. Het indienen van fondsen subsidieaanvragen is echter zeer arbeidsintensief en de kans op succes is gering. In het eerste kwartaal van 2018 zal worden onderzocht of hiertoe capaciteit vrijgemaakt kan worden, naast het creëren van de juiste voorwaarden voor relationship fundraising.

## Nawoord

Zoals in dit jaarplan te lezen is, zal de Sophia-Vereeniging ook in 2018 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 en donateurs. 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 positief bij te dragen aan het welzijn van onze dieren. Met het gedreven team van medewerkers en vrijwilligers gaan we met vertrouwen en vol energie het jaar 2018 in, waarin we wederom zullen streven naar een toekomst zonder huisdierenleed.

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