



Meerjarenbeleidsplan 2022-2024

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
1.1 Organisatie	3
1.2 Vrijwilligersbeleid	4
1.3 Financiën	5
1.4 Pand	5
1.5 Samenwerking	6
2. Dieren begrijpen is dieren beschermen	7
2.1 Voorlichting en educatie	7
2.2 Politieke lobby	8
3. Dierenbeschermende activiteiten	10
3.1 Ken je huisdier	10
3.2 Sophia SnuffelCollege	11
3.3 Belang van het dier voorop	12
3.4 Positieflijst	13
3.5 Actuele campagnes	14
4. Fondsenwerving	16
4.1 Particuliere markt	16
4.1.1 Nieuwe leden en donateurs werven	16
4.1.2 Werving via eigen leden en donateurs	18
4.2 Institutionele markt	19
4.3 Webshop	19
Nawoord	20

Inleiding

De Sophia-Vereeniging heeft 155 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 een 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: de rashondenproblematiek wordt sectorbreed aangepakt, er is een verbod op het zelf doden van honden en katten en op het gebruik van stroomstootapparatuur, het aantal NVWA-inspecteurs dat zich bezighoudt met hondenhandel is verdubbeld en steeds meer dierenwinkels stoppen met de verkoop van levende dieren. Ondertussen leren ieder jaar weer duizenden kinderen hoe ze veilig en respectvol omgaan met dieren en worden via de (sociale) media, de website, het Sophia DierenSpreekuur en het SophiaNieuws miljoenen (potentiële) huisdier-eigenaren bereikt met voorlichting over de aanschaf, de natuurlijke behoeftes en de verzorging van huisdieren.

Wij zijn trots op de mooie resultaten die we met ons kleine team en onze achterban hebben bereikt. Toch hebben we nog een lange weg te gaan voordat we ons uiteindelijke doel hebben bereikt: een maatschappij waarin een respectvolle omgang met dieren de norm is. Om nog gericht aan dit doel te kunnen werken, hebben we ervoor gekozen om het natuurlijke gedrag en de dieren taal centraal te stellen in al onze voorlichtende activiteiten en bij politieke lobby.

Dit meerjarenbeleidsplan geeft weer hoe wij onze weg de komende drie jaar 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 die dierenvrienden 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 samen daadwerkelijk een verschil kunnen maken voor de dieren waar we mee samenleven.

*Steffie van Horck, directeur
December 2021*

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 het kantoor in de historische binnenstad van Amsterdam zetten wij ons in voor een beter huisdierenwelzijn in Nederland en voor stabiliteit van de organisatie.

1.1 Organisatie

De Sophia-Vereeniging bestaat in 2022 uit een bestuur en een ledenraad, een directeur en vijf medewerkers, ondersteund door circa 150 vrijwilligers. Er zijn zo'n 6.000 leden en donateurs en tienduizenden belangstellenden volgen de organisatie via de sociale media en het digitale SophiaNieuws.

Bestuur

Het bestuur bestaat uit Tierney Stadig-Mephram (voorzitter), Ilona Dingemans (secretaris), Jan Achten (penningmeester) en Paul Hendriks (algemeen lid). Het bestuur is actief betrokken bij de organisatie en beslist over het beleid en de algemene strategie. Circa acht keer per jaar komen de bestuursleden bijeen om de voortgang van de activiteiten en het budget te toetsen op basis van rapportages. Naar aanleiding van een wetswijziging zal in de komende periode een overgang naar een monistische bestuursvorm worden voorgelegd aan de Algemene Ledenvergadering (ALV).

Ledenraad

De ledenraad, die wordt gevormd door Noah Dull (voorzitter), Wilianne Schilstra, Rob Koolhaas, Jessica Lagerweij, Ingrid Schaefer en Michèl Admiraal, voorziet het bestuur gevraagd en ongevraagd van advies. Tevens adviseert de raad de leden tijdens de 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. Kandidaten voor de ledenraad worden tijdens de ALV 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. De directeur concipieert een meerjarenbeleidsplan en jaarlijks een begroting. 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 meerjarenbeleidsplan en budget.

Medewerkers

De medewerkers van de Sophia-Vereeniging worden aangestuurd door de directeur. Zij worden in de uitvoering van hun taken bijgestaan door stagiairs en vrijwilligers.

Op 1 januari 2022 zijn in dienst:

- Steffie van Horck, directeur
- Kitty Willems, communicatiemanager
- Yvonne Wulffers-Stroomer, campaigner
- Nina Cohen, beleidsmedewerker
- Auchel Huijbregts, officemanager en projectcoördinator
- Yasna Ferwerda, marketing- en relatiemanager

Het team beschikt over jarenlange ervaring op genoemde gebieden, is hoogopgeleid en idealistisch gemotiveerd. Het personeelsverloop is laag, waardoor de activiteiten op constante basis worden uitgevoerd en aangescherpt. Aandachtspunten zijn het ziekteverzuim en het aantal uren dat besteed wordt aan organisatorische werkzaamheden. We moeten ervoor waken dat het zwaartepunt ook in 2022-2024 ligt bij de dierenbeschermende activiteiten.

1.2 Vrijwilligersbeleid

In de uitvoering van onze taken worden wij geholpen door circa 150 vrijwilligers. Zij geven les aan kinderen over een veilige en respectvolle omgang met honden bij het Sophia Snuffel-College en adviseren over de aanschaf en verzorging van katten, honden, konijnen en knaagdieren bij het Sophia DierenSpreekuur. Zonder vrijwilligers kunnen deze activiteiten niet worden uitgevoerd. Ook de bestuursleden en leden van de ledenraad verrichten hun werk op vrijwillige basis.

Omdat hun werkzaamheden inhoudelijke kennis en vaak ook ervaring vereisen, toetsen we de deskundigheid van vrijwilligers. Zo wordt de kwaliteit van de activiteiten gewaarborgd. Voor alle vrijwilligers geldt dat zij de missie van de Sophia-Vereeniging onderschrijven. Zij kunnen een vergoeding ontvangen voor daadwerkelijk gemaakte onkosten.

Sophia SnuffelCollege

Wie SnuffelVrijwilliger wil worden, laat eerst testen of de hond geschikt is met de Sophia SnuffelCollege Hondengedragstest. Als de hond slaagt, dan volgt de vrijwilliger een workshop Lesgeven zodat hij of zij goed voorbereid de klas in gaat. Over de dagelijkse gang van zaken wordt gecommuniceerd via e-mail en de digitale nieuwsbrief Sophia SnuffelNieuws. De projectcoördinator van het Sophia SnuffelCollege is verantwoordelijk voor de uitvoering van alle activiteiten voor vrijwilligers en treedt op als contactpersoon.

Bestuur en ledenraad

Bestuurs- en ledenraadsleden worden gekozen op basis van specifieke expertise, bijvoorbeeld op diergeneeskundig of juridisch vlak. Vacatures worden zowel extern verspreid als binnen ons eigen netwerk. Wie in aanmerking wil komen wordt uitgenodigd voor een kennismakingsgesprek, waarna een voordracht aan de ledenraad en de ALV tot de mogelijkheden behoort. Bestuurs- en ledenraadsleden worden geworven door het zittende bestuur en de zittende ledenraad en worden benoemd voor een periode van vier jaar. Hierna zijn zij nog tweemaal herbenoembaar.

Sophia DierenSpreekuur

De vrijwilligers van het Sophia DierenSpreekuur worden zorgvuldig geselecteerd en zijn op professioneel niveau actief als gedragsdeskundige voor honden, katten, konijnen en knaagdieren. Zij worden begeleid door een medewerker die de kwaliteit van hun adviezen toetst, de promotie verzorgt en optreedt als aanspreekpunt.

Het vrijwilligersbeleid in algemene zin zal in de komende periode niet gewijzigd worden. Als de omstandigheden en de kantoorbezetting het toelaten, zullen in de komende periode ook vrijwilligers geworven worden voor kantoorwerkzaamheden en pandbeheer.

1.3 Financiën

De Sophia-Vereeniging verkeert in de bijzondere positie dat er relatief veel inkomsten uit nalatenschappen binnenkomen. Lastig in deze situatie is dat deze inkomsten niet planbaar zijn. Wanneer we geen nalatenschappen ontvangen en/of de beleggingsinkomsten tegenvallen, moeten we een extra bedrag onttrekken aan het vermogen. Daarom is het belangrijk dat we prioriteit geven aan het werven van alternatieve en structurele inkomsten.

Inkomsten en uitgaven

Naast nalatenschappen bestaan de inkomsten voornamelijk uit contributies, donaties en inkomsten uit beleggingen. De uitgaven bestaan onder andere uit salarissen en kosten voor dierenbeschermende activiteiten, huisvesting, fondsenwerving en de organisatie.

Beleggingsportefeuille

Onze beleggingsportefeuille heeft als doelstelling het vermogen van de vereniging op de lange termijn welvaartsvast te behouden en tegelijkertijd ruimte te bieden aan een volwaardig uitgavenbeleid. Uitgaande van deze doelstelling heeft de Sophia-Vereeniging een defensief profiel. Verder hebben we als criterium dat er alleen belegd wordt in duurzame fondsen die ethisch niet conflicteren met onze doelstellingen. In 2022-2024 onderzoeken we of een overstap naar passief beleggen goede resultaten kan opleveren.

Kosten bestuur, ledenraad en directie

Bestuurs- en ledenraadsleden kunnen voor daadwerkelijk gemaakte onkosten in verband met het uitoefenen van hun functie een vergoeding krijgen. Bij avondvergaderingen op het kantoor wordt een eenvoudige maaltijd aangeboden. De directeur is een betaald medewerker in dienst van de vereniging. Naast haar salaris ontvangt zij een bijdrage voor pensioen en een vergoeding voor daadwerkelijk gemaakte onkosten. Overuren worden niet vergoed of gecompenseerd.

1.4 Pand

Ons kantoor bevindt zich aan de Nieuwezijds Voorburgwal in Amsterdam. Het pand is in eigen bezit en beheer. In de komende drie jaar zal groot onderhoud plaatsvinden, waaronder het buitenschilderwerk en mogelijk isolatie van de ramen.

De benedenverdieping wordt verhuurd voor ca. € 25.000,- en de werkruimte op de eerste etage wordt verhuurd voor ca. € 12.500,- per jaar. De medewerkers houden kantoor op de tweede en derde etage, waar ook bestuurs- en ledenraadsvergaderingen plaatsvinden. In 2020 en 2021 werd er vanwege de corona-epidemie grotendeels thuisgewerkt en online vergaderd.

1.5 Samenwerking

Er zijn verschillende organisaties die zich inzetten voor de bescherming van huisdieren. Onze unieke positionering is gelegen in een preventieve aanpak via onafhankelijke, doelgroep-specifieke voorlichting en een krachtige politieke lobby. Bovendien zijn wij er voor de huisdieren zelf en zetten wij ons in voor hun belangen, ook als die niet overeenstemmen met de belangen van hun eigenaren.

Wanneer we elkaar kunnen versterken, werken we samen met andere organisaties. Tevens zijn we aangesloten bij een drietal samenwerkingsverbanden:

- **Dierencoalitie:** samengesteld uit 17 Nederlandse dierenbeschermingsorganisaties en gericht op samenwerking en het zoeken naar overlap, met name op het gebied van politieke lobby. Ook het mobiliseren van de publieke opinie behoort tot de mogelijkheden. In wisselende samenstelling wordt er onder andere samengewerkt op het gebied van geboortebeperving, verantwoorde aanschaf van huisdieren en huisdierenhandel.
- **Fairdog:** een samenwerkingsverband van dierenwelzijnsorganisaties en partijen uit de hondensector, het onderwijs en de wetenschap. Doelstelling: kopers van honden een platform bieden met uitsluitend betrouwbaar aanbod van fysiek en mentaal gezonde en sociale honden en goede voorlichting over een verantwoorde aanschaf, opvoeding en verzorging. Daartoe werken we samen aan kwaliteitscriteria voor de fokkerij en de import van honden en richten we ons op het stimuleren van bonafide handel en het terugdringen van malafide praktijken.
- **EU Dog & Cat Alliance:** bestaat uit meer dan 90 organisaties uit heel Europa op het gebied van dierenwelzijn, diergeneeskunde en herplaatsing. Doel is om elkaar van informatie te voorzien, elkaar te helpen en om gezamenlijk te lobbyen voor Europese wetgeving ter verbetering van het welzijn van honden en katten.

2. Dieren begrijpen is dieren beschermen

Met het motto ‘Dieren begrijpen is dieren beschermen’ komt de Sophia-Vereeniging exclusief op voor de belangen van huisdieren. Hierin zijn wij in Nederland uniek. Wij beschermen huisdieren door voorlichting te geven over de aard en de natuurlijke behoeftes van dieren en educatie te bieden over de diertaal. Als stem van het dier willen we mensen helpen om anders naar huisdieren te kijken en ze écht te begrijpen. Dit stelt hen in staat om het belang van het dier voorop te stellen en respectvol met dieren om te gaan.

Naast kinderen, (potentiële) huisdiereigenaren en hun omgeving, richten wij ons op politici. Waar voorlichting en educatie niet helpen, zijn strenge overheidsregels nodig. Daartoe voeren wij lobbycampagnes voor betere regelgeving die het natuurlijke gedrag en het welzijn van huisdieren waarborgt.

2.1 Voorlichting en educatie

Voorlichting geven we 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 een efficiënte manier om informatie te verspreiden en het publieke debat te stimuleren. Ook in de komende drie jaar zullen we dit middel op reguliere basis inzetten, gekoppeld aan campagnes en actuele ontwikkelingen. Daarbij beogen we per 2024 een mediabereik te hebben van 10 miljoen per jaar.

De voorlichting die via de eigen **website** wordt gegeven, wordt jaarlijks een half miljoen keer gelezen. De website wordt op continue basis geoptimaliseerd, ten gunste van de gebruiksvriendelijkheid, de fondsenwerving en de mogelijkheid tot interactie met bezoekers. Deze worden regelmatig uitgenodigd om deel te nemen aan een korte enquête, test of quiz. De resultaten daarvan worden zodanig verwerkt dat de voorlichting optimaal aansluit bij de informatiebehoefte van de gebruiker. Ons streven is om de bezoekerssessies te verhogen naar 2,5 pagina per sessie van minimaal twee minuten. In 2024 hopen we 17% aan terugkerende bezoekers naar onze website te trekken.

Als beheerder van verschillende sociale netwerkgroepen op Facebook, Twitter, Instagram en LinkedIn bereiken we dagelijks duizenden mensen. Met berichten, filmpjes, enquêtes en blogs dragen we onze belangrijkste boodschappen uit en worden volgers betrokken bij onze activiteiten. Daarnaast geven de **sociale media** trends weer die mogelijk aandacht behoeven en vormen de reacties van volgers een graadmeter voor het succes van onze voorlichting. In 2022-2024 zetten we in op een bereik van 3 miljoen per jaar via de sociale media.

Onze gedragsdeskundigen geven direct voorlichting via het **Sophia DierenSpreekuur**, waar (potentiële) huisdiereigenaren gratis terecht kunnen met vragen over honden, katten, konijnen en knaagdieren. Het streven is dat hier op jaarbasis 1.000 vragen worden gesteld over de verzorging en het natuurlijke gedrag. Tevens informeren we mensen over wat het houden van een huisdier inhoudt. Zo kunnen zij weloverwogen beslissen om al dan niet een dier aan te schaffen, waarbij wij hen stimuleren om naar een opvang of asiel te gaan.

Ook het digitale **SophiaNieuws** wordt ingezet om direct met de achterban te communiceren. In 2018 werd een nieuw mailingsysteem geïmplementeerd waarmee we mensen meer gericht en geautomatiseerd van informatie kunnen voorzien. Vanwege de strenge nieuwe eisen van de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) die medio 2018 van kracht werd, moesten we een aanzienlijk deel van ons e-mailbestand verwijderen. In 2024 willen we weer 35.000 abonnees bereiken met onze digitale nieuwsbrief.

Tot slot bieden de vrijwilligers van het **Sophia SnuffelCollege** educatie over de lichaamstaal van honden en andere dieren, door met hun speciaal geteste hond kinderen op basisscholen te onderwijzen. Door de coronapandemie konden zij lange tijd echter nauwelijks scholen bezoeken. Ons doel voor de komende tijd is om het Sophia SnuffelCollege weer in ere te herstellen en jaarlijks 5.000 kinderen te leren hoe ze veilig en respectvol met dieren omgaan.

2.2 Politieke lobby

Als kleine organisatie kunnen wij effectieve lobby voeren door – in voorbereiding op een debat of overleg – heel gericht inhoudelijke informatie te verstrekken aan Tweede Kamerleden. Zo kan deze informatie door verschillende Kamerfracties worden ingebracht tijdens het debat. Tevens zijn wij in rechtstreeks overleg met ambtenaren van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV), waarmee de kans vergroot dat onze standpunten worden overgenomen door het ministerie. Daarnaast dragen publiekscampagnes, position papers en het publiceren van opiniestukken in de landelijke dagbladen en op toonaangevende websites bij aan het vergroten van het politieke draagvlak.

Bij politieke processen die niet direct gelieerd zijn aan de natuurlijke behoeftes en de diertaal, heeft de Sophia-Vereeniging een aanjagers- en antennefunctie. Wij pikken signalen op uit de samenleving (onder andere via sociale media, het SophiaPanel en het Sophia Dieren-Spreekuur) die we in goed vertrouwen delen met andere organisaties die de middelen en de capaciteit hebben om hierop actie te ondernemen. Voorbeelden zijn de huisdierenhandel en -fokkerij, het terugdringen van het huisdierenoverschot en de problematiek rondom rashonden en zwerfdieren die uit het buitenland worden gehaald.

In het volgende hoofdstuk wordt beschreven hoe er de komende drie jaar invulling wordt gegeven aan de strategieën die wij inzetten om onze ambitie te verwezenlijken:

- Bewustwording en begrip creëren door (potentiële) eigenaren en hun omgeving actief voorlichting te geven over de natuurlijke behoeftes en de aard van huisdieren.
- Bewustwording en begrip creëren door kinderen, huisdiereigenaren en hun omgeving educatie te bieden over de diertaal.
- Dierenbeschermende wet- en regelgeving stimuleren door politici van informatie te voorzien.

Ons Meerjarenbeleidsplan 2022-2024 is opgesteld conform de richtlijnen van het CBF voor resultaat- en impactmeting. Per onderwerp worden de activiteiten beschreven, de doel-

stellingen voor de komende drie jaar (outputs), de beoogde effecten daarvan (outcomes) en het beoogde langetermijneffect op huisdieren in Nederland (impact).

Onze missie

De Sophia-Vereeniging komt op voor huisdieren, al sinds 1867. Onder het motto ‘Dieren begrijpen is dieren beschermen’ voorkomen wij dierenleed met onafhankelijke voorlichting over de natuurlijke behoeftes van huisdieren en gedegen educatie over de dierentaal. Daarbij staan de belangen van de dieren zelf voorop en niet de belangen van hun eigenaren. Met politieke lobby, krachtige campagnes en een open dialoog strijden wij voor dierenbeschermende regelgeving die het natuurlijke gedrag en het welzijn van huisdieren waarborgt.

Ons uiteindelijke doel is een samenleving zonder dierenleed, waarin huisdieren naar hun aard met mensen kunnen leven.

Onze visie

Wij maken een respectvolle omgang met huisdieren de norm door politici, kinderen, (potentiële) eigenaren en hun omgeving te bewegen om de aard en het belang van het dier voorop te stellen.

3. Dierenbeschermende activiteiten

Om mensen te helpen goed 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, kan de omgang substantieel verbeteren. Deze gedachte ligt ook ten grondslag aan het Sophia SnuffelCollege, waar kinderen leren de lichaamstaal van dieren juist te interpreteren. Met onze voorlichting en educatie creëren we bewustwording en begrip, de voorwaarden voor een respectvolle omgang met huisdieren.

In Nederland worden ongeveer 27 miljoen dieren als huisdier gehouden. Hun belangen dienen gewaarborgd te worden in wet- en regelgeving, waarbij de natuurlijke behoeftes en de aard van het dier leidend zijn. Dat geldt onder meer voor de vele diersoorten die niet geschikt zijn voor een leven in gevangenschap. Het is onmogelijk om de huisvesting en verzorging van deze dieren geheel af te stemmen op hun behoeftes. Hierdoor kunnen zij hun natuurlijke gedrag niet uitvoeren, met welzijnsproblemen tot gevolg. Positieflijsten en heldere houdvoorschriften zijn nodig om hier paal en perk aan te stellen.

3.1 Ken je huisdier

Wat is het probleem?

De meeste mensen willen het beste voor hun huisdier. Toch hebben veel huisdieren niet het leven dat ze verdienen, simpelweg door een gebrek aan kennis. Een voorbeeld is de hamster die de hele dag uit zijn slaap gehouden wordt door knuffelgrage kinderen die hem uit zijn kooi halen. De eigenaren weten niet dat een hamster een nachtdier is en als prooidier doodangsten uitstaat als hij van bovenaf wordt opgepakt. Andere voorbeelden zijn de chihuahua die de hele dag wordt vertroeteld met nagellak en hippe jasjes, maar die gefrustreerd de longen uit z'n lijf blaft omdat hij nooit een keer lekker hond mag zijn. De buitenkat die weliswaar veilig, maar doodongelukkig de hele dag voor het raam zit te staren naar wat hij allemaal mist. Onbedoeld hebben deze dieren een ellendig leven, omdat er niet tegemoet gekomen wordt aan hun natuurlijke behoeftes.

Wat doen wij eraan?

Wij zijn ervan overtuigd dat als (potentiële) eigenaren en hun omgeving kennis hebben van het natuurlijke gedrag van hun dier en hun lichaamstaal kunnen duiden, ze anders naar dieren kijken en betere keuzes maken waarin het belang van het dier een hoofdrol heeft. Daarvoor is het belangrijk om te weten hoe dieren op ons lijken, maar ook hoe ze van ons verschillen. De ene keer leidt dat tot een betere verzorging, een andere keer tot de beslissing om maar geen hamster te nemen voor de kinderen.

Met de campagne 'Ken je huisdier' benaderen wij specifieke doelgroepen om specifiek huisdierenleed aan te pakken. Een belangrijk thema is 'eenzaamheid', een vaak onzichtbaar probleem dat veel aandacht verdient. Want voor de meeste dieren die in of rondom huis gehouden kunnen worden, is contact met soortgenoten een eerste levensbehoefte. Een gebrek aan interactie kan bij sociale dieren leiden tot stress, gedragsproblemen en een vroegtijdige

dood. Met gerichte voorlichting bestrijden wij sociale verwaarlozing, maar ook zaken als ongeschikte huisvesting en een gebrekkige verzorging. Deze voorlichting vindt onder meer plaats via de website, de (sociale) media, het Sophia DierenSpreekuur, het Sophia Huisdieren-Kwartet en educatieve animaties.

Doelstellingen 2022-2024 (outputs):

- Door interactie met onderscheidende doelgroepen en hun omgeving (bijvoorbeeld via de sociale media, het Sophia DierenSpreekuur en het SophiaPanel) brengen wij doelgroepspecifieke pijnpunten in kaart.
- Op basis van doelgroepanalyses ontwikkelen wij campagnes en kunnen we onze communicatiemiddelen goed afstemmen op de behoefte per doelgroep.
- We starten met het ontwerpen van een voorlichtingscampagne omtrent het thema 'eenzaamheid'.
- In samenwerking met wetenschappers, studenten en experts breiden we onze kennis en informatie uit over het natuurlijke gedrag en de lichaamstaal van huisdieren, onder meer als basis voor campagnes en voor politieke lobby.
- In totaal bereiken we 45 miljoen keer (potentiële) eigenaren en hun omgeving met voorlichting over de natuurlijke behoeftes, de aard en de lichaamstaal van huisdieren.

Outcome: Het beoogde effect van onze voorlichting is dat meer mensen zich bewust worden van de natuurlijke behoeftes van huisdieren en hier rekening mee houden bij de aanschaf en de verzorging van huisdieren.

Impact: *Wij streven ernaar dat meer huisdieren in hun natuurlijke behoeftes worden voorzien.*

3.2 Sophia SnuffelCollege

Wat is het probleem?

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

Wat doen wij eraan?

Meer kennis van de hondentaal zal de omgang met de dieren verbeteren en angst voor honden verminderen. Bovendien is uit internationaal onderzoek gebleken dat de kans op een hondenbeet met 86% afneemt als mensen het gedrag van honden goed begrijpen en hun eigen handelen erop aanpassen. 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. De Sophia SnuffelColleges kunnen rekenen op veel media-aandacht, zodat de voorlichting verder reikt dan het klaslokaal. Via sociale media wordt een animatie ingezet die uitlegt dat honden anders denken dan mensen.

Doelstellingen 2022-2024 (outputs):

- Door de corona-epidemie konden er in 2020 en 2021 nauwelijks scholen bezocht worden door onze SnuffelVrijwilligers. In de komende periode wordt het project weer in ere hersteld door nieuwe gedragstesters en vrijwilligers op te leiden en scholenbezoeken te organiseren. Per 2024 willen we weer minimaal 5.000 kinderen per jaar bereiken, die na de drie lessen een SnuffelDiploma ontvangen.
- Voor de Sophia SnuffelColleges die plaatsvinden, genereren we media-aandacht door pers- en nieuwsberichten te versturen. Doel is om binnen drie jaar een mediabereik van 4 miljoen per jaar te realiseren.
- De actieve SnuffelVrijwilligers binden en motiveren we met jaarlijks een vrijwilligersdag en een bijscholingsdag en via (besloten) groepen op sociale media.
- Naast de fysieke lessen op basisscholen ontwikkelen we online educatief materiaal, zoals het Sophia SnuffelSpel op de website en digitale (herhalings-)lessen. Het streven is dat dit materiaal 2.000 keer per jaar gebruikt wordt per 2024.
- We onderzoeken mogelijkheden om het Sophia SnuffelCollege uit te breiden met een aanvullend educatief programma of evenement over de diertaal. Daartoe vindt een analyse plaats van specifieke doelgroepen, middelen, kanalen en diersoorten.

Outcome: Het beoogde effect van dit scholenproject is dat jaarlijks 5.000 kinderen en hun naasten hebben geleerd hoe ze veilig en respectvol met honden omgaan.

Impact: Het Sophia SnuffelCollege heeft als doel een betere omgang met honden en andere huisdieren.

3.3 Belang van het dier voorop

Wat is het probleem?

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.

In de Wet dieren wordt de intrinsieke waarde van dieren erkend. Deze erkenning is belangrijk, maar wordt tegelijkertijd ondermijnd door uitzonderingen en open formuleringen zoals ‘redelijkerwijs noodzakelijk’ en ‘voor zover mogelijk’. Bovendien is de bepaling over de intrinsieke waarde geen zelfstandig handhaafbare norm. Het heeft slechts een beperkte waarde bij het stellen van wettelijke regels of het nemen van besluiten. De overheid is verplicht om het belang van het dier mee te wegen, maar niet om dit belang te laten prevaleren. In de meeste gevallen delven de dieren het onderspit, zeker als er economische belangen tegenover staan.

Wat doen wij eraan?

Al sinds de oprichting in 1867 zet de Sophia-Vereeniging zich in voor adequate dierenbeschermingswetten en een strenge controle daarop. Wij stimuleren politici om het belang van het dier voorop te stellen en de natuurlijke behoeftes en de aard van het dier leidend te

laten zijn bij het opstellen van wet- en regelgeving en het nemen van beslissingen. Dit doen we door hen van informatie te voorzien en een open dialoog aan te gaan. Daarnaast vragen we dierenvrienden bij actuele gebeurtenissen om onze petitie ‘Belang van het dier voorop’ te ondertekenen, waarmee we een groot maatschappelijk draagvlak kunnen aantonen.

Doelstellingen 2022-2024 (outputs):

- We profileren de Sophia-Vereeniging als expert op het gebied van natuurlijke behoeftes van huisdieren, onder andere door jaarlijks minimaal twee position papers te ontwikkelen in samenwerking met wetenschappers, studenten en deskundigen. Deze presenteren we aan Tweede Kamerleden en LNV, gekoppeld aan persberichten en opiniestukken.
- Naar aanleiding van de position papers treden we in dialoog met politici en beleidsmakers en onderzoeken we waar de breekpunten liggen en op welke vlakken er meer informatie gewenst is om de juiste keuzes te kunnen maken.
- We maken een netwerkanalyse, waarna we in 2023/2024 een (sectorbreed) symposium of webinar organiseren over de natuurlijke behoeftes van huisdieren.
- We verzamelen 40.000 handtekeningen voor de petitie ‘Belang van het dier voorop’ die we verspreiden bij actuele gebeurtenissen en kunnen inzetten om het maatschappelijk draagvlak aan te tonen.

Outcome: Het beoogde effect van onze lobby-activiteiten is dat politici en beleidsmakers goed geïnformeerd beslissingen nemen waarbij het belang van het dier leidend is.

Impact: *Wij streven ernaar dat de wet- en regelgeving in Nederland een respectvolle omgang met huisdieren waarborgt.*

3.4 Positieflijst

Wat is het probleem?

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

Wat doen wij eraan?

In 2015 werd met medewerking van de Sophia-Vereeniging een zogenaamde ‘positieflijst’ van kracht: 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 en ze mogen niet meer gehouden en verhandeld worden.

Sinds de inwerkingtreding bestaat er veel discussie over welke dieren op de Positieflijst zoogdieren vermeld gaan worden. Ondertussen worden lijsten voor andere diersoorten op de lange baan geschoven. In 2019 ontwikkelde het ministerie van LNV een nieuwe beoordelingsmethode, omdat de vorige ter discussie stond. De ontwikkelingen omtrent deze nieuwe systematiek worden op de voet gevolgd, mede met het oog op jurisprudentie van tegenstanders van de positieflijst.

Om te komen tot positieflijsten met enkel dieren die naar hun aard met mensen kunnen leven en met heldere houdvoorschriften, zetten we politieke lobby in en werken we intensief samen met andere dierenwelzijnsorganisaties. Dat is nog steeds nodig, want hoewel het merendeel van de politieke partijen inmiddels overtuigd is van de noodzaak, voeren tegenstanders een ferm offensief. Naast lobby geven we voorlichting over het belang van adequate positieflijsten en moedigen we de maatschappelijke discussie over dit onderwerp aan.

Doelstellingen 2022-2024 (outputs):

- We stimuleren de vaststelling van de Positieflijst zoogdieren door in samenwerking met de andere dierenbeschermingsorganisaties te lobbyen in de Tweede Kamer en bij LNV.
- Indien de Positieflijst zoogdieren wederom juridisch wordt neergehaald, dient een nieuw plan van aanpak gemaakt te worden. Wordt de lijst wel vastgesteld, dan kan - afhankelijk van de samenstelling - een lobbycampagne gestart worden voor een beperking van de Positieflijst zoogdieren, voor (betere) houdvoorschriften en voor een positieflijsten voor vogels, amfibieën en reptielen.
- De lobbycampagne kan ondersteund worden door media-aandacht en met een petitie.
- We starten een voorlichtingscampagne waarin we de geschiktheid van verschillende diersoorten als huisdier bevragen, bijvoorbeeld in een poll of quiz op sociale media en de website.

Outcomes: Het beoogde effect van onze lobby- en voorlichtingsactiviteiten:

- Er komt een positieflijst voor zoogdieren met daarop enkel dieren die gedomesticeerd zijn, met mensen kunnen leven en in gevangenschap hun natuurlijke gedrag kunnen vertonen.
- Er komen adequate en heldere houdvoorschriften voor de dieren die op de positieflijst staan.
- De komende kabinetsperiode worden er ook positieflijsten opgesteld voor vogels, amfibieën en reptielen.
- Meer mensen zijn zich ervan bewust dat dieren alleen als huisdier gehouden kunnen worden als zij in gevangenschap hun natuurlijke gedrag kunnen uitoefenen.

***Impact:** Ons doel is dat er geen dieren meer als huisdier gehouden worden die daarvoor niet geschikt zijn.*

3.5 Actuele campagnes

Regelmatig wordt de Sophia-Vereeniging gevraagd haar mening te geven over huisdiergerelateerde onderwerpen, zowel op politiek niveau als door de media. Zo leverden we een belangrijke bijdrage aan de invoering van het verbod op het gebruik van stroomstootapparaat bij honden, dat sterk werd tegengewerkt door jagers en politiehondentrainers. Door ons politieke netwerk in te zetten en publieke verontwaardiging te creëren, wisten we een stemming over dit onderwerp ten goede te keren en is het verbod inmiddels een feit.

Ook de plotselinge run op huisdieren als gevolg van de coronapandemie heeft onze aandacht, evenals seizoensgebonden onderwerpen zoals vuurwerk en het achterlaten van dieren in de auto bij hoge temperaturen. In het Meerjarenbeleidsplan 2022-2024 is ervoor gekozen om ruimte te houden voor dergelijke actuele zaken, die vaak een groot bereik hebben en snel tot een dierenbeschermend resultaat leiden.

4. 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, maar als er geen nalatenschappen binnenkomen of de beurs tegenvalt, 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, zetten we ons in voor groei van inkomsten. Daarbij is het belangrijkste streven om de structurele baten uit contributies, giften en donaties van leden en donateurs in balans te brengen met de uitgaven, zodat een gezonde, meer planbare financiële basis ontstaat. We onderzoeken continu hoe we het vermogen op verantwoorde en effectieve wijze kunnen inzetten om leden en donateurs te werven en te behouden en hoe we de band met onze achterban zodanig kunnen versterken dat de inkomsten per lid stijgen en de uitval geminimaliseerd wordt.

Marktontwikkelingen tonen dat we naast gestage leden- en donateurwerving moeten inzetten 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’, vergroot de binding met de vereniging en daarmee de giftbereidheid. Daarbij moet de nadruk liggen op de missie, de gemeenschappelijke drijfveer, de reden waarom de Sophia-Vereeniging bestaat en waarom de leden en donateurs haar steunen.

4.1 Particuliere markt

4.1.1 Nieuwe leden en donateurs werven

Online werving

Tijdens campagnes, maar met name via de eigen website, dierenbeschermende producten zoals de Sophia NoodSticker en de Sophia NoodPas, het Sophia DierenSpreekuur 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. Doelstelling is om het aantal ‘warme’ e-mailadressen in de database te verhogen naar 35.000 in 2024 en de contacten zes keer per jaar te benaderen met een giftvraag of verzoek om lid te worden. Daarnaast worden er ledenwervende advertenties geplaatst op Facebook en wordt de website continu geoptimaliseerd voor leden- en donateurwerving.

Telefonische werving

Belopdrachten besteden wij uit aan een extern bureau. Daarbij worden telefoonnummers gebruikt afkomstig van de website (webshop, downloadbare flyers, etc.) en van dierenbeschermende acties, zoals de Sophia NoodSticker, de Sophia HitteSticker en campagne-petitities. Op deze wijze werden de afgelopen jaren tegen een relatief laag tarief nieuwe leden

en donateurs geworven met een laag uitvalpercentage. Ook in de komende drie jaar zal deze methode worden ingezet, waarbij bij iedere activiteit onderzocht wordt of het werven van telefoonnummers tot de mogelijkheden behoort. Door de afhankelijkheid van de dierenbeschermende campagnes brengt deze werfmethode wel beperkingen met zich mee als het gaat om aantallen. Desondanks is het streven om jaarlijks 4.000 netto telefoonnummers te werven waarop telefonische acquisitie kan plaatsvinden.

Straatwerving

Hoewel de uitvalpercentages hoger zijn dan bij andere vormen van ledenwerving, leverde straatwerving via een extern bureau tot recent relatief goede resultaten. Versneld door de corona-uitbraak werd de capaciteit echter een bron van zorg: in toenemende mate kampen straatwervingsbureaus met personeelstekorten en dreigt de kwaliteit af te nemen. In 2021 besloten we te gaan samenwerken met een nieuw bureau, dat de opdracht kreeg om 600 nieuwe leden en donateurs te werven. Tijdens en na afronding van deze pilot vinden evaluaties plaats, zodat een weloverwogen beslissing genomen kan worden over het vervolg. Daarnaast wordt de straatwervingsmethode 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 en er capaciteit beschikbaar is, grijpt de Sophia-Vereeniging dergelijke kansen aan om te testen of deze methodes op (kosten-)efficiënte wijze tot langdurig resultaat kunnen leiden.

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 € 19,50 te koop is, zelfstandig bestuderen. Twee keer per jaar vindt er 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 de webshop is tevens de Sophia EHBO-kaart verkrijgbaar, die als aanvulling op het handboek kort de belangrijkste handelingen uitlegt.

Sophia NoodPas

Veel huisdiereigenaren kennen de angst dat hen buitenshuis iets overkomt en er niemand tijdig omkijkt naar de dieren die alleen thuis zitten. Met de Sophia NoodPas in de portemonnee en aan de sleutelbos zijn deze zorgen niet meer nodig: hulpverleners zien direct wie er

gewaarschuwd moet worden om zich over de achtergebleven huisdieren te ontfermen. De Sophia NoodPas kost € 2,50, leden betalen slechts € 1,50.

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 is voor € 2,- te bestellen via de website. Leden van de Sophia-Vereeniging kunnen de sticker kosteloos aanvragen.

4.1.2 Werving via eigen leden en donateurs

Om ervoor te zorgen dat de geworven leden en donateurs langer verbonden blijven aan de Sophia-Vereeniging, zetten we in op relationship fundraising. In 2018 zijn we gestart 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, wordt een pad uitgestippeld waarin de geveer op het juiste moment wordt voorzien van de juiste informatie en de juiste giftvraag.

Regelmatig onderzoeken we de tevredenheid en loyaliteit van de leden en donateurs. Met de inzichten die daaruit voortkomen, worden de middelen aangepast en verbeterd 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, is geïnvesteerd in een nieuwe database. Deze is gekoppeld aan een nieuw mailingsysteem en aan de website, zodat het proces van de customer journeys en de ondersteuning van de individuele behoeftes zo veel mogelijk geautomatiseerd kunnen verlopen.

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 de Sophia NoodPas blijken daarbij populair. Tevens wordt leden in april en oktober de mogelijkheid geboden om gratis het examen Sophia DierenEHBO af te leggen.

Nalatenschappen

Nalatenschappen zijn voor de Sophia-Vereeniging altijd een belangrijke bron van inkomsten geweest. Met het gestaag toenemende aantal goede doelen in Nederland, is het belangrijk om op dit vlak zichtbaar te blijven. Hoewel de resultaten pas op de lange termijn zichtbaar zullen zijn, is een traject gestart voor nalatenschappenwerving. Dit traject wordt onderdeel van de customer journeys. Daarnaast wijzen we de doelgroep via advertenties in relevante bladen, notarisagenda's, de website en het SophiaNieuws actief op de mogelijkheden om een erfenis of legaat na te laten aan de Sophia-Vereeniging. Zo hopen we jaarlijks een bedrag van € 60.000,- te mogen ontvangen van mensen die de dieren een warm hart toedragen.

4.2 Institutionele markt

Werftrajecten gericht op de institutionele markt maken sinds 2009 onderdeel uit van de fondsenwerving van de Sophia-Vereeniging. Wij werkten bijvoorbeeld samen met fabrikanten van biologische diervoeders en via vermogensfondsen verkregen we onder meer donaties voor het Sophia SnuffelCollege, het Sophia HuisdierenKwartet, voorlichtende animaties en het verbeteren van de website. In 2021 werd een fondsaanvraag ingewilligd waarbij we € 6.400,- ontvingen om in 2022 een online educatief spel te ontwikkelen dat kinderen leert hoe ze veilig en respectvol met honden omgaan.

Hoewel het indienen van subsidie- en fonds aanvragen een arbeidsintensief en tijdrovend traject is, loont het de moeite om hierin te investeren. Het streven is om per 2024 € 15.000,- per jaar te werven voor onze activiteiten.

4.3 Webshop

De dierenbeschermende producten die de Sophia-Vereeniging aanbiedt, worden verkocht in de giftshop op onze website www.sophia-vereeniging.nl. Teven kunnen mensen hier terecht voor historische producten zoals onze verjaardagskalender en een boekje over onze rijke geschiedenis. Iedereen die iets koopt, kan een extra donatie doen voor de huisdieren in Nederland. Door de website en de webshop te optimaliseren en goede nieuwe producten aan te bieden, hopen we op een opbrengst van € 25.000,- per jaar per 2024.

Nawoord

Zoals in dit meerjarenbeleidsplan te lezen is, zal de Sophia-Vereeniging ook in de komende drie jaar al haar capaciteit optimaal inzetten om het welzijn en de gezondheid van huisdieren in Nederland te verbeteren.

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 het Sophia DierenSpreekuur steeds weer tot een succes te maken. Maar ook onze leden en donateurs spelen een belangrijke rol: alleen met hun steun kunnen onze dieren-beschermende activiteiten worden uitgevoerd. Ik wil hen dan ook graag hartelijk bedanken voor het vertrouwen in de Sophia-Vereeniging en het ondersteunen van onze missie.

De komende periode gaan we verder met onze succesvolle activiteiten en staan we open voor nieuwe, creatieve ideeën. Met onze aanhoudend groeiende achterban zetten we onze schouders eronder, zodat de Sophia-Vereeniging ook de komende jaren positief kan bijdragen aan het welzijn van onze dieren. Samen gaan we met vertrouwen en vol energie de toekomst in, waarin we wederom zullen streven naar een maatschappij zonder huisdierenleed.

*Namens het bestuur van de Koningin Sophia-Vereeniging tot Bescherming van Dieren,
Tierney Stadig-Mephram*