



Meerjarenbeleidsplan 2025-2027

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

Missie en visie	2
Voorwoord	3
1. Over de Sophia-Vereeniging	4
1.1 Organisatie	4
1.2 Vrijwilligersbeleid	5
1.3 Financiën	6
1.4 Pand	7
1.5 Samenwerking	7
2. Dieren begrijpen is dieren beschermen	8
2.1 Voorlichting en educatie	8
2.2 Politieke lobby	9
3. Dierenbeschermende activiteiten	10
3.1 Voorlichting: Ken je huisdier	10
3.2 Educatie: Sophia SnuffelCollege	11
3.3 Politieke lobby: Belang van het dier voorop	12
4. Fondsenwerving	15
4.1 Particuliere markt	15
4.2 Institutionele markt	17
4.3 Giftshop	18
Nawoord	19

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 en de gezondheid van huisdieren en gedegen educatie over de diertaal. 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, de gezondheid en het belang van het dier voorop te stellen.

Voorwoord

De Sophia-Vereeniging heeft 157 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, steeds meer dierenwinkels stoppen met de verkoop van levende dieren, dierenbeulen kunnen zwaarder worden bestraft en eindelijk is er een huis- en hobbydierenlijst voor zoogdieren van kracht, waarmee alleen nog de diersoorten als huisdier gehouden mogen worden die geschikt zijn voor een leven in gevangenschap. 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) huisdiereigenaren bereikt met voorlichting over de aanschaf, de natuurlijke behoeftes, de gezondheid 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 en waarin huisdieren naar hun aard met mensen kunnen leven. Om gericht aan dit doel te kunnen werken, staan het natuurlijke gedrag en de dierspraak centraal in al onze voorlichtende activiteiten. Want hoe meer mensen weten over dieren, hoe beter ze ervoor kunnen zorgen. Dieren begrijpen is dieren beschermen! Met politieke lobby motiveren we beleidsmakers om keuzes te maken die de belangen van onze dieren waarborgen.

Dit meerjarenbeleidsplan geeft weer hoe wij de komende drie jaar invulling geven aan onze ambities. Tevens komt de strategie voor leden- en fondsenwerving aan bod, die gericht is op groei van en binding met onze leden en donateurs en een gedegen financiële basis. Met de hulp van al die dierenvrienden die ons steunen met financiële bijdragen, het ondertekenen van petitities, het invullen van enquêtes en het verspreiden van onze boodschap, hebben we er alle vertrouwen in dat we samen daadwerkelijk een verschil kunnen blijven maken voor de dieren waar we mee samenleven.

*Steffie van Horck, directeur
December 2024*

1. Over de Sophia-Vereeniging

Opricht 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 2025 uit een bestuur en een ledenraad, een directeur en vier 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 heeft sinds 2022 een monistische bestuursvorm en bestaat uit een uitvoerend bestuurder en vier niet-uitvoerende bestuurders: Tierney Stadig-Mepham (voorzitter), Ilona Dingemans (secretaris), Daan Muusers (penningmeester) en Paul Hendriks (algemeen lid). Het bestuur draagt directe verantwoordelijkheid voor de besluitvorming en de algemene beleidslijnen. De niet-uitvoerende bestuurders houden toezicht op de uitvoerend bestuurder en op elkaar. Circa acht keer per jaar komen de bestuursleden bijeen om de voortgang van de activiteiten en het budget te toetsen op basis van rapportages.

Ledenraad

De ledenraad, die wordt gevormd door Rob Koolhaas (voorzitter), Wilianne Schilstra, Noah Dull, Nadine Lenz 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 niet-uitvoerende bestuursleden. Kandidaten voor de ledenraad worden tijdens de ALV voorgedragen voor benoeming.

Directie

De directeur is Steffie van Horck. Als uitvoerend bestuurder is zij 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. Het team beschikt over jarenlange ervaring op genoemde gebieden, is hoogopgeleid en idealistisch gemotiveerd. De activiteiten worden op constante basis uitgevoerd en aangescherpt.

Op 1 januari 2025 zijn in dienst:

- Steffie van Horck, directeur
- Linda van Eijk, officemanager en projectcoördinator Sophia SnuffelCollege
- Britt Groenewegen, communicatiemedewerker en campaigner
- Rosa Oe, communicatiemedewerker en campaigner
- Frank Wassenberg, senior beleidsmedewerker

In 2024 is een vacature ontstaan op het gebied van fondsenwerving en relatiemanagement. Besloten is om deze taken voorlopig deels te verdelen onder de medewerkers en daarnaast externe expertise in te huren. Daarmee worden kosten bespaard en kunnen we verder professionaliseren.

1.2 Vrijwilligersbeleid

In de uitvoering van onze taken worden wij bijgestaan door circa 150 vrijwilligers. Zij helpen op kantoor met administratie en pandbeheer en adviseren over de aanschaf en verzorging van katten, honden, konijnen en knaagdieren bij het Sophia DierenSpreekuur. Bij het Sophia SnuffelCollege wordt het testen van de deelnemende honden uitgevoerd door vrijwilligers, evenals het lesgeven aan kinderen over een veilige en respectvolle omgang met honden. Zonder vrijwilligers kunnen deze activiteiten niet worden uitgevoerd. Ook de niet-uitvoerende bestuurders 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

De hondentesters van het Sophia SnuffelCollege zijn professioneel werkzaam als hondengedragdeskundige en hebben de opleiding tot gedragstester succesvol afgerond. Iedereen die scholen wil bezoeken als SnuffelVrijwilliger, laat eerst de eigen hond testen op geschiktheid. Slaagt de hond voor de Sophia SnuffelCollege Hondengedragstest, 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

Niet-uitvoerende bestuursleden en ledenraadsleden worden gekozen op basis van specifieke expertise, bijvoorbeeld op diergeneeskundig, juridisch of financieel 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. Niet-uitvoerende bestuurders 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.

Kantoorvrijwilligers

Ook op ons kantoor krijgen we hulp van toegewijde dierenvrienden die op vrijwillige basis ondersteuning bieden, bijvoorbeeld bij het pandbeheer en de ledenadministratie. Dit zorgt ervoor dat de medewerkers meer tijd en energie kunnen steken in de dierenbeschermende activiteiten.

Het vrijwilligersbeleid in algemene zin zal in de komende periode niet gewijzigd worden.

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 2025-2027 onderzoeken we de toekomstbestendigheid van het huidige beleggingsbeleid. Mogelijk is een overstap naar een nieuwe vermogensbeheerder en/of een passieve beleggingsvorm wenselijk.

Kosten bestuur, ledenraad en directie

Niet-uitvoerende bestuurders 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 afgelopen jaren heeft groot onderhoud plaatsgevonden, waaronder het buitenschilderwerk en isolatie van de ramen. In 2025-2027 zal het trappenhuis worden opgeknapt. Tevens wordt de brandalarmcentrale vervangen en behoeft het verwarmings-systeem aandacht.

De benedenverdieping wordt verhuurd voor ca. € 29.000,- en de werkruimte op de eerste etage wordt verhuurd voor ca. € 18.000,- per jaar. De medewerkers houden kantoor op de tweede en derde etage, waar ook bestuurs- en ledenraadsvergaderingen plaatsvinden. Sinds de corona-epidemie wordt er regelmatig 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 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. Ook zijn we aangesloten bij een zestal samenwerkingsverbanden:

- **Dierencoalitie:** samengesteld uit 16 Nederlandse dierenbeschermingsorganisaties en gericht op samenwerking, met name op het gebied van politieke lobby. Ook het mobiliseren van de publieke opinie behoort tot de mogelijkheden.
- **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 inzake dierenwelzijn en dierenhandel.
- **Koop geen Kortsnuut:** samenwerking met Dier&Recht, Stichting DierenLot, de Koninklijke Hondenbescherming, Caring Vets en Fecava. Met een publiekscampagne maken we mensen bewust van het leed achter honden en katten met een korte snuit en sporen we hen aan geen kortsnuut te kopen.
- **Ben jij een KonijnenVRIEND:** voorlichtingscampagne in samenwerking met Stichting DierenLot om (potentiële) konijneneigenaren te informeren over een verantwoorde aanschaf, de juiste huisvesting en een goede verzorging van konijnen.
- **Meertens Instituut:** samenwerking in onderzoek naar kat-mens interacties en kattentaal en communicatie en educatie daarover.
- **Ik Klap:** gezamenlijke lobby voor een permanent landelijk vuurwerkverbod door meer dan 100 dieren- en milieuorganisaties (onderdeel van het Vuurwerkmanifest).

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, de gezondheid en de natuurlijke behoeftes van dieren en educatie te bieden over de dierentaal. 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 een mediabereik van 40 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 het aantal paginaweergaves te verhogen naar 600.000. In 2027 hopen we 40% groei in het aantal terugkerende websitebezoekers gerealiseerd te hebben.

Als beheerder van verschillende sociale netwerkgroepen op Facebook, 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 2025-2027 zetten we in op een bereik van 5 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 de verzorging en het natuurlijke gedrag van honden, katten, konijnen en knaagdieren. Tevens informeren we mensen over wat het houden van een huisdier inhoudt. Zo kunnen zij weloverwogen beslissen over de aanschaf van een dier, waarbij wij hen stimuleren om naar een opvang of asiel te gaan.

Ook het digitale **SophiaNieuws** wordt ingezet om met de achterban te communiceren. In de komende periode zetten we in op het verbeteren van de kwaliteit van de nieuwsbrief, de e-mailadressen en de achterliggende systemen, om het bereik en de impact te kunnen vergroten. We streven ernaar dat in 2027 maandelijks 35.000 mensen het SophiaNieuws ontvangen.

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 de klas in en konden er geen nieuwe honden en vrijwilligers worden opgeleid, met een fikse daling in het bereik tot gevolg. 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, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur (LVVN), waarmee de kans vergroot dat onze standpunten worden overgenomen door het ministerie. Daarnaast dragen publiekscampagnes, en het publiceren van opiniestukken in de landelijke dagbladen en op toonaangevende websites bij aan het vergroten van het politieke draagvlak.

In sommige gevallen neemt de kans van slagen toe door samen te werken. Op een aantal overkoepelende onderwerpen hebben we de krachten gebundeld met andere organisaties die dezelfde doelen nastreven. Dat is bijvoorbeeld het geval bij de huisdierenhandel, de huis- en hobbydierenlijst en de rasdierenproblematiek: gezamenlijk is er meer expertise en een enorme achterban, waarmee we het belang van verandering kunnen benadrukken.

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, de gezondheid 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 en het politieke en maatschappelijke draagvlak te vergroten.

Ons Meerjarenbeleidsplan 2025-2027 is opgesteld conform de richtlijnen van het CBF voor resultaat- en impactmeting. Per onderwerp worden de activiteiten beschreven, de doelstellingen voor de komende drie jaar (outputs), de beoogde effecten daarvan (outcomes) en het beoogde langetermijneffect op huisdieren in Nederland (impact).

3. Dierenbeschermende activiteiten

Om mensen te helpen goed voor hun dier te zorgen, geeft de Sophia-Vereeniging voorlichting over de natuurlijke behoeftes en de gezondheid 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 huisdieren gehouden. Hun belangen dienen gewaarborgd te worden in wet- en regelgeving, waarbij de natuurlijke behoeftes, de gezondheid en de aard van het dier leidend zijn. Dat geldt niet alleen voor de dieren die gehouden worden, maar ook voor de dieren die verhandeld en gefokt worden en de vele diersoorten die niet geschikt zijn voor een leven in gevangenschap. Deze dieren moeten beschermd worden met positieflijsten en heldere houdvoorschriften.

3.1 Voorlichting: 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 kat die ongewenst gedrag vertoont en daarvoor gestraft wordt of zelfs gedumpt. Het baasje heeft niet in de gaten dat het dier geen ‘rotkat’ is, maar dat het gedrag veroorzaakt wordt door stress. Andere voorbeelden zijn de hond die het doodsbenauwd heeft, maar wiens baasje zijn gesnurk enkel ziet als ‘gezellig’, de hamster die als prooidier doodsangsten uitstaat als hij van bovenaf wordt opgepakt en de chihuahua die de hele dag wordt vertroeteld, maar die nooit eens lekker hond mag zijn omdat zijn outfit dan vies wordt. 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 kennis hebben van het natuurlijke gedrag en de lichaamstaal van hun dier, ze anders naar dieren kijken en betere keuzes maken waarin het belang van het dier gekend wordt. 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. Met gerichte voorlichting bestrijden wij sociale verwaarlozing (eenzaamheid), maar ook zaken als ongeschikte huisvesting, een gebrekkige verzorging, impulsaankopen en een slechte gezondheid als gevolg van extreme uiterlijke kenmerken. Deze voorlichting vindt onder meer plaats via de website, de (sociale) media, het Sophia DierenSpreekuur, het Sophia HuisdierenKwartet, animaties en het educatieve bordspel Ken je Huisdier.

Doelstellingen 2025-2027 (outputs):

- Door onderzoek naar verschillende doelgroepen en hun omgeving en via de sociale media, het Sophia DierenSpreekuur en het SophiaPanel brengen wij de pijnpunten in kaart. Op basis daarvan ontwikkelen we voorlichtingscampagnes en kunnen we onze communicatiemiddelen goed afstemmen op de informatiebehoefte.
- In 2022-2024 voerden we voorlichtingscampagnes over eenzaamheid bij honden, misverstanden over kattengedrag en kattenwelzijn en over de huisvesting van konijnen. In de komende drie jaar zullen we onder meer aandacht besteden aan de lichaamstaal van honden en de huisvesting van knaagdieren.
- Naast voorgenoemde onderwerpen worden ook andere thema's belicht, zoals het leed onder doorgefokte dieren in de gezamenlijke campagne Koop geen Kortsnuit en de welzijnsproblemen bij dieren die niet geschikt zijn als huisdier.
- 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, onze voorlichting en voor politieke lobby.
- Jaarlijks bereiken we 40 miljoen keer (potentiële) eigenaren en hun omgeving met voorlichting over de natuurlijke behoeftes, de aard, de gezondheid en de lichaamstaal van huisdieren.

Outcome: Het beoogde effect van onze voorlichting is dat meer mensen zich bewust worden van de natuurlijke behoeftes en de gezondheid 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 en dat hun gezondheid prioriteit heeft.*

3.2 Educatie: 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 2025-2027 (outputs):

- Door de corona-epidemie konden er in 2020 en 2021 nauwelijks scholen bezocht worden door onze SnuffelVrijwilligers. Ook nam het aantal vrijwilligers en SnuffelHonden af, omdat er geen nieuwe aanwas opgeleid kon worden. Sindsdien wordt er hard gewerkt om het project weer in ere te herstellen. Er zijn vier nieuwe gedragstesters opgeleid en het aantal nieuwe vrijwilligers en geïnteresseerde scholen trekt weer aan. We hopen op korte termijn weer het oude niveau van 5.000 kinderen per jaar te 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 jaarlijks een mediabereik van 5 miljoen te realiseren.
- De actieve SnuffelVrijwilligers binden en motiveren we met jaarlijks een vrijwilligersdag, (online) bijscholing en via besloten groepen op sociale media.
- We onderzoeken mogelijkheden om het Sophia SnuffelCollege uit te breiden met een aanvullend educatief programma voor de bovenbouw van de basisschool. Daartoe vindt een analyse plaats van de doelgroep, de middelen en kanalen.

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 Politieke lobby: 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 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 voorrang te geven. 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 motiveren politici om het belang van het dier prioriteit te geven 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. Met publiekscampagnes tonen we maatschappelijk draagvlak aan en stimuleren we het publieke debat. In de afgelopen

jaren leidde deze aanpak tot grote successen: de regels voor het fokken en houden van ziekefokte dieren werden stevig aangescherpt, dierenbeulen kunnen rekenen op zwaardere straffen en het aantal zoogdiersoorten dat als huisdier gehouden mag worden, is drastisch ingeperkt met de huis- en hobbydierenlijst.

Doelstellingen 2025-2027 (outputs):

- We profileren de Sophia-Vereeniging als expert op het gebied van natuurlijke behoeftes van huisdieren, onder andere door bij actuele gebeurtenissen in dialoog te treden met politici en beleidsmakers en hen te voorzien van de informatie die nodig is om diervriendelijke keuzes te maken.
- Met persberichten en opiniestukken over actuele kwesties vergroten we het politieke draagvlak.
- Door onderwerpen aan te kaarten via de (sociale) media stimuleren we het publieke debat. Petities worden ingezet om maatschappelijke steun aan te tonen.
- Onderwerpen die in 2025-2027 in ieder geval aan de orde zullen komen:
 - **Te hoge dierenartskosten:** steeds meer huisdiereigenaren mijden de dierenarts vanwege de stijgende kosten. Daardoor krijgen huisdieren onvoldoende medische zorg. Ondertussen verdient de Staat veel geld aan dit dierenleed, door 21% btw te rekenen voor diergeneeskundige handelingen. Commerciële dierenartsketens drijven de prijzen nog verder op. Ook is er een tekort aan dierenartsen, die steeds vaker stoppen vanwege de hoge werkdruk. Om dit tijt te keren, pleiten wij al sinds 2015 voor overheidsmaatregelen. Ruim 60.000 bezorgde huisdiereigenaren ondertekenden onze petitie. Het politieke draagvlak is sindsdien enorm toegenomen: diverse moties werden aangenomen en de minister zette een aantal onderzoeken uit. Wij blijven aansturen op snelle maatregelen om de dierenarts betaalbaar te houden.
 - **Uitbreiding van het verbod op het zelf doden van dieren:** sinds 2014 is het dankzij de Sophia-Vereeniging verboden om zelf je hond of kat te doden, maar dit verbod moet ook gelden voor andere dieren. Zo worden talloze jonge konijntjes en knaagdieren ongestraft gedood door fokkers die vinden dat ze niet de goede vachtkleur hebben voor de verkoop of voor de show. Na een intensief lobbytraject werd het amendement van Frank Wassenberg (PvdD) voor een uitbreiding van het verbod in 2023 aangenomen. Wij zetten ons in voor een snelle invoering van het verbod op het doden van alle dieren op de huis- en hobbydierenlijst.
 - **Houd- en handelsverbod voor ziekefokte dieren:** mede dankzij onze jarenlange strijd mogen dieren die lijden onder hun uiterlijk niet meer gefokt worden in Nederland. Je mag ze echter nog wel houden, kopen en verkopen. In 2024 overtuigden we het kabinet ervan dat dit ook verboden moet worden. Per 2026 geldt alvast een verbod op het houden van naaktkatten en Scottish folds. Zaak is nu dat er ook voor andere ziekefokte dieren een goede invulling wordt gegeven aan het aangekondigde houd- en handelsverbod, zoals voor honden en katten met een te korte snuit.

- **Uitbreiding van de huis- en hobbydierenlijst:** na een lobbytraject van meer dan drie decennia, mogen sinds 1 juli 2024 nog maar dertig zoogdiersoorten als huisdier worden gehouden. De andere soorten zijn verboden, bijvoorbeeld omdat ze in gevangenschap worden beperkt in hun natuurlijke gedrag of ziektes kunnen overdragen. In 2024 is ook begonnen met het beoordelen van reptielen op geschiktheid als huisdier. Daarna zijn de vogels en amfibieën aan de beurt. Wij streven naar een zorgvuldige en snelle uitbreiding van de huis- en hobbydierenlijst, zodat ook deze dieren niet meer hoeven te lijden.
- **Vuurwerkverbod:** de meeste huisdieren zijn doodsbang voor vuurwerk. Veel dieren raken totaal in paniek, sommige vluchten weg en worden nooit meer teruggevonden. Wij vinden dat het plezier van een uurtje knallen niet opweegt tegen de nadelen, waaronder de angst, stress en schade die vuurwerk veroorzaakt bij dieren. Daarom pleiten wij voor een permanent landelijk vuurwerkverbod.
- **Verplichte cursus vóór aanschaf hond:** via het internet bestel je met een muisklik een puppy. Veel hondenleed wordt veroorzaakt doordat mensen ondoordacht een hond nemen en te laat beseffen dat een hond veel meer tijd, aandacht en geld kost dan gedacht. Het gevolg is dat de dieren worden verwaarloosd, niet de (medische) zorg krijgen die ze nodig hebben of in het asiel belanden. Een verplichte cursus vóór aanschaf van een hond kan impulsaankopen tegengaan. Bovendien kunnen hiermee veel bijtincidenten worden voorkomen: de cursus leert potentiële hondeneigenaren de risico's in te schatten, signalen die de hond geeft goed te interpreteren, gevaarlijke situaties te vermijden en juist te handelen in dreigende situaties.
- **Betere handhaving:** goede dierenbeschermende wetgeving is een eerste belangrijke stap om dierenleed te kunnen bestrijden en voorkomen. Wanneer deze wordt overtreden, moet worden ingegrepen. Helaas is de handhaving van de Nederlandse wet- en regelgeving ver onder de maat. Met een petitie pleiten wij voor meer budget voor de dierenpolitie, de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) en de Landelijke Inspectiedienst Dierenwelzijn (LID), zodat meldingen van dierverwaarlozing en -mishandeling adequaat worden opgevolgd. Daarnaast is het van belang dat politie en justitie goed op de hoogte zijn van de (aangescherpte) wetgeving op het gebied van dierenwelzijn. Met gespecialiseerde officieren van justitie kan het dierenwelzijn beter gewaarborgd worden in strafrechtelijke trajecten.

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.

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 een belangrijk streven om de structurele baten uit contributies, giften en donaties van leden en donateurs te verhogen. We onderzoeken continu hoe we het vermogen op verantwoorde en effectieve wijze kunnen inzetten om leden en donateurs te werven en te behouden. Het aantal ledenwervingsmethoden neemt echter af, waardoor de inkomsten uit leden en donateurs onder druk staan. Daarom zoeken we in 2025-2027 naar alternatieve inkomstenbronnen, onder meer binnen de institutionele markt.

Ondertussen zetten we relationship fundraising in om de band met onze huidige achterban zodanig te versterken dat de inkomsten per lid stijgen en de uitval geminimaliseerd wordt. 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. Doel is dat er een gezonde, meer planbare financiële basis ontstaat.

4.1 Particuliere markt

4.1.1 Nieuwe leden en donateurs werven

Online werving

Tijdens campagnes, via de sociale media en online activiteiten zoals een petitie of enquête worden belangstellenden betrokken bij de Sophia-Vereeniging. Ook leren mensen ons kennen via onze dierenbeschermende producten zoals de Sophia NoodSticker en de Sophia NoodPas. Sommigen worden direct lid of donateur, anderen melden zich aan als ontvanger van de digitale nieuwsbrief SophiaNieuws. Daarin wordt maandelijks een (indirecte) gift- of hulpvraag opgenomen. Doelstelling is om het aantal ontvangers van de nieuwsbrief te verhogen naar 35.000 per mailing. Daarnaast worden er ledenwervende advertenties geplaatst op Facebook en worden de website, het mailsysteem en onze database continu geoptimaliseerd voor leden- en donateurwerving.

Telefonische werving

Telefonische werving is voor de Sophia-Vereeniging effectief gebleken: tegen een relatief laag tarief werven we via een extern bureau nieuwe leden en donateurs met een laag uitvalpercentage. Nadeel is dat het aantal te werven nieuwe leden beperkt is, omdat het afhankelijk is van de dierenbeschermende activiteiten. We gebruiken bijvoorbeeld telefoonnummers afkomstig van de website (giftshop) en van campagnepetities. Bovendien zijn we afhankelijk van de capaciteit van het externe belbureau waar we mee samenwerken. Ook de komende drie

jaar zal deze methode worden ingezet, waarbij bij iedere activiteit onderzocht wordt of het werven van telefoonnummers tot de mogelijkheden behoort. Het streven is om jaarlijks 6.000 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 nam de kwaliteit af. In dit jaarplan gaan we ervan uit dat deze wervingsmethode de komende jaren niet wordt ingezet.

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, grijpen we 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 € 14,99 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 giftshop is tevens de Sophia EHBO-kaart verkrijgbaar, die als aanvulling op het handboek kort de belangrijkste handelingen uitlegt. In 2025 zal een soortgelijke kaart worden ontwikkeld met daarop giftige middelen per huisdiersoort en behandeling bij vergiftiging.

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. Een setje Sophia NoodStickers is voor € 2,49 te bestellen via de website. Leden van de Sophia-Vereeniging betalen alleen de verzendkosten.

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 € 3,49, leden betalen slechts € 2,49.

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. Daarbij ontwikkelen we ‘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 gever 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 de database Salesforce. Deze is gekoppeld aan het 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 en de Sophia NoodPas blijken daarbij populair. Tevens wordt leden in twee keer per jaar 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, zal de komende periode extra aandacht worden besteed aan nalatenschappenwerving. 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 € 40.000,- 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, een webwinkel voor huisdierproducten en een vergelijkings-

website voor huisdierverszekeringen. Via vermogensfondsen verkregen we onder meer donaties voor het Sophia SnuffelCollege, het Sophia HuisdierenKwartet, voorlichtende campagnes, animaties en het online Sophia's SnuffelSpel, dat kinderen leert hoe ze veilig en respectvol met honden omgaan.

Het indienen van subsidie- en fondsaanvragen is een arbeidsintensief en tijdrovend traject, met een kleine kans van slagen. Toch blijven we hierin investeren en zoeken we naar kansen om te voldoen aan de criteria van de verschillende fondsen. Daarnaast onderzoeken we de mogelijkheden voor (structurele) grote giften, samenwerking en sponsoring. Het streven is om hiermee jaarlijks € 25.000,- te werven voor onze activiteiten.

4.3 Giftshop

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 giftshop te optimaliseren en goede nieuwe producten aan te bieden, hopen we op een opbrengst van € 40.000,- per jaar.

Nawoord

Dit meerjarenbeleidsplan laat zien dat we de komende periode wederom vol daadkracht en optimisme in actie komen voor een beter huisdierenwelzijn in Nederland. Met een klein maar krachtig team wordt onze capaciteit optimaal ingezet om zo veel mogelijk mensen te bereiken met onze voorlichting en educatie en Den Haag te motiveren om diervriendelijke keuzes te maken.

Het is echter niet mogelijk om bergen te verzetten zonder de vele vrijwilligers die voor de klas staan, die SnuffelHonden testen, die de lastigste vragen beantwoorden bij het Sophia DierenSpreekuur, die helpen op kantoor en die de ledenraad bemannen. Natuurlijk spelen ook onze leden en donateurs een belangrijke rol: alleen met hun steun kunnen onze dierenbeschermende activiteiten worden uitgevoerd. Samen geven we de huisdieren een stem en komen we op voor hun belangen. Daar wil ik iedereen graag ontzettend voor bedanken.

De komende periode zetten we onze missie voort en dragen we samen bij aan een diervriendelijkere maatschappij. Want ons doel verliezen we nooit uit het oog: een samenleving zonder dierenleed, waarin huisdieren naar hun aard met mensen kunnen leven.

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