



Koningin

Sophia -Vereeniging

tot Bescherming van Dieren



Jaarplan 2014

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	4
2. Huisdieren beschermen	6
2.1 Natuurlijk gedrag	6
2.2 Aanschaf	6
2.3 Activiteiten	7
2.4 Voorlichting en politieke lobby	7
3. Thema A: Natuurlijk gedrag	10
3.1 Eenzaamheid	10
3.2 Sophia SnuffelCollege	11
3.3 Rasdieren	12
3.4 Positieflijst	14
3.5 Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media	14
4. Thema B: Aanschaf	16
4.1 Huisdierenoverschot	16
4.2 Doden van huisdieren	17
4.3 Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media	18
5. Fondsenwerving	19
5.1 Particuliere markt	19
5.1.1 Nieuwe leden en donateurs werven	19
5.1.2 Werving via eigen leden en donateurs	21
5.2 Institutionele markt	22
Nawoord	23

Inleiding

Huisdieren in Nederland, is daar iets mis mee? Deze vraag wordt mij regelmatig gesteld als ik vertel over mijn werk bij de Koningin Sophia-Vereeniging tot Bescherming van Dieren. Natuurlijk: veel huisdieren hebben het goed. Als ik bijvoorbeeld zie met hoeveel liefde onze SnuffelVrijwilligers met hun honden omgaan, dan word ik warm van binnen. Deze dieren krijgen volop aandacht en beweging en hun baasjes voelen feilloos aan wat hun dier nodig heeft. Zo'n leven gun ik ieder huisdier! Dat daarvan helaas nog lang geen sprake is, bewijzen alleen al de vele krantenkoppen over doodgeschotpte kittens, verdronken honden, tamme konijnen die in het bos worden gedumpt en zakkenvol met dode knaagdieren die door geweld om het leven zijn gekomen.

En er is er meer, veel meer. Verborgen achter de voordeur gaat veel huisdierenleed schuil dat de krant nooit haalt. Dan heb ik het over de onzichtbare dieren die eenzaam wegwijnen in een hok op het balkon. Bij gebrek aan contact met soortgenoten verwonden ze zichzelf uit frustratie, worden ze onzindelijk of staren ze de hele dag apathisch voor zich uit. Het merendeel sterft een veel te vroege dood. Ook heb ik het over de talloze dieren die niet thuishoren in de huiskamer, maar daar toch worden gehouden en een erbarmelijke leven leiden omdat het baasje graag pronkt met iets exotisch. Dat het dier behoeften heeft waaraan in gevangenschap niet tegemoet gekomen kan worden, is van ondergeschikt belang.

Maar ook degenen die wel het beste voor hebben met huisdieren, gaan vaak de mist in doordat ze niet goed zijn geïnformeerd. Vol goede intenties wordt een rasdier aangeschaft met een prachtige stamboom, die eigenlijk niks meer is dan een garantie op welzijnsproblemen. Door een gebrek aan kennis over het natuurlijke gedrag en de soorteigen behoeften geven veel mensen hun dier, hoe geliefd ook, een verkeerde verzorging. De overdadige tussendoortjes leiden tot te dikke, zieke honden en katten. De gezellige gesprekspartner is in feite een gefrustreerde papegaai die van ellende gaat praten. Het konijn dat liefdevol geknuffeld wordt, is doodsbang omdat zijn instinct hem zegt dat hij te grazen wordt genomen door een roofdier.

Naast het ernstige dierenleed dat binnenshuis plaatsvindt, is er het grootschalige verdriet van honderdduizenden dieren die gedoemd zijn tot een leven in een asiel, wachtend op een baasje dat nooit zal komen. Want het aanbod aan huisdieren is enorm: dagelijks worden er talloze nestjes jonge dieren verkocht via het internet, in dierenwinkels en in tuinentra. Zo'n piepklein bolletje wol... daar hoef je geen twee keer over na te denken! Totdat de pluizenbol de huisraad vernielt, geld blijkt te kosten of toch lastig mee te nemen is op vakantie. Ook deze dieren belanden uiteindelijk vaak in het asiel, een opvang of op straat.

Ja, er is dus iets mis met huisdieren in Nederland. Er is een heleboel mis met huisdieren in Nederland. Als enige organisatie zet de Sophia-Vereeniging zich exclusief in om hun welzijn te verbeteren, ongeacht de belangen van hun eigenaren. De afgelopen jaren hebben we mooie successen geboekt: eindelijk worden er wettelijke maatregelen getroffen waarmee de rashondenproblematiek sectorbreed kan worden aangepakt, er komt een verbod op het houden van een flink aantal diersoorten die niet geschikt zijn als huisdier en ook het zelf doden van honden en katten is binnenkort niet meer toegestaan. Ondertussen droegen we succesvol bij aan

het beperken van het zwervkattenoverschot, leerden duizenden kinderen het gedrag van honden juist te interpreteren en werden via de media, de website, de Sophia DierenSpreekuren en de sociale media miljoenen (potentiële) huisdiereigenaren bereikt met voorlichting over de aanschaf, het natuurlijke gedrag en de verzorging van huisdieren.

In dit jaarplan kunt u lezen welke activiteiten wij het komende jaar inzetten om huisdierenleed te bestrijden. Met een streven naar meer focus en de noodzaak tot bezuinigingen hebben we met pijn in het hart moeten besluiten om afscheid te nemen van onze activiteiten voor zwervdieren. Ook zult u de Sophia KattenBond niet meer terugvinden in dit jaarplan; onze activiteiten voor een beter kattenwelzijn vallen voortaan onder de eigen naam 'Sophia-Vereeniging'. Wat blijft, is een groot vertrouwen in onze capaciteit om net als in voorgaande jaren daadwerkelijk een verschil te maken voor de dieren om ons heen. Met een activiteitenpakket waarin de kracht uit het verleden is gecombineerd met de eisen van het heden en de kansen van de toekomst, biedt 2014 volop mogelijkheden om resultaten te boeken in ons streven naar een samenleving waarin huisdieren naar hun eigen aard met mensen kunnen leven.

Steffie van Horck, directeur

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

Opgericht in 1867 door de lijfarts van koningin Sophia, echtgenote van koning Willem III, behoort de Sophia-Vereeniging tot de oudste dierenbeschermende organisaties van Nederland. Vanuit haar kantoor in de historische binnenstad van Amsterdam zetten bestuur, ledenraad, vrijwilligers en medewerkers zich in voor een beter dierenwelzijn en groei van de organisatie. Sinds 2009 richt de Sophia-Vereeniging zich exclusief op het beschermen van huisdieren in Nederland.

De Sophia-Vereeniging bestaat in 2014 uit een bestuur en een ledenraad, een directeur en zes medewerkers, ondersteund door circa honderd vrijwilligers. Er zijn zo'n 2.700 leden en een gestaag toenemend aantal belangstellenden volgt de organisatie via de sociale media en het digitale Sophi@-Nieuws.

Bestuur

Het bestuur bestaat uit voorzitter Rutger van Versendaal, penningmeester Joke Arendse, secretaris Peter Jan van Lookeren Campagne en de algemene leden Karen Hoekstra, Joachim Nieuwland en Marlies Vandersmissen. Het bestuur bepaalt het beleid en de algemene strategie. Minimaal acht keer per jaar komen de bestuursleden bijeen om de voortgang van de activiteiten en het budget te toetsen. Dit gebeurt op basis van voortgangs- en budgetrapportages. In verband met het aftreden van de penningmeester is het streven om het bestuur in 2014 aan te vullen met een bestuurslid met een financiële achtergrond.

Ledenraad

De ledenraad, die op dit moment bestaat uit voorzitter Wilianne Schilstra, secretaris Renske van der Star en de leden Steven de Bruijn en Edith Smits, heeft sinds de statutenwijziging in 2009 een adviserende functie en benoemt nieuwe bestuursleden. Tijdens de Algemene Ledenvergadering (ALV) in het voorjaar legt het bestuur verantwoording af en wordt haar decharge verleend, nadat de ledenraad hierover advies heeft uitgebracht. In 2013 zijn twee kandidaat-ledenraadsleden aangetrokken, Olivier Boon en Renée van Deventer, die tijdens de ALV worden voorgedragen voor benoeming.

Directie

De directeur is Steffie van Horck. Zij is verantwoordelijk voor de ontwikkeling van het beleid, de strategie en de uitvoering van de activiteiten. Voorafgaand aan het nieuwe kalenderjaar concipieert de directeur een jaarplan en jaarbegroting. Beide stukken worden ter goedkeuring aan het bestuur voorgelegd, aangevuld en aangepast. Nadat de stukken zijn goedgekeurd, is de directeur autonoom in haar initiatieven, voor zover deze passen binnen de parameters van jaarplan en budget.

Medewerkers

De medewerkers van de Sophia-Vereeniging worden aangestuurd door de directie. Zij worden in de uitvoering van hun taken bijgestaan door circa honderd vrijwilligers, die actief zijn binnen het Sophia SnuffelCollege, de Sophia DierenSpreekuren en op kantoor. Ook stagiairs hel-

pen mee op kantoor en verlenen assistentie bij de verschillende activiteiten. Vrijwilligers en stagiairs ontvangen een vergoeding voor daadwerkelijk gemaakte onkosten. In 2014 wordt deze werkwijze voortgezet.

Per 1 januari 2014 zijn in dienst:

- Steffie van Horck, directeur
- Kitty Willems, communicatiemanager
- Frank Wassenberg, beleidsmedewerker en lobbyist
- Yvonne Stroomer, projectleider
- Nadine Goudsmit, officemanager en projectmedewerker
- Jon Blok, marketingmanager
- Leander Hansen, ledenwerver en communicatiemedewerker

De huidige functieprofielen en bijbehorende fte's passen inhoudelijk en strategisch bij het te voeren beleid in 2014.

Achterban

Met haar achterban communiceert de Sophia-Vereeniging via de sociale media, het kwartaalblad *Dierenhulp*, de website en de digitale nieuwsbrief *Sophi@-Nieuws*. Het doel is om lezers voorlichting te geven en hun binding met de organisatie te vergroten.

2. Huisdieren beschermen

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

- **Onwetendheid** over wat een adequate verzorging van dieren inhoudt en over het natuurlijke gedrag van huisdieren;
- **Onnadenkendheid** bij de aanschaf van een huisdier, waardoor geen rekening gehouden wordt met de consequenties die het verzorgen van een huisdier met zich meebrengt;
- **Onvermogen** om een dier te verzorgen, bijvoorbeeld door financiële problemen, gezinsuitbreiding, gezondheidsproblemen of tijdsgebrek;
- **Onverschilligheid** over de gezondheids- en welzijnsproblemen die het gevolg zijn van een verkeerde verzorging of huisvesting van een huisdier;
- **Onwil** om een huisdier goed te behandelen: het dier wordt verwaarloosd, mishandeld of gedood.

2.1 Natuurlijk gedrag

In situaties waarbij onwetendheid, onnadenkendheid en onvermogen aan de basis liggen van het welzijns- of gezondheidsprobleem van het huisdier, biedt de Sophia-Vereeniging voorlichting. De aard van het dier en het natuurlijke gedrag staan hierbij centraal. Want hoe gedomesticeerd (sommige) huisdieren ook zijn, alle huisdieren lijken in hun gedrag en behoeften op hun verre voorvaderen. Alleen als de eigenaar beschikt over de juiste informatie over de natuurlijke behoeften van zijn dier en bereid is de leefomgeving van en zijn omgang met het dier hierop in te richten, kan een huisdier een goed welzijn geboden worden en kunnen gevaarlijke situaties worden voorkomen.

Voor veel dieren is het echter onmogelijk om in gevangenschap hun natuurlijke gedrag te vertonen. Met politieke lobby komt de Sophia-Vereeniging op voor deze dieren, die ongeschikt zijn als huisdier en vaak ten prooi vallen aan onnadenkendheid, onwetendheid of zelfs onverschilligheid. Hetzelfde geldt voor rasdieren die door hun extreme uiterlijk gehinderd worden in hun natuurlijke gedragsrepertoire.

2.2 Aanschaf

Naast het gebrek aan rekenschap met het natuurlijke gedrag van dieren, zijn de misstanden rondom de aanschaf van en handel in huisdieren een groot probleem. Zo stimuleert de verkoop van dieren via het internet, dierenwinkels en tuincentra ondoordachte aankopen, met ernstig dierenleed tot gevolg. Bovendien leidt de vraag naar jonge dieren tot een enorm overschot aan dieren die gedoemd zijn tot een leven in de marge. Door mensen voor te lichten over de consequenties van de aanschaf van een huisdier, kan onnadenkendheid, onwetendheid en onvermogen bestreden worden en dierenleed worden voorkomen.

Ook aan de verkoperskant van de huisdierenhandel vindt veel dierenleed plaats. Vaak is daar sprake van onwil en onverschilligheid, waarbij het geldelijk gewin ten koste gaat van het dierenwelzijn. Sommige (kernegezonde) dieren worden zelfs gedood omdat ze te weinig opleveren. Met politieke lobby streeft de Sophia-Vereeniging naar strenge wetgeving voor de huisdierenhandel en -fokkerij en naar verplichte castratie van (de meeste) huisdierensoorten om het huisdierenoverschot substantieel terug te dringen.

2.3 Activiteiten

Per 2014 zijn ‘Natuurlijk gedrag’ en ‘Aanschaf’ de thema’s waarbinnen de activiteiten van de Sophia-Vereeniging worden uitgevoerd. Deze thema’s passen bij uitstek bij de missie van de vereniging: *De uiteindelijke doelstelling van de Sophia-Vereeniging is een samenleving waarin huisdieren naar hun eigen aard met mensen kunnen leven. Daartoe maakt de vereniging mensen bewust van de natuurlijke behoeften van dieren en verdedigt zij hun eigen waarde, die los staat van de waarde die ze hebben voor de mens. Alleen wanneer daar rekening mee gehouden wordt bij het houden, fokken en verhandelen van huisdieren, kan hen een goed welzijn geboden worden.*

In hoofdstuk 3 en 4 van dit jaarplan wordt uitvoerig beschreven hoe de thema’s ‘Natuurlijk gedrag’ en ‘Aanschaf’ het komende jaar worden vertaald in activiteiten. Samenvattend zal aan de volgende projecten en campagnes invulling worden gegeven:

Natuurlijk gedrag

- Eenzaamheid
- Sophia SnuffelCollege
- Rasdieren
- Positieflijst
- Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media

Aanschaf

- Huisdierenoverschot
- Doden van huisdieren
- Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media

2.4 Voorlichting en politieke lobby

De middelen die de Sophia-Vereeniging hanteert om de doelstellingen van haar activiteiten te bereiken, zijn voorlichting en politieke lobby.

Voorlichting

Voorlichting geeft de Sophia-Vereeniging merendeels via gratis publiciteit: persberichten, opiniestukken, ingezonden brieven, de website en sociale media als Facebook en Twitter. Journalistieke aandacht in de geschreven pers, op televisie, de radio en het internet is het meest efficiënte middel om informatie te verspreiden en het publieke debat te stimuleren. Met

het opzetten van betaalde publiciteit is de Sophia-Vereeniging terughoudend. Adverteren is duur en de effectiviteit van een advertentie, commercial of banner is beperkt.

Net als in voorgaande jaren zullen persberichten over de activiteiten van de Sophia-Vereeniging in 2014 media-aandacht genereren, in totaal driehonderd keer. De voorlichting die via de website wordt gegeven, bereikt jaarlijks een half miljoen bezoekers. Streven is om de stijgende lijn in de bezoekersaantallen te continueren. Ook blijft de Sophia-Vereeniging actief op de sociale media om haar achterban van informatie te voorzien, bij projecten en campagnes te betrekken en in aantal te vergroten.

Wetgeving en politieke lobby

De Sophia-Vereeniging zal zich het komende jaar wederom inzetten voor adequate dierenbeschermingswetten en een strenge controle daarop. Het streven naar meer wettelijke bescherming voor dieren staat echter haaks op het huidige beleid, dat sinds de inwerkingtreding van de Wet dieren in 2013 uitgaat van een terugtrekkende overheid. Met minder wettelijke regels ligt de verantwoordelijkheid voor dierenwelzijn voor een groot deel bij de sector zelf, terwijl daar de economische belangen vaak prevaleren boven de belangen van de dieren.

De Sophia-Vereeniging zet zich in om het tij te keren door beleidsmakers te informeren, vergaderingen van de Kamercommissie bij te wonen en bewindslieden aan te schrijven. Als kleine organisatie kan de vereniging effectieve lobby voeren door, in voorbereiding op een debat of overleg, heel gericht informatie te verstrekken aan Tweede Kamerleden. Dat leidt ertoe dat de informatie van de Sophia-Vereeniging door verschillende Kamerfracties wordt ingebracht tijdens het debat, waarmee de kans vergroot wordt dat haar standpunten worden overgenomen door de regering. Daarnaast draagt het publiceren van opiniestukken in de landelijke dagbladen bij aan het vergroten van het politieke draagvlak voor de standpunten van de organisatie.

Tevens participeert de Sophia-Vereeniging actief in de Dierencoalitie, samen met 19 andere dierenwelzijnsorganisaties. De Dierencoalitie verbetert de afstemming tussen dierenbeschermingsorganisaties, zoekt overlap in standpunten en stimuleert samenwerking. De activiteiten van de Dierencoalitie betreffen voornamelijk politieke lobby, maar ook het mobiliseren van de publieke opinie behoort tot de mogelijkheden.

Strategie

Met voorlichting en politieke lobby richt de Sophia-Vereeniging zich op de aanpak van de Vijf O's: onwetendheid, onnadenkendheid, onvermogen, onverschilligheid en onwil, die ten grondslag liggen aan het slechte welzijn en de slechte gezondheid van veel huisdieren. 'Natuurlijk gedrag' en 'Aanschaf' zijn de overkoepelende thema's waarbinnen de activiteiten van de vereniging verankerd zijn.

Missie

De uiteindelijke doelstelling van de Sophia-Vereeniging is een samenleving waarin huisdieren naar hun eigen aard met mensen kunnen leven. Daartoe maakt de vereniging mensen bewust van de natuurlijke behoeften van dieren en verdedigt zij hun eigen waarde, die los staat van de waarde die ze hebben voor de mens. Alleen wanneer daar rekening mee gehouden wordt bij het aanschaffen, houden, fokken en verhandelen van huisdieren, kan hen een goed welzijn geboden worden.

3. Thema A: Natuurlijk gedrag

In Nederland worden ongeveer dertig miljoen dieren als huisdier gehouden: honden (1,5 miljoen), katten (2,9 miljoen), konijnen (940.000), knaagdieren (860.000), paarden (circa 400.000), vogels (2 miljoen) en vissen (16,2 miljoen). Daarnaast worden ook zo'n 5 miljoen reptielen, amfibieën en exoten gehouden, die daarvoor niet geschikt zijn. Het is onmogelijk om de huisvesting en verzorging van deze wilde dieren geheel af te stemmen op hun natuurlijke behoeften. Hierdoor kunnen zij hun soortspecifieke gedragsrepertoire niet uitvoeren, met welzijnsproblemen tot gevolg. Voor vogels geldt hetzelfde: uitgaande van hun vliegbehoefte is zelfs een voliëre een te beperkte omgeving.

Voor de meeste dieren die in of rondom huis gehouden kunnen worden, geldt dat het soorten zijn die van nature in sociale verbanden leven en zich hebben weten aan te passen aan de leefwijze van mensen. Dit is nu juist wat bijvoorbeeld honden, katten en sommige knaagdierensoorten geschikt maakt als huisdier. Toch worden ook deze dieren vaak geremd in hun normale, natuurlijke gedrag. Dat kan leiden tot gedragsproblemen, stress en een vroegtijdige dood.

De leefomgeving is bepalend voor het welzijn van huisdieren, maar het is vaak moeilijk om de juiste omstandigheden te creëren. Bovendien hebben veel huisdiereigenaren te weinig kennis over de behoeften van hun dier, waardoor ze (onbewust) verkeerde voorzieningen bieden. Daarnaast weten veel mensen niet hoe ze het gedrag van een huisdier moeten interpreteren, waardoor een goede omgang met de dieren wordt belemmerd, gevaarlijke situaties kunnen ontstaan en alarmerend gedrag niet als zodanig wordt herkend.

Om mensen te helpen beter voor hun dier te zorgen, geeft de Sophia-Vereeniging voorlichting over de natuurlijke behoeften van de meest gehouden huisdieren. Want net als alle andere dieren heeft ook een huisdier het recht zich naar zijn aard te kunnen gedragen. Dieren begrijpen is dieren beschermen: met meer kennis over wat een dier nodig heeft en hoe het zich van nature gedraagt, zal de omgang substantieel verbeteren en daarmee het dierenwelzijn.

Via politieke lobby komt de Sophia-Vereeniging op voor de belangen van huisdieren, ook als die niet overeenkomen met het belang van de eigenaar. Dit geldt met name voor rasdieren, die door hun extreme uiterlijk beperkt worden in hun natuurlijke gedrag. Ook de dieren die niet geschikt zijn om als huisdier gehouden te worden, kunnen via deze weg rekenen op de hulp van de Sophia-Vereeniging.

3.1 Eenzaamheid

De meeste huisdieren zijn van nature groepsdieren, voor wie alleen voedsel en huisvesting onvoldoende zijn om een gezonde leefomgeving te creëren. Individueel houden en te weinig kwalitatieve aandacht is voor hen een bron van ongerief, met name voor diersoorten die oorspronkelijk in groepen leven als bescherming tegen roofdieren. Zij voelen zich onveilig en door een gebrek aan sociale prikkels ervaren ze verveling. Contact met soortgenoten is wat deze dieren nodig hebben. Andersom kan het geforceerd bij elkaar zetten van solitair ingestelde dieren ook tot stress leiden. Hoe de problemen zich uiten, verschilt sterk per diersoort.

Sociale verwaarlozing

Sociale verwaarlozing blijft gemakkelijk onopgemerkt. Enerzijds doordat het binnenshuis plaatsvindt, anderzijds omdat het niet erg zichtbaar hoeft te zijn. Een cavia in zijn eentje in een ruim, schoon verblijf met allerlei soorten voer en speeltjes geeft niet direct de indruk veel te missen, terwijl het dier ernstig in zijn welzijn wordt aangetast. Het probleem kan worden aangepakt via voorlichting: door huisdiereigenaren te informeren over de sociale behoeften van hun dier, vindt bewustwording plaats en wordt sociale verwaarlozing eerder her- en erkend. Op haar website geeft de Sophia-Vereeniging uitgebreide informatie over de behoefte van huisdieren aan interactie met soortgenoten. Ook bij de Sophia DierenSpreekuren wordt volop aandacht besteed aan dit onderwerp.

Publiekscampagnes

Naast voorlichting via haar reguliere kanalen, bracht de Sophia-Vereeniging de afgelopen periode elk jaar een ander huisdier voor het voetlicht met een publiekscampagne. In 2009 waren dat de honden, 2010 stond in het teken van paarden, in 2011 werd een radiospotje uitgezonden op Kinderradio.fm over het belang van gezelschap voor konijnen. In 2012 konden kinderen deelnemen aan de Sophia KonijnenQuiz, waarbij zij werden voorgelicht over de verzorging en de sociale behoeften van deze dieren. Het afgelopen jaar stimuleerde de vereniging hondeneigenaren om meer kwalitatieve tijd door te brengen met hun huisdier, onder meer door gratis de Sophia HondenFrisbee te verstrekken.

Onderzoek

Ook de komende jaren zullen voorlichtende campagnes opgetuigd worden om de problematiek onder de aandacht te brengen, te beginnen met de meest gehouden knaagdiersoorten. In samenwerking met de Universiteit Utrecht worden hun natuurlijke sociale behoeften in kaart gebracht, waarbij wordt vastgelegd welke problemen er optreden wanneer daaraan niet tegemoet gekomen wordt en welke cijfers hieraan gekoppeld kunnen worden. Aan de hand van de onderzoeksresultaten wordt in 2014 gratis publiciteit gegenereerd middels een persbericht en/of een publiekscampagne. Tevens zal op ad hoc basis ingespeeld worden op de actualiteit, door middel van persberichten, ingezonden brieven en de sociale media.

3.2 Sophia SnuffelCollege

In Nederland vinden jaarlijks 150.000 bijtincidenten plaats, vooral bij jonge kinderen. Een derde van de slachtoffers meldt zich bij de huisarts of de spoedeisende hulp. Een hondenbeet kan naast verminking een levenslang psychisch trauma veroorzaken. De hond in kwestie wordt vaak als onbetrouwbaar bestempeld en afgemaakt. Uit internationaal onderzoek is gebleken dat de kans op een hondenbeet met 86% afneemt als kinderen het gedrag van honden juist interpreteren en hun eigen handelen erop aanpassen.

Veilig contact met honden

Een veilige omgang tussen hond en kind, dat is het doel van het Sophia SnuffelCollege. Door kinderen het gedrag van honden te leren begrijpen, kunnen hondenbeten voorkomen worden en neemt angst voor honden af. Bovendien: als kinderen op jonge leeftijd leren veilig en respectvol met dieren om te gaan en dieren te erkennen als wezens met een intrinsieke waarde,

zullen ze ook op latere leeftijd beter met dieren omgaan. Verwaarlozing van dieren en dieren-mishandeling worden daarmee voorkomen.

Hond in de klas

Het Sophia SnuffelCollege brengt kinderen in contact met een echte hond, die op geschiktheid getoetst is tijdens speciale testdagen. Hierin is zij al twintig jaar uniek in Nederland. In drie lessen wordt aan de laagste groepen van de basisschool uitgelegd hoe het gedrag en de lichaamstaal van een hond geïnterpreteerd moeten worden. Daarna ontvangen de kinderen een SnuffelDiploma en een werkboekje met informatie voor hun ouders. Het Sophia SnuffelCollege kan elk jaar rekenen op veel media-aandacht, zodat de voorlichting verder reikt dan het klaslokaal. Op SophiaSnuffelCollege.nl kan bovendien het Sophia SnuffelSpel gespeeld worden, waarbij kinderen thuis kunnen oefenen in het veilig omgaan met honden.

SnuffelColleges in een multiculturele samenleving

Vorig jaar werd het deelproject ‘Sophia SnuffelCollege in de multiculturele samenleving’ geïntroduceerd. Met name kinderen met een islamitische of hindoeïstische achtergrond blijken vaak erg bang voor honden, omdat zij minder bekend zijn met de hond als huisdier. Om hen over hun angst heen te helpen en op een positieve manier met dieren in aanraking te laten komen, werken de SnuffelVrijwilligers met aangepaste materialen en methoden op scholen waar meer dan de helft van de kinderen niet van Nederlandse afkomst is. Er is een speciale folder ontwikkeld in het Arabisch, Turks en Engels, zodat ook de ouders actief bij de lessen betrokken worden.

Nieuwe structuur

Op dit moment wordt jaarlijks met zo'n vijftig actieve vrijwilligers aan 5.000 kinderen op honderd scholen een SnuffelDiploma uitgereikt. Om deze aantallen te handhaven en uitval van vrijwilligers en honden te compenseren, worden in 2014 hondentestdagen georganiseerd in mei en juni. Ook de andere activiteiten binnen het Sophia SnuffelCollege zullen per 2014 in vooraf vastgestelde periodes plaatsvinden, zoals het werven van scholen en vrijwilligers (januari-april) en het opleiden van nieuwe vrijwilligers (juli). De scholenbezoeken zelf vinden met name plaats in het najaar. Op die manier neemt de coördinatie en administratie van het Sophia SnuffelCollege minder tijd in beslag, dalen de kosten en kan het project efficiënter worden ingezet. Ook op het gebied van publiciteit biedt deze nieuwe structuur kansen. Waar de media-aandacht voorheen voornamelijk regionaal was, kan nu ook landelijk aandacht gevraagd worden voor het Sophia SnuffelCollege omdat veel vrijwilligers tegelijkertijd werkzaam zijn in een afgebakende periode.

3.3 Rasdieren

In 2009 startte de Sophia-Vereeniging met politieke lobby om de problemen bij het fokken van rashonden aan de kaak te stellen. Extreme uiterlijke kenmerken veroorzaken veel leed en beperken dieren in hun natuurlijke gedrag: problemen met ademen, eten en drinken door een te korte snuit, problemen bij de voortplanting door een te gedrongen bouw, problemen met voortbewegen door te korte pootjes of een te lange rug. Ook is er vaak sprake van inteelt, met erfelijke afwijkingen zoals kanker en doofheid tot gevolg.

Onderzoek naar schadelijke raskenmerken

De Sophia-Vereeniging zet zich in voor duidelijke overheidsregels voor het fokken met honden. Daaraan moet een verantwoord fokbeleid ten grondslag liggen dat niet het uiterlijk, maar het welzijn van de dieren centraal stelt. In 2012 wierp haar strijd eindelijk vruchten af, toen staatssecretaris Bleker aankondigde jaarlijks twee hondenrassen te gaan onderzoeken op veel voorkomende schadelijke raskenmerken en erfelijke gebreken, te beginnen met de Franse bulldog en de chihuahua. Zijn opvolger Dijksma breidde dit onderzoek in 2013 uit met de labrador, de Cavalier King Charles spaniël en de Perzische kat. Daarnaast bekende de Raad van Beheer op Kynologisch Gebied in Nederland publiekelijk schuld aan het laten ontsporen van het fokbeleid.

Wie is de Winner?

Om het onderwerp ook maatschappelijk onder de aandacht te brengen, lanceerde de Sophia-Vereeniging de campagne 'Wie is de Winner?'. Rashondentoonstellingen als de Amsterdam Winner Show stimuleren de extreme focus op het uiterlijk en gaan volledig voorbij aan het feit dat dieren daar ernstig onder lijden. Bij de campagne ondertekenden circa 13.000 mensen een brandbrief aan staatssecretaris Dijksma, met het verzoek rashondenleed te stoppen via wetgeving. Daarop volgde een gesprek met de directeur Dierenwelzijn van het ministerie van Economische Zaken, waarbij de vereniging de noodzaak benadrukte om het dierenwelzijn in Nederland te waarborgen in wettelijke maatregelen die de rasdierenfokkerij aan banden leggen.

Besluit gezelschapsdieren

In juni 2013 werd door de Tweede Kamer gestemd over het Besluit gezelschapsdieren, dat als doel heeft regels te stellen voor de bedrijfsmatige handel, fok en opvang van huisdieren. Daarbij werd een motie aangenomen om het besluit ook te laten gelden voor hobbyfokkers. Dat is een mooi resultaat: eindelijk is het fokken van huisdieren sectorbreed aan strengere regels gebonden. De strijd is echter niet gestreden zo lang het Besluit gezelschapsdieren geen expliciete maatregelen bevat die een einde maken aan het fokken op uiterlijk, ten koste van de gezondheid van dieren. De rashondenproblematiek blijft dan ook speerpunt in 2014, waarbij verschillende (actuele) elementen worden uitgelicht en beleidsmakers worden aangespoord om de erkenning van de problemen om te zetten in daden.

Andere rasdieren

De Sophia-Vereeniging wordt inmiddels erkend als serieuze gesprekspartner en ook in de media wordt de vereniging als vanzelfsprekend genoemd wanneer het gaat om de rasproblematiek. Deze verworven status zal worden aangewend om ook de welzijnsproblemen van andere rasdieren voor het voetlicht te brengen bij politiek, media en huisdierbezitters. Daarbij wordt met name op de actualiteit ingespeeld, onder meer middels persberichten en ingezonden brieven. Voorlichting vindt plaats via de website, het Sophi@-Nieuws en de sociale media, evenals (online) mobilisatie van het publiek tijdens evenementen als de Amsterdam Winner Show en andere rasdierentoonstellingen. Het einddoel is een verbod op het fokken met rasdieren die ernstige welzijns- en gezondheidsproblemen kennen en als gevolg daarvan gehinderd worden in hun natuurlijke gedrag.

3.4 Positieflijst

Veel dieren die in Nederland als huisdier gehouden worden, lijden ernstig omdat op geen enkele manier tegemoet gekomen kan worden aan hun natuurlijke behoeften. In juni 2013 kondigde staatssecretaris Dijksma aan dat in 2014 een positieflijst van kracht wordt. Zoogdiersoorten die niet op deze lijst genoemd worden, mogen dan niet meer gehouden en verhandeld worden.

Criteria

Om tot een positieflijst te komen, deed Wageningen University & Research centre onderzoek naar negentig zoogdiersoorten. Daarbij werd de hulp ingeroepen van verschillende deskundigen. Namens de Dierencoalitie gaf de Sophia-Vereeniging haar visie op de diersoorten die als huisdier gehouden zouden mogen worden. Als belangrijkste criterium hanteerde zij het welzijn van de dieren: een te houden dier moet gedomesticeerd zijn, met mensen kunnen leven en zijn natuurlijke gedrag kunnen vertonen. Andere criteria waren mogelijke overdracht van ziektes en het risico op faunavervalsing, waarbij een uitheems dier zich in de vrije natuur vestigt en daar schade en overlast veroorzaakt.

Bezwaren

De dieren die geschikt geacht worden om te houden, zijn onder meer honden, katten, konijnen en landbouwdieren als koeien en varkens. Toch staan er ook nog dieren op de positieflijst waar de Sophia-Vereeniging bezwaren tegen heeft, zoals de kameel, de lama en het rendier. Deze dieren leven van nature in volstrekt andere omstandigheden dan de Nederlandse; in gevangenschap worden zij doorgaans ernstig beperkt in hun natuurlijke gedrag. De Sophia-Vereeniging streeft naar een positieflijst die zo adequaat mogelijk weergeeft welke dieren als huisdier gehouden zouden mogen worden. Daartoe voert zij ook in 2014 overleg met de verschillende betrokken partijen.

Invoering

Sinds juli 2013 neemt de Sophia-Vereeniging deel aan een werkgroep van het ministerie van Economische Zaken, die adviseert over de invoering van de vastgestelde positieflijst voor zoogdieren. Onderwerpen die aan bod komen zijn onder meer de externe communicatie, de overgangstermijn en de handhaving. In 2014 zal de vereniging bovendien bijdragen aan de invoering van een positieflijst voor vogels en reptielen, die in werking treedt in 2015. Via persberichten en ingezonden brieven vraagt de vereniging reactief aandacht voor het onderwerp als daar aanleiding toe is. Met voorlichting worden (potentiële) huisdiereigenaren erop gewezen dat dieren alleen als huisdier gehouden kunnen worden als er tegemoet gekomen kan worden aan hun natuurlijke behoeften.

3.5 Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media

Aanvullend op voorlichting via de media, geeft de Sophia-Vereeniging voorlichting over het natuurlijke gedrag van huisdieren via haar website. Onder meer bij de online Sophia DierenSpreekuren, waar huisdierenbezitters dagelijks vragen kunnen stellen over de verzorging en huisvesting van honden, katten, konijnen en knaagdieren. Door eigenaren van informatie te

voorzien, kan de verzorging van huisdieren beter worden afgestemd op hun natuurlijke behoeften.

De website wordt op continue basis geoptimaliseerd en aangepast aan de eisen van zoekmachinemarketing. Mede daardoor trok Sophia-Vereeniging.nl in 2013 een half miljoen unieke bezoekers. In de komende periode is het doel dit aantal vast te houden en de bezoekers nog beter te voorzien in hun informatiebehoefte.

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

4. Thema B: Aanschaf

Dikwijls ontstaan problemen doordat huisdieren ondoordacht en om de verkeerde redenen worden aangeschaft. Dit wordt gestimuleerd door de verkoop via internet, dierenwinkels en tuincentra, die impulsaankopen aanmoedigen. Het gevolg is dat men te laat beseft dat het verantwoord houden van huisdieren veel tijd, geld, ruimte en energie kost. Talloze dieren krijgen daardoor te weinig aandacht of ze worden niet goed verzorgd, waardoor hun welzijn wordt aangetast. Ook worden dieren vaak te jong bij de moeder weggehaald, met gedragsproblemen tot gevolg. Veel dieren belanden daardoor in het asiel, een opvang, op straat of op een advertentiewebsite. Ondertussen worden er talloze jonge dieren geboren bij fokkers en bij mensen thuis, met een enorm huisdierenoverschot tot gevolg.

Een ander probleem dat speelt bij de aanschaf van huisdieren, is de malafide dierenhandel. Veel dieren die op het internet, in dierenwinkels en in tuincentra worden aangeboden, zijn veel te vroeg uit het nest gehaald, niet gesocialiseerd, ze hebben erfelijke gebreken, gedragsproblemen of ze zijn zo ziek dat ze al snel overlijden. Bovendien worden gezonde dieren gedood, enkel omdat ze geen perfect uiterlijk hebben.

De Sophia-Vereeniging informeert potentiële huisdiereigenaren over wat het houden van een huisdier inhoudt, via de website, de sociale media en de Sophia DierenSpreekuren. Daarbij adviseert zij om naar een opvang of asiel te gaan en geen dieren aan te schaffen via het internet, dierenwinkels en tuincentra. Met politieke lobby streeft zij naar strenge regelgeving voor de handel in dieren. Daarnaast voert zij campagne om het huisdierenoverschot terug te brengen en de huisdierenfokkerij aan banden te leggen.

4.1 Huisdierenoverschot

In Nederland leven veel meer huisdieren dan dat er mensen zijn die voor een dier willen zorgen. Desondanks worden er jaarlijks honderdduizenden dieren geboren, bij fokkers en ook bij particulieren thuis. Dit leidt tot een groot aantal huisdieren dat in een asiel of opvang verblijft, op advertentiewebsites wordt aangeboden of een zwervend bestaan leidt. Bovendien stimuleert het wanpraktijken bij fokkers, die enkel de dieren laten leven die goed verkocht worden.

Aanpak

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

- Het fokken van huisdieren aan banden wordt gelegd, door middel van verplichte geboortebeperving en strenge regelgeving;
- Huisdiereigenaren zich bewust zijn van het probleem en hun eigen verantwoordelijkheid hierin nemen, bijvoorbeeld door hun huisdier te castreren en geen nestjes te nemen;
- Impulsaankopen worden voorkomen, door mensen voor te lichten over een verantwoorde aanschaf van dieren en de internethandel in dieren en de verkoop ervan via tuincentra en dierenwinkels te verbieden;

- Potentiële huisdiereigenaren worden gestimuleerd om een dier aan te schaffen bij een asiel of opvang.

Kattencampagne

In 2014 start de Sophia-Vereeniging haar strijd tegen het huisdierenoverschot met een campagne om het aantal katten dat in de marge leeft substantieel te verminderen. De vele katten in asiels, op advertentiewebsites en op straat hebben nauwelijks een kans op een goede toekomst door het onafgebroken aanbod aan jonge dieren die iedereen wel wil hebben. Alleen als er minder kittens geboren worden, kan er een einde komen aan dit kattenleed. De Sophia-Vereeniging pleit dan ook voor strenge regelgeving en verplichte castratie van katten die verkocht of weggegeven worden, een onderwerp waar zij in 2013 al meermaals mee in het nieuws kwam. Tevens wordt politieke lobby ingezet in het streven naar een verbod op de internet-handel in dieren en de verkoop via dierenwinkels en tuincentra.

Verantwoordelijkheid

Ondertussen wijst de Sophia-Vereeniging katteneigenaren op hun verantwoordelijkheid om hun dieren te castreren en geen nestjes kittens te nemen. Met voorlichting over het verantwoord aanschaffen van katten, worden potentiële katteneigenaren gestimuleerd om naar een asiel te gaan in plaats van te zoeken op het internet. Deze voorlichting vindt plaats via de website, het Sophi@-Nieuws en de sociale media, gestimuleerd door crossmediale campagnes en viral marketing. Daarnaast worden persberichten, artikelen in (vak-)bladen en ingezonden brieven ingezet om de campagneboodschap te verspreiden, het maatschappelijk debat te stimuleren en druk uit te oefenen op politiek niveau.

4.2 Doden van huisdieren

Wie een huisdier aan wil schaffen, heeft een enorme keuze doordat het aanbod veel groter is dan de vraag. Fokkers is er dan ook veel aan gelegen om zo veel mogelijk dieren aan te bieden die aan de vraag voldoen. Er zullen echter ook dieren geboren worden met een minder populair uiterlijk. Die dieren zijn kerngezond, maar kunnen moeilijker verkocht worden. Ze worden dan vaak gedood, omdat hun hokruimte en voeding liever besteed worden aan dieren die geld opleveren. Omdat dierenartsen hier vaak niet aan willen meewerken en bovendien geld vragen, doden de fokkers deze dieren zelf.

Strafbaar

In 2009 berichtte de Sophia-Vereeniging dat er in Nederland geen wet is die het doden van huisdieren door particulieren (en dus ook fokkers) verbiedt. Dat veroorzaakte veel ophef: veel media besteedden aandacht aan de zaak. De verantwoordelijke ministers hielden de boot echter af en waren niet van plan actie te ondernemen. Na een intensief lobbytraject lukte het de Sophia-Vereeniging in 2012 om staatssecretaris Bleker ervan te overtuigen het gat in de Nederlandse wet te repareren. Wanneer het Besluit houders van dieren van kracht wordt, naar verwachting in het voorjaar van 2014, is het strafbaar om zelf een hond of een kat te doden: alleen de dierenarts mag onder bepaalde omstandigheden euthanasie toepassen bij zieke honden en katten.

Gelijke regels voor alle huisdieren

De Sophia-Vereeniging is blij met dit resultaat, maar dringt erop aan dat in de Wet dieren gelijke regels voor alle huisdieren worden opgenomen. Alleen dan kunnen ook degenen die kerngezonde vogels, vissen, konijnen en knaagdieren doden worden aangepakt. In haar externe communicatie pleit de Sophia-Vereeniging voor een verbod op het doden van huisdieren, als daartoe aanleiding is vanwege actuele gebeurtenissen. Tevens onderhoudt zij contact met de verantwoordelijke beleidsmakers en informeert hen actief, gebruik makend van het uitgebreide dossier dat inmiddels is opgebouwd over dit onderwerp.

4.3 Voorlichting via website, Sophia DierenSpreekuren en sociale media

Naast publieksvoorlichting via de media informeert de Sophia-Vereeniging potentiële huisdiereigenaren op haar website. Want veel mensen realiseren zich onvoldoende wat het houden van een huisdier inhoudt en schaffen het dier impulsief aan. Het gevolg is dat het dier tegenvalt, het baasje spijt krijgt van de aanschaf en het dier naar een opvangcentrum brengt of op straat zet. Door hen goed te informeren, kan een weloverwogen besluit genomen worden. Bovendien adviseren de deskundigen van de online Sophia DierenSpreekuren potentiële huisdiereigenaren om een dier aan te schaffen bij een opvang of asiel, zodat deze dieren een tweede kans krijgen op een goed leven.

Er zijn vier Sophia DierenSpreekuren:

- HondenSpreekuur (Flora van Dijk)
- KattenSpreekuur (Marcellina Stolting)
- KonijnenSpreekuur (Veronica Janssen)
- KnaagdierenSpreekuur (Yvonne Stroomer)

Jaarlijks stellen zo'n 2.100 mensen een vraag over hun huisdier aan een van de gedragsdeskundigen. In 2014 wordt de huidige opzet gehandhaafd en gestreefd naar meer interactie, onder meer door advertenties te laten opstellen op de zoekmachine Google die gekoppeld zijn aan de voorlichtende pagina's op de website. De Google Grant van \$ 40.000,- per maand aan gratis online advertenties komt daardoor geheel ten goede aan de voorlichtende doelstelling van de organisatie, met een bereik van een half miljoen bezoekers per jaar.

Ook via de sociale media Twitter, YouTube, LinkedIn en Facebook bereikt de Sophia-Vereeniging een grote achterban. Door middel van berichten, forumdiscussies, enquêtes en blogs verwezenlijkt de vereniging haar communicatiedoelstellingen op het gebied van voorlichting en participatie bij campagnes over de aanschaf van huisdieren.

5. Fondsenwerving

Fondsenwerving is voor de Sophia-Vereeniging van levensbelang. Om te kunnen komen tot een gezonde financiële balans, zal de organisatie niet alleen bezuinigen, maar zich ook inzetten voor groei van inkomsten. Dit streven is vertaald naar een fondsenwervende strategie die zich sinds 2009 richt op leden- en donateurwerving, aangevuld met bescheiden trajecten voor nalatenschappenwerving, sponsoring en werving via vermogensfondsen en subsidieverstrek- kers.

In 2012 en 2013 werd onderzocht of schaalvergroting voor de Sophia-Vereeniging tot de mo- gelijkheden behoort. De transitie van relatief kleinschalige werving naar grootschalige, meer- jarige trajecten blijkt echter lastig en vereist bovendien grote investeringen met bijbehorend risico. In 2014 zullen dergelijke trajecten enkel onderzocht worden indien er extra inkomsten gegenereerd worden boven de begrote inkomsten. In dat geval zal de kennis en ervaring die is opgedaan op dit gebied worden aangewend om een optimaal renderende campagne te kunnen uitvoeren.

Kennis wordt voornamelijk vergaard door de fondsen- en ledenwervende activiteiten voort- durend te testen. Zo kan tegen zo min mogelijk kosten een zo groot mogelijk resultaat bereikt worden. Het testen vindt plaats op de volgende gebieden:

- Boodschap: hoe worden de thema's vertaald zodat de geefbereidheid wordt gestimu- leerd en hoe worden incentives ingezet om geefgedrag te bevorderen?
- Doelgroep: welke criteria (waaronder inkomen, huisdierbezit, leeftijd, woonplaats) dient de Sophia-Vereeniging te hanteren om de juiste mensen te bereiken?
- Middelen: welke middelen zijn (per doelgroep) het meest effectief om in te zetten voor de doelstellingen op het gebied van leden- en fondsenwerving? Op dit gebied is het uitgangspunt dat er alleen getest wordt met middelen die hun effectiviteit reeds bewe- zen hebben.

5.1 Particuliere markt

5.1.1 Nieuwe leden en donateurs werven

Online werving

Tijdens campagnes, maar met name via de eigen website, de Sophia NoodSticker, de Sophia DierenSpreekuren en online activiteiten zoals een petitie of enquête worden belangstellenden betrokken bij de Sophia-Vereeniging. Een beperkt aantal wordt direct donateur/lid, anderen melden zich aan als ontvanger van de digitale nieuwsbrief Sophi@-Nieuws. De database van de Sophia-Vereeniging telt circa 35.000 'warme' adressen. Doelstelling is om dit aantal op peil te houden en deze contacten op regelmatige basis via e-mail of telefonisch te benaderen met het verzoek om lid te worden. Op deze manier wordt gestreefd naar vijfhonderd nieuwe donateurs/leden per jaar.

Affiliates

De administratieve verwerking is tijdrovend, maar ook in de afgelopen periode zette de Sophia-Vereeniging wervingscampagnes uit bij de zogenaamde ‘affiliates’: externe website-beheerders die middels een banner van de Sophia-Vereeniging leden werven, waarbij voor elk geworven lid een vergoeding betaald wordt. Doelstelling is om op deze wijze jaarlijks tweehonderd leden toe te voegen.

Telefonische werving

Sinds 2012 besteedt de Sophia-Vereeniging belopdrachten uit aan een extern bureau. Op basis van betaling per geworven lid gebruikt het belteam telefoonnummers afkomstig van sms-acties, zoals de Sophia NoodSticker en de Sophia HondenFrisbee. Op deze wijze werden het afgelopen jaar tegen een relatief laag tarief zo’n honderd nieuwe leden geworven. Met een structurele promotie van de Sophia NoodSticker en het verzamelen van telefoonnummers via petitie en andere activiteiten kan deze manier van werven ook in 2014 doorgang vinden. Het streven is om op deze wijze driehonderd leden te werven.

Straatwerving

In het verleden behaalde de Sophia-Vereeniging goede resultaten met straatwerving. De aansturing van een eigen team en de bijbehorende administratie waren echter zeer arbeidsintensief. Om die reden werd besloten te stoppen met deze manier van ledenwerven. In 2014 zal worden getest of straatwerving rendoert bij uitbesteding, op basis van ‘no cure, no pay’. Tijdens de testperiode wordt een team van vier personen ingezet, met als doelstelling een gemiddelde van drie, liefst vier nieuwe leden per werver per dag. In totaal wordt ingezet op het aanleveren van 72 leden.

Peer to peer

Bij peer-to-peerwerving wordt binnen het eigen netwerk aan fondsen- of ledenwerving gedaan, zonder tussenkomst van de Sophia-Vereeniging. In 2013 deed de vereniging hiermee op bescheiden schaal ervaring op. Zo liep een groep jongens, gesponsord door familie en vrienden, een barre tocht door Schotland en doneerde het ingezamelde bedrag aan de Sophia-Vereeniging. Ook voor het Sophia SnuffelCollege werden sponsorlopen georganiseerd, bijvoorbeeld door scholen. In 2014 wordt deze vorm van werving gestimuleerd via de website, de sociale media, speciale (online) platforms en via het Sophia SnuffelCollege. Naast het verkrijgen van een donatie is het verzamelen van contactgegevens een doelstelling, om in te zetten voor ledenwerving.

Crowdfunding

In 2014 zal gestart worden met crowdfunding: op de website en op crowdfundingplatforms wordt een activiteit omschreven, met daarbij het bedrag dat nodig is om de activiteit ten uitvoer te brengen. Particulieren worden vervolgens verzocht om in deze activiteit te investeren door middel van donaties. Het streven is om met het gedoneerde totaalbedrag een activiteit in zijn geheel te kunnen bekostigen.

Concluderend: de doelstelling is om in totaal duizend donateurs/leden te werven. De prognose voor eind december 2014 is 3.200 donateurs/leden.

Sophia DierenEHBO

Al sinds 1929 organiseert de Sophia-Vereeniging een cursus Sophia DierenEHBO. Van origine was het een praktijkgerichte cursus, met workshops op het kantoor. Langzaamaan is de cursus omgebouwd naar een thuisstudie. Cursisten kunnen het handboek Sophia DierenEHBO, dat voor € 35,- te koop is, zelfstandig bestuderen. Twee keer per jaar vindt er op het kantoor van de Sophia-Vereeniging een examen plaats.

Nieuwe leden krijgen in 2014, indien gewenst, het handboek Sophia DierenEHBO als welkomstgeschenk bij hun lidmaatschap. Hiermee poogt de organisatie de groei van haar achterban te stimuleren en tegelijkertijd voorlichting te geven over de medische verzorging van huisdieren.

Sophia NoodSticker

Wanneer er in een woning brand uitbreekt, er is ingebroken of er een ongeval heeft plaatsgevonden, kunnen mensen rekenen op hulpdiensten. Huisdieren worden echter vaak aan hun lot overgelaten. De Sophia-Vereeniging ontwikkelde daarom de Sophia NoodSticker voor op de voordeur. Daarmee kunnen brandweer, politie en ambulance gewezen worden op de aanwezigheid van huisdieren, zodat ook zij worden geholpen in noodsituaties. In 2014 kan de Sophia NoodSticker voor € 1,50 besteld worden via de website. Voor leden van de Sophia-Vereeniging is de sticker gratis.

5.1.2 Werving via eigen leden en donateurs

Huidige leden worden gestimuleerd om de verenigingsactiviteiten te ondersteunen met een extra donatie, via een acceptgiro bij *Dierenhulp* en via een oproep in het blad om een sponsoractie te organiseren. Daarnaast wordt in 2014 een aparte brief aan de leden gestuurd met het verzoek een financiële bijdrage te leveren aan de activiteiten. 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 en de Sophia NoodSticker blijken populair, maar ook aanbiedingen van interessante films en boeken in *Dierenhulp* leveren positieve reacties op. Tevens wordt leden tweemaal per jaar de mogelijkheid geboden om gratis het examen Sophia DierenEHBO af te leggen.

Grote-giftencampagne

Bij de leden wordt in 2014 de bereidheid onderzocht om specifieke activiteiten financieel te steunen, al dan niet op naam. Daartoe vindt een analyse van de eigen database plaats, waarna gericht gezocht kan worden naar mogelijke ‘grote’ gevers en een campagneplan kan worden opgesteld. Afhankelijk van de wensen van het lid en van de hoogte van het bedrag, kan het extra budget modulair worden ingezet of aangewend worden om een activiteit in zijn geheel te financieren, waarmee het in mindering kan worden gebracht op het begrotingstekort. Streven is om in 2014 € 10.000,- te verwerven.

Nalatenschappen

In 2012 is via *Dierenhulp* en op de website op gepaste wijze gecommuniceerd over de mogelijkheid om aan de Sophia-Vereeniging een erfenis of legaat na te laten. In 2014 wordt een informatieve folder ontwikkeld, die op verzoek kan worden toegestuurd.

5.2 Institutionele markt

Werftrajecten gericht op de institutionele markt maken sinds 2009 onderdeel uit van de fondsenwerving van de Sophia-Vereeniging. Er werd bijvoorbeeld samengewerkt met biologische diervoeders en een belbedrijf en via vermogensfondsen werden onder meer voor het Sophia SnuffelCollege donaties verkregen. Het streven is om sponsoring en werving via vermogensfondsen en overheden op structurele wijze in de financiering van activiteiten te verankeren.

Sponsors

In 2012/2013 is samen met het bureau Leenaers Verloop een sponsorstrategie onderzocht. Hieruit blijkt dat het lastig is om structurele sponsorinkomsten te verkrijgen, zeker in tijden van economische crisis. Diervriendelijke bedrijven zijn meestal niet kapitaalkrchtig en bovendien drukken de vereiste tegenprestaties een commercieel stempel op het contact met de achterban en de (inhoudelijke) onafhankelijkheid van de Sophia-Vereeniging. De vereiste tijdsinvestering van de fondsenwerfer en de communicatiemedewerkers is bovendien groot. Een open houding kan echter wel tot positieve resultaten leiden: in 2012 ontving de Sophia-Vereeniging bijvoorbeeld € 7.500,- van een telefoonaanbieder die er belang bij had om in een promotiecampagne de Sophia-Vereeniging als goed doel te steunen. Tevens is gebleken dat bij regelmatige verzoeken de interesse bij potentiële sponsors stijgt en duurzame contacten kunnen ontstaan. Doelstelling voor 2014 is om € 5.000,- via sponsoring te verkrijgen.

Vermogensfondsen

Met wisselend succes vraagt de Sophia-Vereeniging financiële ondersteuning voor haar activiteiten aan bij fondsen. Met name de noodhulp aan zwerfdieren bleek op goedkeuring te kunnen rekenen, voorlichtende activiteiten vallen over het algemeen buiten de gehanteerde criteria. Met het afscheid van de activiteiten voor zwerfdieren wordt het lastiger een match te vinden met een fonds. Toch leert de ervaring dat de aanhouder wint; voor het deelproject 'Sophia SnuffelCollege in de multiculturele samenleving' werd een bedrag van € 25.000,- gedoneerd door een fonds dat zich richt op de integratie van allochtone kinderen. De komende jaren zullen onder meer het Sophia SnuffelCollege en de kattenoverschotcampagne onder de aandacht worden gebracht van vermogensfondsen. Daarbij is het streefbedrag voor 2014 € 10.000,-.

Subsidies

In 2013 is de Sophia-Vereeniging benaderd door de gemeente Heemskerk om met het Sophia SnuffelCollege het hondenbeleid van de gemeente mede vorm te geven. Dit heeft geleid tot een toezegging van een subsidie van € 4.000,- voor 2014, waarbij werd afgesproken dat de gemeente Heemskerk het project aanbeveelt binnen haar netwerk. Met deze aanpak ziet de Sophia-Vereeniging kansen om meerdere gemeenten te interesseren en de beschikbare subsidies voor hondenbeleid aan te spreken. Voor 2014 is het doel om op deze manier € 5.000,- te verwerven.

Nawoord

In dit jaarplan presenteert de Sophia-Vereeniging de mooie activiteiten die ze in 2014 zal ontplooiën ten behoeve van het welzijn van huisdieren. Voor het eerst zijn alle campagnes en projecten geschaard onder de twee thema's 'Natuurlijk gedrag' en 'Aanschaf'. Daarmee geeft de vereniging duidelijk richting aan de middelen die zij inzet om haar doelstellingen te behalen.

De hernieuwde indeling en organisatie van onze activiteiten zal in goede handen zijn bij de enthousiaste en de deskundige medewerkers. Daarnaast is de tomeloze inzet van de vrijwilligers van het Sophia SnuffelCollege en de Sophia DierenSpreekuren onmisbaar. Dankzij hen zijn de activiteiten een groot succes. Uiteraard mogen onze leden niet ongenoemd blijven, want alleen met hun hulp kan de Sophia-Vereeniging een belangrijke bijdrage leveren aan het verbeteren van de leefomstandigheden van huisdieren in Nederland. Daarom wil ik hierbij onze grote dank uitspreken voor alle steun in de vele vormen: van de donaties per sms tot de nalatenschappen die wij mochten ontvangen. Daaruit spreekt ten eerste het belang dat velen toekennen aan onze doelstellingen.

Het komende jaar gaat de Sophia-Vereeniging uiteraard verder met activiteiten die bijdragen aan een samenleving waarin huisdieren naar hun eigen aard met mensen kunnen leven. We zetten onze strijd voort. Zo kunnen de rasdieren rekenen op onze inzet voor betere dierenbeschermende wetgeving, evenals de dieren die niet geschikt zijn om als huisdier gehouden te worden. Ook gaan we in 2014 van start met een campagne om het enorme aantal katten dat in de marge leeft terug te dringen.

Een degelijke financiële basis is vereist om aan het hoge ambitieniveau te kunnen blijven vasthouden. Optimalisatie van de balans tussen activiteiten en inkomsten zal ook in 2014 belangrijk zijn. De uitgaven worden nauwlettend in de gaten gehouden en het verwerven van nieuwe inkomsten blijft haar hoge prioriteit houden. Alleen op die manier kunnen we de continuïteit van de Sophia-Vereeniging waarborgen en zullen we ook in de toekomst in staat zijn positieve bijdragen te leveren aan het welzijn van onze dieren. En dat is waarvoor we het allemaal doen.

Er is nog veel te verbeteren in het begrip voor en de omgang met huisdieren. De Sophia-Vereeniging zet zich daar volledig voor in. Met het gedreven team van medewerkers en vrijwilligers gaan we met vertrouwen en vol energie het nieuwe jaar tegemoet!

*Namens het bestuur van de Koningin Sophia-Vereeniging tot Bescherming van Dieren,
Rutger van Versendaal*