



Jaarplan 2020

Koningin Sophia-Vereeniging tot Bescherming van Dieren

Koningin Sophia-Vereeniging
tot Bescherming van Dieren
Nieuwezijds Voorburgwal 153
1012 RK Amsterdam
020 - 623 61 67
info@sophia-vereeniging.nl
www.sophia-vereeniging.nl

Inhoudsopgave

Inleiding	2
1. Over de Koningin Sophia-Vereeniging tot Bescherming van Dieren	3
2. Huisdieren beschermen	5
2.1 Aanpak van de Vijf O's	5
2.2 Activiteiten	6
2.3 Voorlichting en politieke lobby	7
3. Voorlichtende activiteiten	9
3.1 Natuurlijke behoeftes	9
3.2 Sophia SnuffelCollege	9
3.3 Geboortebeperking	10
3.4 Impulsaankopen	10
3.5 Import zwerfhonden	11
4. Campagnes	12
4.1 Stop de huisdierenhandel	12
4.2 Doden van huisdieren	13
4.3 Verlaging btw dierenartsen	13
4.4 Rasdieren	14
4.5 Positieflijst	15
4.6 Beoogde resultaten 2020	16
5. Fondsenwerving	17
5.1 Particuliere markt	17
5.1.1 Nieuwe leden en donateurs werven	17
5.1.2 Werving via eigen leden en donateurs	19
5.2 Institutionele markt	19
Nawoord	20

Inleiding

Voor u ligt het Jaarplan 2020 van de Koningin Sophia-Vereeniging tot Bescherming van Dieren. Daarin informeren wij u over de organisatie, onze doelstellingen en natuurlijk de activiteiten om die doelstellingen te behalen.

Opgericht in 1867 beschikt de Sophia-Vereeniging over ruim 150 jaar ervaring in het beschermen van dieren. Al die tijd wist de vereniging met voorlichting en politieke lobby in te spelen op de problemen van het moment en voor talloze honden, katten, konijnen, knaagdieren, vogels, paarden en vissen een verschil te maken. Deze geschiedenis heeft de Sophia-Vereeniging gemaakt tot 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, er wordt een positieflijst voor zoogdieren ingesteld die paal en perk stelt aan het aantal diersoorten dat als huisdier gehouden mag worden en steeds meer dierenwinkels stoppen met de verkoop van levende dieren. Ondertussen leren ieder jaar weer duizenden kinderen hoe ze veilig en respectvol omgaan met dieren en worden via de (sociale) media, de website, de Sophia DierenSpreekuren en het SophiaNieuws miljoenen (potentiële) huisdiereigenaren bereikt met voorlichting over de aanschaf, de natuurlijke behoeftes en de verzorging van huisdieren.

Ondanks de mooie resultaten hebben we nog een lange weg te gaan voordat we ons uiteindelijke doel bereikt hebben: een maatschappij waarin dieren naar hun aard met mensen kunnen leven. Dit jaarplan geeft weer hoe wij onze weg het komende jaar zullen vervolgen en invulling geven aan onze ambities. Tevens komt de strategie voor leden- en fondsenwerving aan bod, die gericht is op groei van het ledental, meer binding met de achterban en een gedegen financiële basis. Met de hulp van al diegenen die ons steunen met financiële bijdragen, het ondertekenen van petitie's, het invullen van enquêtes en het verspreiden van onze boodschap, hebben we er alle vertrouwen in dat we in 2020, maar ook in de verdere toekomst, zullen bijdragen aan een beter welzijn van de dieren waar we mee samenleven.

*Steffie van Horck, directeur
December 2019*

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

Opgericht in 1867 door de lijfarts van koningin Sophia, echtgenote van koning Willem III, behoort de Sophia-Vereeniging tot de oudste dierenbeschermende organisaties van Nederland. Vanuit het kantoor in de historische binnenstad van Amsterdam zet zij zich in voor een beter huisdierenwelzijn in Nederland en voor groei van de organisatie.

De Sophia-Vereeniging bestaat in 2020 uit een bestuur en een ledenraad, een directeur en zes medewerkers, ondersteund door circa 150 vrijwilligers. Er zijn 5.925 leden en donateurs en tienduizenden belangstellenden volgen de organisatie via de sociale media en het digitale SophiaNieuws.

Bestuur

Het bestuur bestaat uit Joachim Nieuwland (voorzitter), Ilona Dingemans (secretaris), Jan Achten (penningmeester) Marlies Vandersmissen en Tierney Mephram (kandidaat-bestuurslid). Het bestuur is actief betrokken bij de organisatie en beslist over het beleid en de algemene strategie. Circa zes 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 Noah Dull (voorzitter), Wilianne Schilstra, Rob Koolhaas, Jessica Lagerwey en Ingrid Schaefer, voorziet het bestuur gevraagd en ongevraagd van advies. Tevens adviseert de raad de leden tijdens de Algemene Ledenvergadering (ALV) in het voorjaar over het goedkeuren van het jaarverslag en de jaarrekening. Als afvaardiging van de leden van de Sophia-Vereeniging benoemt de ledenraad nieuwe bestuursleden. Kandidaten voor de ledenraad kunnen 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 geaccordeerd, is de directeur autonoom in haar initiatieven, mits deze passen binnen de parameters van jaarplan en budget.

Medewerkers

De medewerkers van de Sophia-Vereeniging worden aangestuurd door de directeur. Zij worden in de uitvoering van hun taken bijgestaan door circa 150 vrijwilligers, die actief zijn binnen het Sophia SnuffelCollege, de Sophia DierenSpreekuren en op kantoor. Ook stagiairs helpen mee op het kantoor en verlenen assistentie bij de verschillende activiteiten. Vrijwilligers en stagiairs ontvangen een vergoeding voor daadwerkelijk gemaakte onkosten. In 2020 wordt deze werkwijze voortgezet.

Op 1 januari 2020 zijn in dienst:

- Steffie van Horck, directeur
- Kitty Willems, communicatiemanager
- Yvonne Wulffers-Stroomer, digital campaigner
- Anne Mulder, beleidsmedewerker
- Marielle Ineke, officemanager en projectcoördinator
- Jon Blok, fondsenwerver
- Yasna Ferwerda, marketing- en relatiemanager

De huidige functieprofielen en bijbehorende fte's passen inhoudelijk en strategisch bij het te voeren beleid in 2020.

Achterban

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

2. Huisdieren beschermen

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

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

2.1 Aanpak van de Vijf O’s

In situaties waarbij onwetendheid, onnadenkendheid en onvermogen aan de basis liggen van het welzijns- of gezondheidsprobleem van het huisdier, biedt de Sophia-Vereeniging voorlichting. De aard van het dier en het natuurlijke gedrag staan hierbij centraal. Want hoe gedomesticeerd (sommige) huisdieren ook zijn, alle huisdieren lijken in hun gedrag en behoeftes op hun verre voorvaders. Alleen als de eigenaar beschikt over de juiste informatie over de natuurlijke behoeftes van zijn dier en bereid is de leefomgeving van en zijn omgang met het dier hierop in te richten, kan een huisdier een goed welzijn geboden worden en kunnen gevaarlijke situaties worden voorkomen. Financieel onvermogen pakt de Sophia-Vereeniging aan met lobby voor een verlaging van de btw op diergeneeskundige handelingen, zodat meer huisdieren de medische hulp krijgen die ze nodig hebben.

Voor veel dieren is het 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 en grote kans hebben op erfelijke ziektes.

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. Ook voor zwervhonden uit het buitenland is de toekomst lang niet altijd zo rooskeurig als gehoopt, omdat het import- en aanschaftraject vele haken en ogen kent waarvan de dieren de dupe worden. Bovendien leidt de vraag naar jonge dieren tot een

enorm overschot aan dieren die gedoemd zijn tot een leven in de marge. Door kopers voor te lichten over de consequenties van de aanschaf van een huisdier en over het juiste aanschaftraject, kunnen onnadenkendheid, onwetendheid en onvermogen bestreden worden en kan dierenleed worden voorkomen.

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

2.2 Activiteiten

In hoofdstuk 3 en 4 van dit jaarplan wordt beschreven hoe er het komende jaar invulling wordt gegeven aan de missie van de Sophia-Vereeniging: *De uiteindelijke doelstelling van de Sophia-Vereeniging is een samenleving waarin huisdieren naar hun eigen aard met mensen kunnen leven. Daartoe maakt de vereniging mensen bewust van de natuurlijke behoeftes van dieren en verdedigt zij hun eigen waarde, die los staat van de waarde die ze hebben voor de mens. Alleen wanneer daar rekening mee gehouden wordt bij het houden, fokken en verhandelen van huisdieren, kan hen een goed welzijn geboden worden.*

In hoofdstuk 3 worden de vaste onderwerpen uitgelicht waarover de Sophia-Vereeniging voorlichting biedt: Natuurlijke behoeftes, Geboortebeperking en Impulsaankopen. Tevens komt het Sophia SnuffelCollege aan bod, een scholenproject dat voorlichting biedt over een verantwoorde omgang met honden. Hoofdstuk 4 beschrijft de dierenbeschermende campagnes die in 2020 doorgang vinden:

- Stop de huisdierenhandel
- Doden van huisdieren
- Verlaging btw dierenartsen
- Rasdieren
- Positieflijst

Naast de vaste onderwerpen en campagnes zal de Sophia-Vereeniging in 2020 ook inspelen op actuele kwesties die aansluiten bij haar missie, zoals het verbod op de stroomhalsband, het achterlaten van honden in de auto bij warm weer, de evaluatie van de Wet dieren, het al dan niet verplicht chippen en castreren van katten en de Tweede Kamerverkiezingen in 2021, die aanleiding vormen om de politieke partijen te stimuleren dierenwelzijnskwesties op te nemen in hun verkiezingsprogramma's.

Het Jaarplan 2020 is opgesteld conform de richtlijnen van het Centraal Bureau Fondsenwerving voor resultaat- en impactmeting. Per onderwerp worden de activiteiten beschreven, de beoogde effecten daarvan (outcomes) en het beoogde langetermijneffect op huisdieren in Nederland (impact). De doelstellingen voor 2020 (outputs) worden apart benoemd.

2.3 Voorlichting en politieke lobby

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

Voorlichting

Voorlichting geeft de Sophia-Vereeniging merendeels met gratis publiciteit via perscontacten (direct of via een persbericht), opiniestukken en ingezonden brieven. Journalistieke aandacht in de geschreven pers, op televisie, de radio en het internet is een zeer efficiënt middel om informatie te verspreiden en het publieke debat te stimuleren. Ook in 2020 zal de vereniging dit middel op reguliere basis inzetten, gekoppeld aan campagnes en actuele ontwikkelingen.

De voorlichting die via de eigen website wordt gegeven, bereikt jaarlijks een half miljoen bezoekers. In 2017 werd een nieuwe website gelanceerd die gebruiksvriendelijker en overzichtelijker is en geschikt voor alle soorten beeldschermen. Tevens wordt nu de impact van de activiteiten duidelijker getoond, is er meer interactie met de bezoeker en is online ledenwerving eenvoudiger. In 2020 wordt de website op continue basis geoptimaliseerd en zullen de bezoekers regelmatig worden uitgenodigd om deel te nemen aan een korte enquête, test of quiz. De resultaten daarvan worden zodanig verwerkt dat de voorlichting optimaal aansluit bij de informatiebehoefte van de gebruiker.

Als beheerder van verschillende sociale netwerkgroepen op Facebook, Twitter, Instagram en LinkedIn bereikt de vereniging dagelijks duizenden mensen. Met berichten, filmpjes, forumdiscussies, enquêtes en blogs draagt de organisatie haar belangrijkste boodschappen uit en worden volgers betrokken bij haar activiteiten. Dat geldt met name voor Facebook, omdat hier de interactie met de doelgroep het grootst is. Daarnaast geven de sociale media trends weer die mogelijk aandacht behoeven en vormen de reacties van volgers een graadmeter voor het succes van de voorlichtende activiteiten van de Sophia-Vereeniging. Het streven is om het totale aantal volgers in 2020 te verhogen naar 40.000.

De Sophia-Vereeniging geeft direct voorlichting via de Sophia DierenSpreekuren, waar (potentiële) huisdier eigenaren gratis terecht kunnen met vragen over honden, katten, konijnen en knaagdieren. Jaarlijks worden hier circa 1.000 vragen gesteld over de verzorging en het natuurlijke gedrag en worden talloze mensen geïnformeerd over wat het houden van een huisdier inhoudt. Zo kunnen zij weloverwogen beslissen om al dan niet een dier aan te schaffen, waarbij zij worden gestimuleerd om naar een opvang of asiel te gaan.

Ook het digitale SophiaNieuws wordt ingezet om direct met de achterban te communiceren. In 2018 werd een nieuw mailingsysteem geïmplementeerd waarmee de achterban meer gericht en geautomatiseerd van informatie kan worden voorzien. Het streven is om het aantal abonnees in 2020 te verhogen naar 33.000.

Wetgeving en politieke lobby

Sinds de inwerkingtreding van de Wet dieren in 2013 is het dierenwelzijnsbeleid in Nederland gericht op minder wettelijke regels. Daardoor ligt de verantwoordelijkheid voor dierenwelzijn voor een groot deel bij de sector zelf, terwijl daar de economische belangen vaak pre-

valeren boven de belangen van de dieren. De Sophia-Vereeniging zet zich in voor adequate dierenbeschermingswetten en een strenge controle daarop. Aangezien de Wet dieren in 2020 wordt geëvalueerd, zijn de lobbyactiviteiten geïntensiveerd met als doel de wet aan te scherpen ten gunste van het huisdierenwelzijn in Nederland.

Als kleine organisatie kan de Sophia-Vereeniging effectieve lobby voeren door – in voorbereiding op een debat of overleg – heel gericht informatie te verstrekken aan Tweede Kamerleden. Zo kan deze informatie door verschillende Kamerfracties worden ingebracht tijdens het debat. Tevens is de vereniging in rechtstreeks overleg met ambtenaren van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV), waarmee de kans vergroot wordt dat de standpunten van de vereniging 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.

De Sophia-Vereeniging participeert actief in de Dierencoalitie, samen met 16 andere dierenwelzijnsorganisaties. De Dierencoalitie verbetert de afstemming tussen dierenbeschermingsorganisaties, zoekt overlap in standpunten en stimuleert samenwerking. De activiteiten van dit samenwerkingsverband betreffen voornamelijk politieke lobby, maar ook het mobiliseren van de publieke opinie behoort tot de mogelijkheden. In 2020 zal de focus liggen bij de evaluatie van de Wet dieren, de Positieflijst zoogdieren en actuele kwesties zoals de Tweede Kamerverkiezingen in 2021.

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.

Missie

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

3. Voorlichtende activiteiten

In Nederland worden ongeveer 33 miljoen dieren als huisdier gehouden: honden (1,5 miljoen), katten (2,6 miljoen), konijnen (1,2 miljoen), knaagdieren (0,5 miljoen), paarden (450.000) en vissen (18 miljoen). Daarnaast worden ook 8,9 miljoen vogels meegerekend als huisdier en worden er zo'n 5 miljoen reptielen, amfibieën en exoten gehouden, die daarvoor niet geschikt zijn. Het is onmogelijk om de huisvesting en verzorging van deze dieren geheel af te stemmen op hun behoeftes. Hierdoor kunnen zij hun natuurlijke gedrag niet uitvoeren, met welzijnsproblemen tot gevolg.

Om mensen te helpen goed voor hun dier te zorgen, geeft de Sophia-Vereeniging voorlichting over de natuurlijke behoeftes van de meest gehouden huisdieren. Dieren begrijpen is dieren beschermen: met meer kennis over wat een dier nodig heeft en hoe het zich van nature gedraagt, kan de omgang substantieel verbeteren en daarmee het dierenwelzijn. Deze gedachte ligt ook ten grondslag aan het Sophia SnuffelCollege, waar kinderen leren de hondentaal juist te interpreteren.

De vereniging stimuleert geboortebeperving om te voorkomen dat er nog meer dieren in opvangcentra, asielen of op straat terecht komen. Daarnaast worden potentiële eigenaren geïnformeerd over een verantwoorde aanschaf, waarmee impulsaankopen worden tegengegaan en wordt voorkomen dat zwerfhonden uit het buitenland alsnog in een asiel belanden.

3.1 Natuurlijke behoeftes

Problematiek

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 deze dieren vaak geremd in hun natuurlijke gedrag. Een gebrek aan sociaal contact met soortgenoten kan leiden tot stress, gedragsproblemen en een vroegtijdige dood. Ook voldoet de leefomgeving vaak niet aan de behoeftes en is er te weinig kennis om een dier de juiste voorzieningen te kunnen bieden.

Aanpak

Met voorlichting over het natuurlijke gedrag van huisdieren worden sociale verwaarlozing, ongeschikte huisvesting en een verkeerde verzorging bestreden. Deze voorlichting vindt plaats via de website, de (sociale) media, de Sophia DierenSpreekuren, het Sophia HuisdierenKwartet en een animatie die werd ontwikkeld door In60seconds. Hierdoor zullen meer mensen bewust zijn van en rekening houden met de natuurlijke behoeftes bij de aanschaf en de verzorging van huisdieren (outcome). Het beoogde langtermijneffect (impact) van deze voorlichting is dat meer huisdieren in hun natuurlijke behoeftes worden voorzien.

3.2 Sophia SnuffelCollege

Problematiek

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.

Aanpak

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. Het Sophia SnuffelCollege kan elk jaar 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. Wie wil oefenen in het veilig en respectvol omgaan met honden kan het online Sophia SnuffelSpel spelen.

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

3.3 Geboortebeperking

Problematiek

In Nederland leven veel meer huisdieren dan dat er mensen zijn die voor een dier willen zorgen. Desondanks worden er jaarlijks honderdduizenden dieren geboren, bij fokkers en ook bij particulieren. In eerste instantie vinden zij vaak een thuis bij mensen die impulsief overstappen bij het zien van een aandoenlijk jong diertje. Maar wanneer men beseft dat een huisdier veel meer tijd, geld, energie en ruimte kost dan voorzien, wordt het al gauw weer afgestaan. Dit leidt tot een groot aantal huisdieren dat in een asiel of opvang verblijft, op advertentie-websites wordt aangeboden of een zwervend bestaan leidt.

Aanpak

Via de (sociale) media, de website en de Sophia DierenSpreekuren geeft de Sophia-Vereeniging voorlichting over de aanschaf van huisdieren bij opvangcentra en over de noodzaak van chippen, registreren en geboortebeperking. Het beoogde effect daarvan is dat meer huisdieren in asielen worden aangeschaft en meer eigenaren hun dieren laten chippen en castreren zodat er minder nestjes worden geboren (outcome). Het beoogde effect op de lange termijn is dat er minder huisdieren op straat en in asielen of opvangcentra leven (impact). Naast voorlichting zal de Sophia-Vereeniging in 2020 ook politieke lobby inzetten voor een landelijke chip-, registratie- en castratieplicht voor katten, zoals onlangs is ingevoerd in België.

3.4 Impulsaankopen

Problematiek

Dikwijls ontstaan problemen doordat huisdieren impulsief en om de verkeerde redenen worden aangeschaft. Het gevolg is dat men te laat beseft dat het verantwoord houden van

huisdieren veel tijd, geld, ruimte en energie kost. Talloze dieren krijgen daardoor te weinig aandacht of ze worden niet goed verzorgd, waardoor hun welzijn wordt aangetast. Andere huisdieren belanden in het asiel, een opvang, op straat of op een advertentiewebsite.

Aanpak

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. Ook vond er een aantal jaren een grootschalige advertentiecampagne plaats op Marktplaats.nl. Daarbij verscheen bij elke advertentie waarin een kat of konijn wordt aangeboden informatie over de hoeveelheid tijd, geld, ruimte en aandacht die zo'n dier kost. Tot op heden werden deze advertenties 26,3 miljoen keer vertoond. Het streven is dat mensen beter geïnformeerd en weloverwogen een huisdier aanschaffen (outcome). Indien daartoe fondsen geworven worden, zal de Marktplaatscampagne in 2020 worden gecontinueerd. Tevens zal een filmpje worden verspreid om een verantwoorde aanschaf te stimuleren. Deze voorlichtende animatie kon worden ontwikkeld dankzij een donatie van Stichting Abri voor Dieren.

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

3.5 Import zwerfhonden

Problematiek

Omdat het aanbod van honden in de Nederlandse asielen vaak beperkt is, kiezen steeds meer mensen voor een zwerfhond uit het buitenland. Helaas komen veel nieuwe hondeneigenaren al snel van een koude kermis thuis en worden ze geconfronteerd met infectieziektes of foutieve herkomstgegevens die leiden tot onverwacht probleemgedrag en het in stand houden van malafide praktijken. Ook gaat het regelmatig mis met de adoptiecontracten en de begeleiding van de nieuwe hondeneigenaren.

Aanpak

Om mensen te helpen goed geïnformeerd en via de juiste kanalen een zwerfhond uit het buitenland aan te schaffen, geeft de Sophia-Vereeniging voorlichting via de (sociale) media en de website. Samen met Stray Animal Foundation Platform organiseert zij in 2020 een symposium, waarbij zwerfdierenstichtingen worden geïnformeerd over alle nieuwe ontwikkelingen en richtlijnen. Deze stichtingen worden gestimuleerd om een gedragscode te ondertekenen, waarmee de consument kan zien dat de organisatie volgens bepaalde regels werkt, structurele oplossingen voor de honden nastreeft en de adoptie goed begeleidt. Het beoogde effect daarvan is dat meer honden die uit het buitenland worden geïmporteerd permanent een goed nieuw thuis vinden (outcome) en er gewerkt wordt aan diervriendelijke oplossingen voor de problemen in het land van herkomst (outcome). Het beoogde effect op de lange termijn is dat er minder huisdieren op straat en in asielen of opvangcentra leven (impact).

4. Campagnes

De campagnes van de Sophia-Vereeniging zijn gericht op publieksvoorlichting en betere wetgeving voor huisdieren, waarmee dierenleed wordt voorkomen, misstanden kunnen worden aangepakt en de intrinsieke waarde van huisdieren wordt gewaarborgd.

4.1 Stop de huisdierenhandel

Problematiek

Huisdieren worden vaak ondoordacht aangeschaft. Dit wordt gestimuleerd door de laagdrempelige verkoop via het internet, dierenwinkels en tuincentra, waar het aanbod vele malen groter is dan de vraag. Talloze dieren krijgen daardoor niet de verzorging die ze verdienen of ze belanden in het asiel. Aan de fokkerskant leven dieren vaak onder erbarmelijke omstandigheden: de fokdieren zijn continu drachtig en zien nooit daglicht, de jongen worden veel te vroeg uit het nest gehaald, ze zijn niet gesocialiseerd of ze zijn zo ziek dat ze al snel overlijden. De dieren die bedoeld zijn voor winkels verblijven opeengepakt in sterk vervuilde krat-ten. En eenmaal in de winkel zitten ze in een veel te klein verblijf waar ze veel stress ervaren doordat ze continu worden opgepakt en niet kunnen schuilen. Wanneer ze te groot zijn geworden voor de verkoop, worden ze gedood.

Aanpak

In mei 2016 startte de vereniging de campagne 'Stop de huisdierenhandel'. Doel is om de verkoop van huisdieren in dierenwinkels, tuincentra en via advertentiewebsites drastisch te beperken (outcome). Een petitie werd bijna 13.000 keer ondertekend en in 2017 aangeboden aan de vaste commissie voor Economische Zaken. Via de website kunnen mensen dierenwinkels en Marktplaats aanschrijven met het verzoek geen dieren meer te verkopen. Winkelketen Welkoop liet eind 2018 weten te stoppen met het aanbieden van knaagdieren en konijnen in al haar 152 vestigingen. Andere winkelketens bleken vooralsnog niet te overtuigen. In 2020 zal de Sophia-Vereeniging daarom nogmaals aandringen op wettelijke maatregelen om de verkoop te beperken. Tevens streeft zij naar eenduidige, handhaafbare minimale huisvestings- en verzorgingsnormen voor fokkers, handelaren en eigenaren (outcome).

Eind 2018 kondigde minister Schouten strengere regels aan voor verkopers van dieren op Marktplaats.nl. De advertentiewebsite ging in 2019 een samenwerking aan met de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit. De NVWA kampt echter met een groot capaciteitstekort waardoor meldingen, bijvoorbeeld van advertenties met gecoupeerde pups of dieren die te vroeg uit het nest worden gehaald, niet worden opgevolgd. In 2019 stelden D66 en de Partij voor de Dieren op initiatief van de Sophia-Vereeniging hierover vragen aan de minister. In 2020 zal de vereniging zich politiek blijven inzetten voor meer kwaliteit en capaciteit op het gebied van handhaving. Tevens zal zij maatschappelijk draagvlak aantonen met een petitie.

Ondertussen neemt de Sophia-Vereeniging deel aan de werkgroep Evaluatie Wet dieren van de Dierencoalitie. In die hoedanigheid levert zij informatie aan het adviesbureau dat de evaluatie uitvoert in opdracht van het ministerie van LNV. Onderwerpen die de vereniging aandraagt, zijn onder meer het beperken van de verkoopkanalen, de noodzaak van heldere

huisvestingsnormen en meer capaciteit op handhaving. Het beoogde effect op de lange termijn is dat er minder huisdieren in een asiel of opvang leven en dierenleed door malafide praktijken een halt wordt toegeroepen (impact).

4.2 Doden van huisdieren

Problematiek

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

Aanpak

In 2009 startte de Sophia-Vereeniging een intensief lobbytraject voor een verbod op het doden van huisdieren door particulieren (en dus ook fokkers). Op 1 juli 2014 werd het eerste succes geboekt: sindsdien is het strafbaar om zelf een hond of een kat te doden. Alleen de dierenarts mag honden en katten euthanaseren als dat medisch noodzakelijk is. De vereniging is blij met dit resultaat, maar dringt erop aan dat in de Wet dieren gelijke regels voor alle huisdieren worden opgenomen zodat ook degenen die kerngezonde vogels, vissen, konijnen en knaagdieren doden, kunnen worden aangepakt. Daartoe stuurde zij een brandbrief met 10.000 handtekeningen naar de staatssecretaris en werkte zij mee aan het televisieprogramma *Rambam*, waarin getoond werd hoe konijnen die te groot waren geworden om als ‘schattig’ verkocht te worden door fokkers worden gedood, bijvoorbeeld door ze aan diertuinen aan te bieden als roofdierenvoer.

In 2019 droeg de Sophia-Vereeniging bij aan een uitzending van *EenVandaag* over het doden van konijnen die niet mooi genoeg geacht worden om deel te nemen aan shows. Als reactie werden er Kamervragen gesteld en minister Schouten liet zich verontwaardigd uit over deze praktijken. Ondertussen voerde de vereniging gesprekken met de Landelijke Inspectiedienst Dierenbescherming, het Landelijk Expertisecentrum Dierenmishandeling, de Koninklijke Nederlandse Maatschappij voor Diergeneeskunde (KNMvD), de directeur Dierlijke agrotetens en diergezondheid en met beleidsmedewerkers van het ministerie van LNV.

In 2020 zal de politieke lobby worden geïntensiveerd met het oog op de evaluatie van de Wet dieren. Aanvullend zal media-aandacht en publieke steun worden gezocht, onder meer via de opnieuw geactiveerde petitie voor uitbreiding van het verbod op het zelf doden van huisdieren. Doel is dat het verbod deze kabinetsperiode nog wordt uitgebreid (outcome). Op de lange termijn is het streven dat er geen huisdieren meer gedood worden door particulieren (impact).

4.3 Verlaging btw dierenartsen

Problematiek

In Nederland worden huisdieren als een luxeproduct beschouwd. Daarom vallen diergeneeskundige handelingen onder het hoge btw-tarief van 21%. Door de hoge dierenartskosten krij-

gen veel dieren niet de medische zorg die ze nodig hebben, met ernstig dierenleed tot gevolg. Bovendien is de Sophia-Vereeniging van mening dat zieke dieren geen inkomstenbron zouden moeten zijn, maar dat de overheid er juist voor moet zorgen dat de drempel voor diergeneeskundige hulp zo laag mogelijk is. Want al zijn huisdieren geen eerste levensbehoefte, medische zorg is geen luxe maar noodzaak.

Aanpak

Om het btw-tarief van dierenartsen te verlagen (outcome), startte de Sophia-Vereeniging in 2015 een campagne. Maar ondanks meer dan 37.000 steunbetuigingen weigerde de staatssecretaris van Financiën keer op keer het btw-tarief aan te passen, zich beroepend op de Europese btw-richtlijn. Omdat deze richtlijn wordt herzien, stuurde de Sophia-Vereeniging in 2018 een brief naar de Raad voor de Europese Unie, samen met de Belgische dierenbeschermingsorganisatie GAIA en de Italiaanse beroepsorganisatie van dierenartsen ANMVI. In oktober 2018 stemde het Europees Parlement vóór de btw-herziening, die het voor de individuele lidstaten mogelijk maakt om de btw voor dierenartsen te reduceren. Met de KNMvD stuurde de Sophia-Vereeniging een brief naar staatssecretaris Snel met het verzoek gebruik te maken van deze mogelijkheid. Om de maatschappelijke druk op te voeren, werd de petitie voor een btw-verlaging opnieuw geactiveerd.

Wanneer de Raad voor de Europese Unie ook vóór de btw-herziening stemt, is de kans op een belastingreductie voor diergeneeskunde in Nederland het grootst als meerdere lidstaten hier toe besluiten. Daarom zoekt de vereniging samenwerking met andere Europese dierenbeschermingsorganisaties en politieke partijen, om hen te motiveren op nationaal niveau voor een btw-verlaging te pleiten. In 2019 werd in België positief gestemd over een btw-verlaging op de (verplichte) sterilisatie van katten.

In afwachting van de stemming door Raad voor de Europese Unie zet de Sophia-Vereeniging in 2020 haar lobbytraject voort, waarbij zij haar pijlen ook richt op de politieke partijen die deelnemen aan de Tweede Kamerverkiezingen in 2021. Het beoogde effect op de lange termijn is dat meer huisdieren de medische zorg krijgen die ze nodig hebben (impact). Tevens is de vereniging in contact met GAIA over de Belgische regelgeving en de mogelijke toepasbaarheid in Nederland.

4.4 Rasdieren

Problematiek

Rasdieren worden gefokt op een specifiek uiterlijk. Dat uiterlijk is soms zo extreem, dat de dieren worden beperkt in hun natuurlijke gedrag: moeite met ademhalen, eten en drinken door een te korte snuit, problemen bij de voortplanting door een te gedrongen bouw, problemen met voortbewegen door te korte pootjes of een te lange rug. Ook is er vaak sprake van inteelt en een zeer beperkte genenpoel. Daardoor ontstaan ernstige, vaak dodelijke aandoeningen zoals kanker en hartfalen.

Aanpak

De Sophia-Vereeniging zet zich sinds 2009 in voor duidelijke overheidsregels die ten grond-

slag liggen aan een verantwoord fokbeleid dat niet het uiterlijk, maar het welzijn van (ras) dieren centraal stelt. Sindsdien is er al veel bereikt: in 2014 werd in het Besluit gezelschapsdieren opgenomen dat fokkers erfelijke afwijkingen en schadelijke uiterlijke kenmerken voor zover mogelijk moeten voorkomen. Onder leiding van de Raad van Beheer op Kynologisch Gebied in Nederland werd het Fairfokplan opgesteld, met diverse maatregelen om tot gezondere honden en een meer verantwoorde fokkerij te komen. Ook de publiciteitscampagnes van de vereniging hebben een positief effect gehad: de jaarlijkse campagne ‘Wie is de Winner’ droeg eraan bij dat (potentiële) hondeneigenaren en keurmeesters op rashondenshows meer oog hebben voor de gezondheid van de dieren en in 2018 liet de gemeente Amsterdam weten rashondenshows te willen verbieden. In 2019 werd wederom een mijlpaal bereikt: minister Schouten trof een aantal maatregelen, waaronder handhavingscriteria voor het fokken van kortsnuitige honden. Tevens droegen de lobby-activiteiten bij aan een verbod op het fokken van ‘designerkatten’ zoals de bambino sphynx.

Door ook in 2020 te blijven lobbyen wil de Sophia-Vereeniging bereiken dat het aantal wettelijke maatregelen tegen het fokken van dieren met ziekmakende kenmerken deze kabinetsperiode nog wordt uitgebreid (outcome), onder meer met handhavingscriteria voor andere fysieke kenmerken. Bovendien moet geïnvesteerd worden in meer en betere handhaving. Om fokkers te stimuleren hun beleid aan te passen, nodigt de Sophia-Vereeniging hen uit om mee te denken over verbeteringen binnen de fokkerij. Via de (sociale) media, de website en een animatie worden potentiële eigenaren aangemoedigd om bij de aanschaf van een huisdier niet enkel te letten op het uiterlijk, maar ook aandacht hebben voor de gezondheid van het dier (outcome). Het uiteindelijke doel is dat er geen huisdieren meer gefokt, aangeboden en aangeschaft worden met een ziekmakend uiterlijk (impact).

4.5 Positieflijst

Problematiek

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

Aanpak

In 2015 werd met medewerking van de Sophia-Vereeniging een zogenaamde ‘positieflijst’ van kracht: een door de overheid vastgestelde lijst van dieren die geschikt worden geacht om als huisdier gehouden te worden. Met zoogdiersoorten die niet op deze lijst genoemd worden, mag niet worden gefokt en ze mogen niet meer gehouden en verhandeld worden.

Sinds de inwerkingtreding bestaat er veel discussie over welke dieren op de Positieflijst zoogdieren vermeld gaan worden, welke dieren onder voorwaarden gehouden mogen worden en welke dieren verboden zijn. In 2019 startte het ministerie van LNV met de ontwikkeling van een nieuwe beoordelingsmethode, die naar verwachting begin 2020 naar de Tweede Kamer wordt gestuurd. Met deze systematiek zullen in 2020 ongeveer 260 zoogdiersoorten worden beoordeeld door een onafhankelijke commissie. De lijst van zoogdieren die geschikt geacht worden om als huisdier te houden, zal na de zomer ter consultatie worden voorgelegd.

De Sophia-Vereeniging zet zich ervoor in dat deze kabinetsperiode een positieflijst voor zoogdieren tot stand komt met daarop enkel dieren die gedomesticeerd zijn, met mensen kunnen leven en in gevangenschap hun natuurlijke gedrag kunnen vertonen (outcome). Tevens dienen er heldere houderijvoorschriften opgesteld te worden en moeten plannen voor positieflijsten voor vogels en reptielen in gang worden gezet. Om haar lobby-activiteiten voor adequate positieflijsten kracht bij te zetten, wordt intensief samengewerkt met andere dierenbeschermingsorganisaties. Het beoogde effect op de lange termijn is dat er geen dieren meer als huisdier gehouden worden die daarvoor niet geschikt zijn (impact).

4.6 Beoogde resultaten 2020

Regelmatig wordt de Sophia-Vereeniging gevraagd haar mening te geven over huisdiergerelateerde onderwerpen, zowel op politiek niveau als door de media. In 2017 werd bijvoorbeeld verzocht te reageren op het advies van de Raad voor Dierenaangelegenheden inzake hoogrisicohonden, wat in 2018 leidde tot diervriendelijkere beleidskeuzes en een samenhangend plan van aanpak waarin niet de rassen centraal staan, maar de combinatie van hond en houder. Ook was de vereniging betrokken bij de invoering van een verbod op de stroomhalsband, dat sterk wordt tegengewerkt door de jagerslobby. Door haar politieke netwerk in te zetten, wist zij een stemming over dit onderwerp ten goede te keren. In het Jaarplan 2020 is ervoor gekozen om ruimte te houden voor dergelijke actuele zaken, die vaak een groot bereik hebben en snel tot een dierenbeschermend resultaat leiden.

Samengevat streeft de Sophia-Vereeniging met haar campagnes in 2020 de volgende resultaten (outputs) na:

- Op de politieke agenda zetten en houden van maatregelen tegen impulsaankopen en de malafide dierenhandel;
- Uitbreiding van het verbod op het doden van huisdieren door particulieren;
- Op de politieke agenda zetten van een landelijke chip-, registratie- en castratieplicht voor katten;
- Politiek agenderen van een btw-verlaging op diergeneeskundige handelingen;
- Uitbreiding van overheidsmaatregelen tegen de rasdierenproblematiek;
- Implementatie van een adequate Positieflijst zoogdieren met heldere houderijvoorschriften;
- Tegenlobby van het verbod op de stroomhalsband ontkrachten;
- 14 miljoen mensen bereiken met campagnes en voorlichting via de Sophia DierenSpreekuren, de website, de (sociale) media en voorlichtende animaties.

5. Fondsenwerving

De Sophia-Vereeniging is financieel voor een groot deel afhankelijk van inkomsten uit beleggingen en nalatenschappen. Hoewel deze inkomsten substantieel zijn, brengen zij ook een groot risico met zich mee: jaarlijks wordt een reëel bedrag begroot, 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, zal de vereniging zich in 2020 wederom inzetten voor groei van inkomsten. Daarbij is het belangrijkste streven om de structurele baten uit contributies, giften en donaties van leden zodanig te vergroten dat een gezonde, meer planbare financiële basis ontstaat. Op continue basis wordt onderzocht hoe het vermogen op verantwoorde en effectieve wijze kan worden ingezet om leden en donateurs te werven en te behouden en hoe de binding met de huidige achterban zodanig kan worden vergroot dat de inkomsten per lid stijgen en de uitval geminimaliseerd wordt.

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

5.1 Particuliere markt

5.1.1 Nieuwe leden en donateurs werven

Online werving

Tijdens campagnes, maar met name via de eigen website, dierenbeschermende producten zoals de Sophia NoodSticker en de Sophia NoodPas, de Sophia DierenSpreekuren en online activiteiten zoals een petitie of enquête worden belangstellenden betrokken bij de Sophia-Vereeniging. Een beperkt aantal wordt direct lid, anderen melden zich aan als ontvanger van de digitale nieuwsbrief SophiaNieuws. Doelstelling is om het aantal ‘warme’ e-mailadressen in de database in 2020 te verhogen naar 33.000 en de contacten op regelmatige basis te benaderen met het verzoek om lid te worden. Daarnaast worden er ledenwervende advertenties geplaatst op Facebook en wordt de website continu geoptimaliseerd voor leden- en donateurwerving. Via online werving wordt gestreefd naar minimaal 200 nieuwe leden en donateurs.

Telefonische werving

Belopdrachten besteedt de Sophia-Vereeniging uit aan een extern bureau. Daarbij worden telefoonnummers gebruikt afkomstig van de website (webshop, downloadbare flyers, etc.) en van dierenbeschermende acties, zoals de Sophia NoodSticker, de Sophia HitteSticker en campagnepetities en -enquêtes. Op deze wijze werden de afgelopen jaren tegen een relatief laag

tarief nieuwe leden en donateurs geworven met een laag uitvalpercentage. Ook in 2020 zal deze methode worden ingezet, waarbij bij iedere activiteit onderzocht wordt of het werven van telefoonnummers tot de mogelijkheden behoort. Door de afhankelijkheid van de dierenbeschermende campagnes brengt deze werfmethode wel beperkingen met zich mee als het gaat om aantallen. Desondanks is het streven om telefonisch 700 nieuwe leden en donateurs te werven.

Straatwerving

Hoewel de uitvalpercentages hoger zijn dan bij andere vormen van ledenwerving, levert straatwerving via een extern bureau voor de Sophia-Vereeniging goede resultaten. In 2020 is de doelstelling om op deze wijze 1.000 leden en donateurs te werven. Een beperkende factor is de capaciteit bij straatwervingsbureaus, die in toenemende mate kampen met personeels tekorten. De straatwervingsmethode wordt op continue basis geanalyseerd en geoptimaliseerd, bijvoorbeeld omtrent de incentives, het kennismakingsgesprek, het werven via tablets en de hoogte van de maandelijkse bijdrage.

Opportunity driven ledenwerving

Incidenteel doen zich kansen voor om leden te werven via nieuw ontwikkelde concepten. Deze kunnen gekoppeld zijn aan de dierenbeschermende activiteiten, maar ook aan nieuwe digitale mogelijkheden, loterijen of affiliate marketing. Indien de risico's en de kosten beperkt zijn en er capaciteit beschikbaar is, grijpt de Sophia-Vereeniging dergelijke kansen aan om te testen of deze methodes op (kosten-)efficiënte wijze tot langdurig resultaat kunnen leiden. In 2020 is het streven om op deze manier 200 nieuwe leden en donateurs te werven.

Sophia DierenEHBO

Al sinds 1929 organiseert de Sophia-Vereeniging een cursus Sophia DierenEHBO. Van origine was het een praktijkgerichte cursus, met workshops op het kantoor. Langzaam is de cursus omgebouwd naar een thuisstudie. Cursisten kunnen het handboek Sophia DierenEHBO, dat voor € 19,50 te koop is, zelfstandig bestuderen. Twee keer per jaar vindt er op het kantoor van de Sophia-Vereeniging een examen plaats.

Nieuwe leden krijgen, indien gewenst, het handboek Sophia DierenEHBO als welkomstgeschenk bij hun lidmaatschap. Hiermee stimuleert de organisatie de groei van haar achterban en wordt tegelijkertijd voorlichting gegeven over de medische verzorging van huisdieren. In de webshop is tevens de Sophia EHBO-kaart verkrijgbaar, die als aanvulling op het handboek kort de belangrijkste handelingen uitlegt.

Sophia NoodPas

Veel huisdiereigenaren kennen de angst dat hen buitenshuis iets overkomt en er niemand tijdig omkijkt naar de dieren die alleen thuis zitten. Met de Sophia NoodPas in de portemonnee en aan de sleutelbos zijn deze zorgen niet meer nodig: hulpverleners zien direct wie er gewaarschuwd moet worden om zich over de achtergebleven huisdieren te ontfermen. De Sophia NoodPas kan voor € 2,50 besteld worden via de website, leden betalen slechts € 1,50.

Sophia NoodSticker

Wanneer er in een woning brand uitbreekt, er is ingebroken of er een ongeval heeft plaatsgevonden, kunnen mensen rekenen op hulpdiensten. Huisdieren worden echter vaak aan hun lot overgelaten. De Sophia-Vereeniging ontwikkelde daarom de Sophia NoodSticker voor op de voordeur. Daarmee kunnen brandweer, politie en ambulance gewezen worden op de aanwezigheid van huisdieren, zodat ook zij worden geholpen in noodsituaties. De Sophia NoodSticker kan voor € 2,- aan verzendkosten besteld worden via de website. Leden van de Sophia-Vereeniging betalen deze verzendkosten niet.

5.1.2 Werving via eigen leden en donateurs

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

Op continue basis worden de tevredenheid en loyaliteit van de leden en donateurs onderzocht. 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 in 2018 geïnvesteerd in een nieuwe database. Deze is gekoppeld aan een nieuw mailingsysteem en aan de website, zodat het proces van de customer journeys en de ondersteuning van de individuele behoeftes zoveel mogelijk geautomatiseerd kunnen verlopen.

5.2 Institutionele markt

Werftrajecten gericht op de institutionele markt maken sinds 2009 onderdeel uit van de fondsenwerving van de Sophia-Vereeniging. Er werd bijvoorbeeld samengewerkt met fabrikanten van biologische diervoeders en via vermogensfondsen werden onder meer donaties verkregen voor het Sophia SnuffelCollege, het Sophia HuisdierenKwartet en voorlichtende animaties. Het indienen van subsidie- en fondsaanvragen is echter zeer arbeidsintensief en tijdrovend en de kans op succes is gering, omdat de Sophia-Vereeniging meestal niet aan de voorwaarden voldoet: doorgaans geven fondsen de voorkeur aan nieuwe, concrete projecten met een duidelijk begin en einde. Indien een potentiële activiteit daarvoor in aanmerking zou kunnen komen, beperkt de vereniging zich tot de meest kansrijke donatieverzoeken, bijvoorbeeld bij vermogensfondsen die expliciet aangeven zich te richten op voorlichting.

Nawoord

Zoals in dit jaarplan te lezen is, zal de Sophia-Vereeniging ook in 2020 al haar capaciteit optimaal inzetten om het welzijn en de gezondheid van huisdieren in Nederland te verbeteren.

De organisatie van onze projecten en campagnes is in goede handen bij de enthousiaste en deskundige medewerkers en tal van vrijwilligers die zich inzetten om het Sophia Snuffel-College en de Sophia DierenSpreekuren steeds weer tot een succes te maken. Maar ook onze leden en donateurs spelen een belangrijke rol: alleen met hun steun kunnen onze dieren-beschermende activiteiten worden uitgevoerd. Ik wil hen dan ook graag hartelijk bedanken voor het vertrouwen in de Sophia-Vereeniging en het ondersteunen van onze missie.

Het komende jaar gaan we verder met onze succesvolle activiteiten en staan we open voor nieuwe, creatieve ideeën. Met onze aanhoudend groeiende achterban zetten we onze schouders eronder, zodat de Sophia-Vereeniging ook de komende jaren positief kan bijdragen aan het welzijn van onze dieren. Samen gaan we met vertrouwen en vol energie het jaar 2020 in, waarin we wederom zullen streven naar een toekomst zonder huisdierenleed.

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