



Meerjarenplan 2018 - 2022

Samen werken aan
een beter leven voor dieren





Colofon

Dit is een verkorte uitgave van onze meerjarenstrategie, die is ontwikkeld door de medewerkers van het Nederlandse kantoor van World Animal Protection met behulp van bureau Tinke.

Tekst: Hilje Wolfson, bijdrage van Dirk-Jan Verdonk en John Eussen

Redactie en vormgeving: Martien Versteegh, Donkigotte
Juni 2018

© World Animal Protection Nederland

Samen werken aan een beter leven voor dieren

De aandacht voor dierenwelzijn neemt toe. Tegelijkertijd zien we dat dierenwelzijn erger onder druk staat dan ooit. Het aantal dieren dat leeft en sterft in de industriële veehouderij is nog nooit zo groot geweest en groeit nog steeds. Wilde dieren zitten in steeds zwaarder weer door aantasting van hun leefomgeving, jacht en exploitatie voor toerisme of gebruik als exotisch huisdier. Grote populaties zwerfdieren zijn in veel delen van de wereld nog steeds een probleem. Natuurrampen - die verergeren door klimaatverandering - eisen hun tol in het dierenrijk. De lijst is lang en maakt de urgentie voelbaar nóg betere bescherming te bieden aan dieren.

Als onderdeel van een internationale dierenbeschermingsorganisatie zet World Animal Protection Nederland zich in voor de wereldwijde bescherming van dieren. Om ons werk zo goed mogelijk te kunnen doen, hebben we een meerjarenplan 2018 - 2022 opgesteld. We nemen je graag mee in onze keuzes en plannen.

1. Dieren in de veehouderij

Van 2018 tot 2022 richten we onze pijlen op de financiële instellingen. Als zij hun maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen, kunnen ze een belangrijke aanjager zijn voor beter dierenwelzijn in de veehouderij. Wie betaalt, bepaalt.

2. Wildlife

Wilde dieren die voor entertainment gebruikt worden blijft een belangrijk onderwerp voor het Nederlandse kantoor. Maar onze aandacht gaat de komende jaren vooral uit naar wilde dieren die als 'exotisch huisdier' worden gehouden. Nederland is voor dit thema een strategisch interessant land: Schiphol en de haven van Rotterdam maken het tot een belangrijk doorvoerland en ook grote vogel- en reptielenbeurzen dragen bij aan verspreiding van wilde dieren in kooien en terrariums bij particulieren.



Onze missie:
wereldwijd
dieren beschermen



Onze visie:
een wereld waarin
dierenwelzijn ertoe
doet en wreedheid
tegen dieren niet
meer bestaat

Onze focus is ingegeven door:

- het aantal dieren dat onder gegeven omstandigheden lijdt;
- de omvang en intensiteit van het lijden dat dieren ervaren;
- en de gebleken effectiviteit van mogelijke (hulp)activiteiten.

De komende jaren meten we:

- De loyaliteit en waardering onder donateurs
- De mate van engagement van donateurs en supporters
- De betrokkenheidsscore bij onze Facebookpagina
- Groei naamsbekendheid onder Nederlanders die van dieren houden

3. Zwerfhonden

Gezien de grote betrokkenheid van het Nederlandse publiek bij hondenleed, willen we mensen blijven mobiliseren om druk uit te oefenen op beleidsmakers in andere landen, op Europees of VN-niveau om te zorgen dat honden betere bescherming krijgen en hun populaties op diervriendelijke wijze in de hand worden gehouden.

Glocal

De campagnes die we in Nederland houden, moeten bijdragen aan onze internationale campagnes om zo de impact voor de dieren te vergroten. Maar om aansprekend te zijn voor een Nederlands publiek moeten we ze wel toesnijden op wat hier relevant en urgent is en waarmee we impact kunnen hebben. Kortom, we moeten het internationale met het lokale verenigen: we moeten 'glocal' zijn.

Sámen het welzijn van dieren verbeteren

World Animal Protection is een campagneorganisatie die impact wil hebben op het verbeteren van het welzijn van zoveel mogelijk dieren. Om invloed uit te kunnen oefenen is het belangrijk dat we namens zoveel mogelijk mensen spreken. Hoe meer mensen we vertegenwoordigen, hoe serieuzer we worden genomen.

Gelukkig hebben verreweg de meeste Nederlanders een groot dierenhart. Ruim driekwart van hen geeft aan dierenwelzijn belangrijk te vinden. Voor een kwart is dit zelfs zéér belangrijk. Deze laatste groep van circa vier miljoen mensen vormt onze belangrijkste doelgroep. Samen met deze groep willen wij een *movement* vormen op weg naar een wereld waarin dierenwelzijn ertoe doet en wreedheid tegen dieren niet meer bestaat.



Metten is weten

Metten is weten: dat geldt ook voor een organisatie als de onze met een ideële doelstelling. We hebben uiteraard geld nodig om dieren te kunnen helpen. Maar ook andere vormen van steun zijn onmisbaar, zoals mensen die onze petities tekenen en onze berichten delen. Daarmee dragen ze bij aan onze missie. Bovendien helpen ze met het vergroten van onze naamsbekendheid en daarmee met het uitbreiden van de *movement*. Om te meten of we succesvol zijn in het

vergroten van de movement, gaan we uit van bij ons bekende gegevens. Om de groei te kunnen meten, nemen we als uitgangspunt iedereen die in 2016 of 2017 actief betrokken is geweest bij World Animal Protection. Dat betekent dus onze donateurs (de mensen die ons financieel steunen) én onze supporters (mensen die ons op een andere manier steunen).

We gaan de komende jaren ook doelen meten die iets zeggen over de waardering voor onze organisatie, de mate van bereidheid om zich bij de movement aan te sluiten en de betrokkenheid en loyaliteit van onze supporters en donateurs.

Hoe werken we aan de movement?

We inspireren

We laten duidelijk zien waar we voor staan en welke successen we behalen. We willen met onze verhalen ook mensen inspireren zelf diervriendelijk te handelen. Dat betekent dat we ook moeten durven loslaten en accepteren dat mensen eigen acties ondernemen waar onze naam niet aan verbonden is.

We communiceren

We bieden allerlei mogelijkheden om in actie te komen, niet alleen financieel. Een eventuele vraag om steun in financiële zin komt op een natuurlijk moment, nadat mensen overtuigd en gemotiveerd zijn om via ons een steentje bij te dragen. Ons streven is dat onze supporters zich gezien, gehoord en gewaardeerd voelen.

We willen weten wat er leeft onder onze achterban om directer en meer op maat gesneden met hen te kunnen communiceren. Dit vergt een andere aanpak en expertise dan de traditionele communicatie.

We activeren

Belangrijk bij het bouwen van een movement is dat we sámen met de supporters optrekken. We delen onze kennis in de hoop verandering tot stand te brengen. En we laten onze supporters bij al onze campagnes zien wat ze kunnen doen om te helpen.

We hebben focus

We zijn resultaatgericht en maken duidelijke keuzes in wat we wel en niet doen. We richten ons op een beperkt aantal thema's per jaar. Onze focusgebieden voor de komende jaren zijn dieren in de veehouderij, wildlife en zwerfhonden. We vieren onze successen en nemen mensen mee in de beweging. Alle activiteiten vallen onder een van de drie campagnethema's waar we ons op richten.

Onze aanpak

Achterban

We willen een movement vormen van meer dan een miljoen mensen in 2022. Mensen die ons ondersteunen met het tekenen van een petitie, het delen van een bericht of het doen van een donatie.



Steeds meer
mensen willen zich
voor dieren
inzetten!



Meer dan 75% van
de Nederlanders
vindt dierenwelzijn
belangrijk of zelfs
zeer belangrijk!

Suggesties of ideeën?

Heb jij een geniaal plan dat ons
kan helpen onze movement te
vergroten? We horen het graag.

Donateurs vinden en behouden wordt steeds lastiger. Niet voor ons in het bijzonder; het is een algemene trend. Maar die groep trouwe donateurs is wel belangrijk voor ons, omdat ze de basis vormt van onze organisatie. Daarom blijven we werken aan manieren om donateurs te werven én te behouden. We hebben als organisatie tot nu toe veel succes geboekt met onze online leadsgeneratie. Dat betekent dat we onze donateurs en supporters vooral via internet werven. We blijven deze methode verbeteren, maar we gaan ook nieuwe concepten testen, zoals bijvoorbeeld online collectes en een mini-webshop.

Uit onderzoek onder Nederlanders die van dieren houden blijkt dat 23% van de mensen die ons kent, (zeer) bereid is ons in de toekomst te steunen. Dit is een hoog percentage in vergelijking met andere goede doelen. Onze naamsbekendheid is daarom heel belangrijk; hoe meer mensen ons kennen, hoe meer potentiële donateurs we bereiken. Merkbekendheid is geen doel op zich, maar een hulpmiddel om dierenleed uit de wereld te helpen.

Uiteraard informeren we onze achterban over ons werk, maar we werken ook aan programma's die ervoor moeten zorgen dat donateurs zich realiseren hoe belangrijk ze voor ons zijn en hoezeer ze gewaardeerd worden.

Bijzondere giftgevers

We zien grote kansen liggen in de markt van de bijzondere giftgevers en nalatenschappen. Bijzondere giftgevers zijn bijvoorbeeld bedrijven of fondsen die meer dan € 750,- per jaar bijdragen. En bedrijven of fondsen die een groot bedrag of een vast bedrag per jaar aan ons overmaken. In juni 2017 is voor het eerst een langdurige partnerschap aangegaan, namelijk met de TUI Care Foundation, die drie jaar lang onze Wildlife - Not Entertainers campagne financieel steunt.

Omschrijving	2018	2019	2020	2021	2022
	Begroting	Begroting	Begroting	Begroting	Begroting
Baten van particulieren	5.473.391	5.542.907	5.625.272	5.694.804	5.752.147
Baten van bedrijven	-	-	-	-	-
Baten van andere organisaties	170.000	200.000	200.000	225.000	250.000
Overige baten	-	-10.300	-10.609	-10.927	-11.255
Som der Baten	5.643.391	5.732.607	5.814.663	5.908.877	5.990.892
Besteed aan doelstelling	3.849.584	3.959.509	4.036.819	4.109.469	4.177.519
Wervingskosten	1.534.159	1.505.979	1.503.621	1.518.017	1.524.425
Beheer en administratie	260.447	267.118	274.223	281.391	288.947
Som der Lasten	5.644.191	5.732.606	5.814.663	5.908.877	5.990.891
Saldo financiële baten en lasten	800	-	-	-	-
Saldo van Baten en Lasten	0	1	-0	-0	0

We gaan ervoor zorgen goed op de radar te komen bij de Charitydesks van Nederlandse banken. Vermogende Nederlanders kunnen via deze desks advies en bemiddeling inwinnen over hun nalatenschap of schenking. Onderzoek toont aan dat steeds meer mensen overwegen om een goed doel op te nemen in hun testament. Dat biedt kansen voor ons.

Samenwerking

World Animal Protection kan niet in haar eentje de wereld veranderen, zelfs niet met een enorme achterban. Samenwerking met andere organisaties is onontbeerlijk. We blijven in Nederland daarom een van de voortrekkers van de Dierencoalitie, we blijven verbonden aan het MVO Platform en zijn actief binnen de Eerlijke Geldwijzer. Als het onze impact vergroot, gaan we mogelijk nog andere samenwerkingsverbanden aan.

