



Stichting Painted Dog Conservation beleidsplan 2020-2024

A. Algemeen

B. Beleid

1. Inleiding
2. Beleidsuitgangspunten
3. Beleidsdoelstellingen
4. Beleidsstrategie

C. Communicatie

1. Inleiding
2. Communicatie uitgangspunten
3. Communicatiedoelstellingen
4. Communicatiestrategie

A. Algemeen

Sinds haar oprichting in april 2004 heeft de Stichting Painted Dog Conservation in meerdere opzichten een sterke groei doorgemaakt. Financieel is het de stichting voor de wind gegaan. Met als gevolg dat ook de financiële middelen die aangewend zijn om de doelstelling, de Afrikaanse wilde hond voor uitsterven behoeden, na te streven fors gestegen zijn. Deze stijging in financiële middelen is niet alleen te danken aan de grote inzet van het bestuur op het gebied van fondsenwerving maar heeft indirect ook te maken met de stijging van de naamsbekendheid van de stichting. Een bekende naam geeft immers meer vertrouwen dan een onbekende naam.

De afgelopen jaren heeft de stichting aan de weg getimmerd op het gebied van PR, zo zijn er onder meer publicaties uitgebracht in 'Ontdek Afrika', 'Wildlifemagazine' en National Geographic Traveler.

Een grotere rol in de stijging van de naamsbekendheid speelt mond op mondreclame. Door het sterk persoonlijke karakter van de relaties die de stichting onderhoudt met haar sponsors voelen zij zich direct betrokken. Deze directe betrokkenheid vertaalt zich in het attenderen op en creëren van sponsormogelijkheden en het verspreiden van de naam van de Stichting Painted Dog Conservation.

Deze stijging in naamsbekendheid heeft niet alleen een positieve invloed op de financiële middelen maar werpt ook vruchten af op andere vlakken, mensen weten de stichting te vinden en raadplegen deze als zodanig wanneer men op zoek is naar informatie over de Afrikaanse wilde hond. De stichting heeft de in het meerjarenbeleidsplan 2020-2024 omschreven doelstelling, om zich te profileren als actiegerichte, betrokken en deskundige organisatie die zich middels ondersteuning van diverse Painted Dog



projecten inzet om door middel van actie en educatie de Afrikaanse wilde hond voor uitsterven te behoeden, in de afgelopen jaren ruimschoots waar gemaakt. De komende jaren zal de stichting deze lijn voortzetten en zich inzetten om de stijgende lijn in zowel de naamsbekendheid als het verwerven van financiële middelen vast te houden.

Voor de jaren 2020-2024 zijn de activiteiten van de Stichting Painted Dog Conservation, gezien de persoonlijke betrokkenheid van de bestuursleden en Stichting Painted Dog Conservation zich wil focussen, met name gericht op ondersteuning van het Painted Dog Conservation Project (PDC).

Dit laat het onverlet dat het de stichting vrij staat, daar waar nodig in het belang van de Afrikaanse wilde hond; in en ex situ; materiële en immateriële steun aan andere organisaties en/of personen te verlenen. Dit alles in lijn met de statuten.

De populatie Afrikaanse wilde honden in Zimbabwe is één van de weinige populaties die de afgelopen jaren, ondanks de economische en politieke problemen in het land, een lichte stijging doorgemaakt heeft. Dit is met name te danken aan het unieke alomvattende natuurbeschermingsprogramma dat het Painted Dog Conservation project opgezet heeft. Educatie, directe actie en onderzoek worden zodanig ingezet dat er betrokkenheid gecreëerd wordt en er samen met de stakeholders gewerkt kan worden aan de bescherming van de Afrikaanse wilde hond. De stichting Painted Dog Conservation ziet deze werkwijze als vooruitstrevend en uniek en zal zich de komende jaren in zetten om het project in Zimbabwe in staat te stellen deze lijn voort te zetten. Gezien de persoonlijke band die de Stichting Painted Dog Conservation en een meerderheid van haar sponsors met het project in Zimbabwe heeft is voorsnog besloten dat ook de komende jaren de doelstelling om de Afrikaanse wilde hond voor uitsterven te behoeden met name zal worden nagestreefd door middel van ondersteuning van het Painted Dog Conservation Project in Zimbabwe.



B. Beleid

1. Inleiding

In 2004 is de Stichting Painted Dog Conservation opgericht. De statuten van de Stichting Painted Dog Conservation hebben als uitgangspunt het beschermen van de Afrikaanse wilde hond (*Lycaon pictus*) in de meest uitgebreide zin. De stichting tracht dit doel onder meer te bereiken door middel van het voeren van acties, voorlichting en educatie, onderzoek, alsmede het samenwerken met andere organisaties.

2. Beleidsuitgangspunten

Bij de bepaling van de speerpunten in het beleid is uitgegaan van de volgende overwegingen:

- Op welke manier is zowel financieel als communicatief het meeste succes te behalen bij het nastreven van de doelstelling.
- Op welke wijze kan de Stichting Painted Dog Conservation zich onderscheiden van overige Nederlandse stichtingen met een overeenkomstige doelstelling.
- Op welke wijze kan de Stichting Painted Dog Conservation zich als deskundige organisatie profileren.

3. Beleidsdoelstelling

Vanuit de bovengenoemde uitgangspunten is voor de jaren 2020-2024 het volgende besloten;

- De centrale doelstelling van de stichting is het beschermen van de Afrikaanse wilde hond, deze doelstelling zal met name nagestreefd worden door het ondersteunen van het Painted Dog Conservation Project in Zimbabwe.

Dit biedt de mogelijkheid om;

- De Stichting Painted Dog Conservation te profileren als deskundige partner die weet wat er ter plekke gaande is;
- Persoonlijke betrokkenheid te creëren bij de sponsors;
- Waar nodig als woordvoerder voor het Painted Dog Conservation Project op te treden;
- De samenwerking met andere organisaties in zowel binnen als buitenland aan te gaan die direct of indirect betrokken zijn bij het Painted Dog Conservation Project in Zimbabwe;
- De verschillende insteken voor sponsorwerving te kunnen handhaven;



4. Beleidsstrategie

Qua beleidsstrategie kiest de Stichting Painted Dog Conservation voor een kordate en slagvaardige aanpak. Hierbij wordt nadrukkelijk gedacht aan:

- het behoud van sponsors door persoonlijke betrokkenheid te creëren;
 - i. Middels het regelmatig verslag uit brengen van de stand van zaken bij de projecten in Zimbabwe,
 - ii. Het bieden van de mogelijkheid tot persoonlijk contact met de mensen ter plaatse,
 - iii. Het bieden van de mogelijkheid de projecten in Zimbabwe te bezoeken, dit laatste zal bewerkstelligd worden door het aanbieden van een sponsorreis.
- het actief benaderen van nieuwe sponsors;
 - i. **Kleine sponsors** - door deelname aan markten en overige evenementen en samenwerking met derden
 - ii. **Grote sponsors** - door het schrijven van subsidieverzoeken en voorstellen.
 - samenwerking met overige organisaties;
 - i. **Dierentuinen** - de bestaande samenwerkingsverbanden met onder andere Burgers Zoo, GAIA park Kerkrade, Artis en Safaripark Beekse Bergen zullen gehandhaafd en waar mogelijk uitgebreid worden. Waar mogelijk zullen nieuwe samenwerkingsverbanden met andere Europese dierentuinen aangegaan worden.
 - ii. **Stichtingen en Verenigingen** - de bestaande contacten met de Nederlandse Vereniging voor Dierentuinen, de IUCN en het WWF zullen gehandhaafd en waar mogelijk uitgebreid worden.
 - iii. **Politiek** - gezien het streven om de Afrikaanse wilde hond CITES geregistreerd te krijgen zal actief gezocht worden naar politieke contacten in zowel binnen- als buitenland om dit onderwerp op de agenda te zetten.
 - informatie en kennisoverdracht in de ruimste zin.



C. Communicatie

1. Inleiding

Om de doelstelling, het beschermen van de Afrikaanse wilde hond, te realiseren wil de Stichting Painted Dog Conservation zich maatschappelijk breed profileren. Daarvoor is communicatie een essentieel middel. Door een consequente en geïntegreerde aanpak van alle mogelijke communicatieactiviteiten zal gestreefd worden naar vergroting van de naamsbekendheid.

2. Communicatie uitgangspunten

Positionering

De Stichting Painted Dog Conservation wil bekender worden met als doel de bewustwording van de problematiek rond de bescherming van de Afrikaanse wilde hond en kennismaking met de Afrikaanse wilde honden in zijn algemeenheid te stimuleren. Daarnaast wil de Stichting Painted Dog Conservation middels de verschillende communicatie middelen haar kracht als kleine doch zeer daadkrachtige organisatie benadrukken. De communicatie doelgroepen worden dagelijks overspoeld met velerlei informatie met betrekking tot natuurbescherming en dieren. In veel gevallen is deze informatie afkomstig van grote nationale en internationale organisaties. De Stichting Painted Dog Conservation wil zich onderscheiden van deze organisaties door het kleinschalige, daadkrachtige en betrouwbare karakter van de Stichting te benadrukken. Door de persoonlijk getinte benadering van de doelgroepen moet duidelijk worden dat, in tegenstelling tot de opvatting die de doelgroep er bij veel grotere organisaties veelal op na houdt, donaties bij de Stichting Painted Dog Conservation niet op een grote hoop verdwijnen maar op zeer directe wijze ten goede komen aan de bescherming van de Afrikaanse wilde hond.

Doelgroepen

De doelgroepen voor de Stichting Painted Dog Conservation zijn:

- mensen met belangstelling voor het welzijn van (wilde) dieren;
- meer specifiek binnen deze groep: mensen met belangstelling voor het welzijn van de Afrikaanse wilde hond;
- mensen met belangstelling voor Afrika;
- mensen met belangstelling voor natuurbescherming;
- mensen met belangstelling voor ontwikkelingswerk;
- mensen met belangstelling voor wetenschappelijk onderzoek;
- vrijwilligers en donateurs van de Stichting Painted Dog Conservation.



Barrières in de communicatie

- geringe bekendheid van de Afrikaanse wilde honden;
- negatieve imago van het land Zimbabwe;
- het dilemma van de keuze tussen mens en dier: als het welzijn van de mens slecht is wordt het als onethisch ervaren om (financiële) middelen in te zetten voor verhoging van het welzijn van dieren.

Overige relevante uitgangspunten

De Stichting Painted Dog Conservation profileert zich als;

- een zeer persoonlijk betrokken groep die met bezieling en oprechte zorg haar doelstelling nastreeft;
- een groep die dynamiek uitstraalt;
- een groep die betrouwbaar en daadkrachtig is;
- een groep die successen behaald bij het nastreven van haar doelstelling.

3. Communicatiedoelstellingen

Vanuit de bovengenoemde uitgangspunten zijn voor de Stichting Painted Dog Conservation voor de jaren 2020-2024 de volgende communicatiedoelstellingen vastgesteld;

A. centrale communicatiedoelstellingen:

- meer bekendheid geven aan de stichting en de inhoudelijke doelstelling;
- enthousiasmeren en persoonlijke betrokkenheid vasthouden van bestaande donateurs en sponsors;
- enthousiasmeren en werven van nieuwe donateurs;
- enthousiasmeren van mogelijke vrijwilligers.

De centrale communicatiedoelstellingen zullen met name nagestreefd worden ter ondersteuning van het Painted Dog Conservation Project in Zimbabwe.

B. interne additionele doelstellingen:

- daar waar gewenst betrekken van vrijwilligers bij de activiteiten van de stichting.

Bovengenoemde doelstellingen zijn gericht op de interne doelgroepen van de Stichting Painted Dog Conservation.

C. Externe additionele doelstellingen:

- profilering als deskundige organisatie op het gebied van de Afrikaanse wilde hond en hun bescherming;
- profilering als daadkrachtige betrouwbare groep die met bezieling haar doelstelling nastreeft.



4. Communicatiestrategie

Uitgangspunten voor de communicatiestrategie zijn de onder punt drie geformuleerde communicatiedoelstellingen. Vooral nog zal bij het behalen van deze doelstellingen een actiegerichte aanpak van belang zijn. Hierbij wordt nadrukkelijk gedacht aan:

-Vrije publiciteit

Het vergaren van zogenaamde vrije publiciteit door het waar mogelijk persoonlijk benaderen van de (juiste) media.

-Internet

In de publiciteit wordt verwezen naar de website van de Stichting Painted Dog Conservation. Het publiek kan hier op interactieve wijze achtergrondinformatie vinden, daarnaast biedt de site een handelingsperspectief, hierbij moet gedacht worden aan de mogelijkheid donateur te worden of een Afrikaanse wilde hond te adopteren. De site ademt de sfeer van persoonlijke betrokkenheid en daadkracht uit door een duidelijk gezicht te geven aan de mensen achter de stichting. Op deze wijze wordt aanspraak gemaakt op de persoonlijke betrokkenheid van de bezoeker en wordt de bezoeker overtuigd van het betrouwbare, kleinschalige maar daadkrachtige karakter van de Stichting.

-Overigen

Aanvullende (social) media kunnen ingezet worden om de communicatiedoelstellingen te behalen. Hierbij kan gedacht worden aan folders, flyers en overig informatief materiaal.

-Acties

Door deelname aan beurzen, markten en overige evenementen kan door middel van persoonlijke voorlichting gewerkt worden aan het behalen van de communicatiedoelstellingen.