

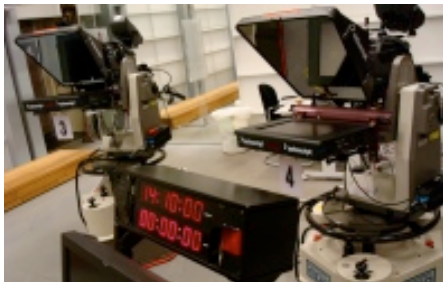


**Raad van Beheer**  
Voor alle (ras)honden!

**PRESS STRATEGIES**  
PERSSTRATEGIE & CRISISCOMMUNICATIE

# Imago en Reputatie Rashond

*Hooglanderveen, 30 juni 2012*



# Aanleiding

- De positie van rashondenverenigingen staat onder druk van media, politiek en maatschappij.
- De Raad van Beheer wil beter inzicht krijgen in de krachten die deze druk losmaken.
- Daarom hebben wij een analyse gemaakt van het krachtenveld media-politiek-maatschappij.
- En is nadrukkelijk gekeken naar de korte en lange termijn risico's van dit krachtenveld voor de sector.

# Wat is een rashond?

Een rashond is een *merk!*



## Het *merk* Rashond...

- ... is de bedrijfseconomische waarde van de sector;
- ... bindt (potentiële) klanten aan de sector;
- ... onderscheidt de sector van de concurrentie;
- ... maakt dat klanten er meer voor willen betalen.



## Als het merk beschadigt raakt...

- ... heeft dat verstrekende gevolgen voor iedereen;
  - ... zullen klanten in groeiende mate gaan weglopen;
  - ... daalt de bedrijfseconomische positie van de sector.
- Het *merk* rashond moet centraal staan!



## Imago van een merk

- Imago is een beeld dat mensen hebben van een merk dat is opgebouwd uit associaties met kernwaarden en eigenschappen, bijvoorbeeld:
  - Gezond                      -- Mooi                      -- Lief
  - Kwaliteit                      -- Veilig                      -- Duur
- Imago management betekent het consequent en gedisciplineerd verzenden van beelden die telkens de juiste associaties oproepen, tot die onderdeel zijn geworden van het merk.

## Reputatie van een merk

- Reputatie is het resultaat van wat je doet, wat je zegt en wat anderen over jou zeggen.
- Anders dan imago gaat het niet over associaties, maar over de mening die mensen hebben.
- Die mening hoeft niet op feiten te zijn gebaseerd, het gaat om de perceptie. Perceptie = realiteit.
- Reputatie is een referentie: zullen andere mensen jouw merk aanbevelen bij een ander?

# Oorzaken van imago- en reputatieschade

## 1. Kloof tussen identiteit en imago:

- Verschil tussen wat je bent en doet, en wat klanten denken dat je bent en doet.

## 2. Kloof tussen identiteit en maatschappij:

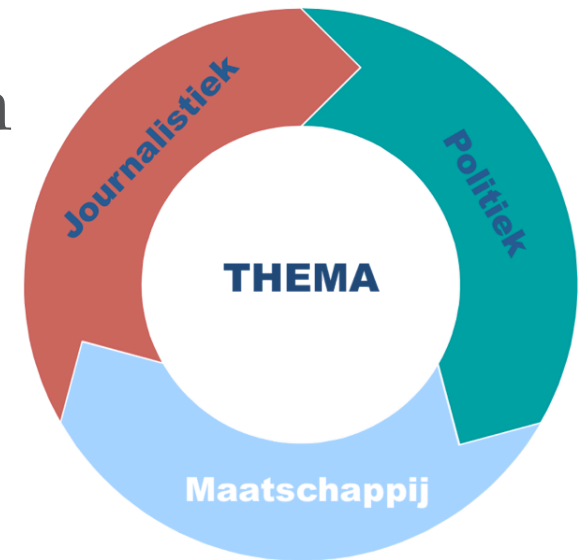
- Verschil tussen wat je bent en doet, en wat de maatschappij vindt dat je moet zijn en moet doen.

## 3. Een crisis:

- Incident dat managementcapaciteiten van organisatie overstijgt waardoor het probleem niet opgelost wordt.

## Het Krachtenveld

- Imago- en reputatieschade ontstaan uit krachtenveld van drie actoren:
  - Journalistiek: agendeert.
  - Politiek: reageert.
  - Maatschappij: explodeert.
- Het is een vicieuze cirkel waarin de drie actoren elkaar versterken en opjagen.
- Maatschappelijke opinie is leidend: journalistiek en politiek zijn gevoelig voor wat daar leeft.



## Opbouw van het krachtenveld

1. Kleine verandering in maatschappelijk denken.
2. Verandering gesignaleerd door opiniemakers.
3. Opiniemakers beginnen maatschappelijke discussie.
4. Er ontstaat de perceptie van een “probleem”.
5. Groepen organiseren zich rond “probleem”.
6. Voor- en tegenstanders nemen stelling.
7. Onderwerp ontbrandt in de media.
8. Politiek reageert op de situatie.

## Journalistiek

- BBC *Pedigree Dogs Exposed* 2009
- Radar 2011
- Zembla 2011
- BBC *Pedigree Dogs Exposed: Three Years On* 2012
- Brandpunt 2012



# Journalistiek

- Maatregelen onvoldoende.
- Aandacht media blijft.
- Druk zal toenemen.

## Raszuiver en dus ernstig ziek

**H**et klinkt overbodig, een officieel verbod op het fokken van rashonden met een risico op een erfelijk doorgegeven ziekte. Waarom zou iemand zieke honden fokken? En wie wil er nou een mismaakt beest aanschaffen?

Maar zulke honden worden wél gefokt en ook verkocht. Het gevolg is dat er in Nederland 300.000 honden rondlopen die geïnvaleideerd gefokt zijn. Ze zijn ziek, ze lijden pijn.

De bedoeling van de fok van rashonden was ooit dat een soort zo zuiver mogelijk werd gehouden, zowel uiterlijk als naar karakter. Nu streven veel fokkers ernaar om bij elke nieuwe worp de uiterlijke raskenmerken te vergroten en te verfijnen. Ad absurdum. Een kleine kop wordt zo verkleind dat de herseninhoud niet meer past, met verscheurende koppijn tot gevolg. Bolle ogen worden zo bol dat ze uit de schedel dreigen te knikkeren. Er worden honden geboren met per definitie ont-

**Fokverbod lost niet alles op: de rashond is big business**

wrichte heupen, met sowieso doorgezakte ruggen, met chronische smetinfecties in hun ultrazware huidplooiën. Eigenaars, die veel geld betaalden en die ervan zijn gaan houden, zien zo'n dier lijden en voortijdig sterven.

Het verbod zal het leed van deze dieren niet oplossen. De rashond is big business. Er wordt veel aan verdiend, door fokkers

en ook door dierenartsen. Zolang er voldoende vraag is naar deze 'perfecte' honden zullen die geleverd worden, als het moet illegaal.

Het valt op dat er dierenartsen zijn die meewerken aan het lijden van de honden. Hun beroepseer gebiedt dat zij het verbod en bloc steunen en helpen te handhaven. Een eigen verantwoordelijkheid dragen ook de kynologische verenigingen – zij reguleren de fok en geven de stamboompapieren af. Zij hebben de macht om de maatstaven aan te passen, om vers bloed toe te laten.

De eerste verantwoordelijkheid ligt bij de hondenliefhebbers. Als het merendeel van de (aspirant-) hondenbezitters zou weigeren zich in te laten met de doorgefokte dieren, de

## Nederlandse Politiek

- Reactie vooralsnog terughoudend.
- Bleker: zelfregulering is het beste.
- Discussie over standaarden: medisch gezond, geestelijk gezond, integer en genetisch divers.
- Dieren komen in Den Haag steeds hoger op de agenda te staan, op twee punten.
  - Welzijn: hoe dieren gehouden worden.
  - Ethiek: het doel waarvoor dieren gehouden worden.
- Na september vermoedelijk links kabinet.



# Maatschappij

- Maatschappij is voedingsbodem.
- Daarom heeft Maurice de Hond een onderzoek gedaan onder 2.000 Nederlanders:
  - Alle Nederlanders
  - Bezitters van een rashond
  - Bezitters van een ‘gewone’ hond
  - Bezitters van een hond uit het asiel
  - Voormalige hondenbezitters
- De resultaten zijn opzienbarend!



# De Raad van Beheer InfoToto



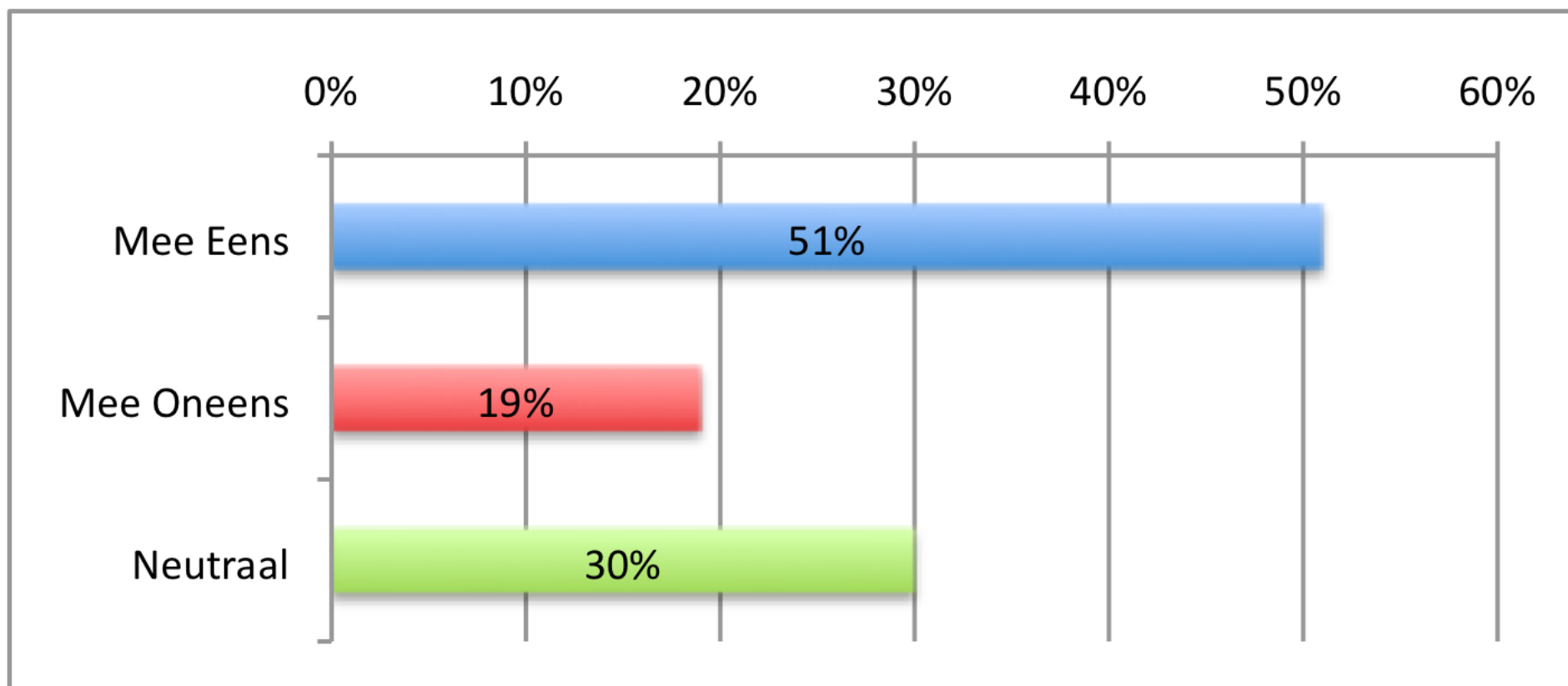
## Stelling #1

*“Een rashond met een stamboom is gezonder dan een gewone hond zonder stamboom of een hond uit het asiel”.*

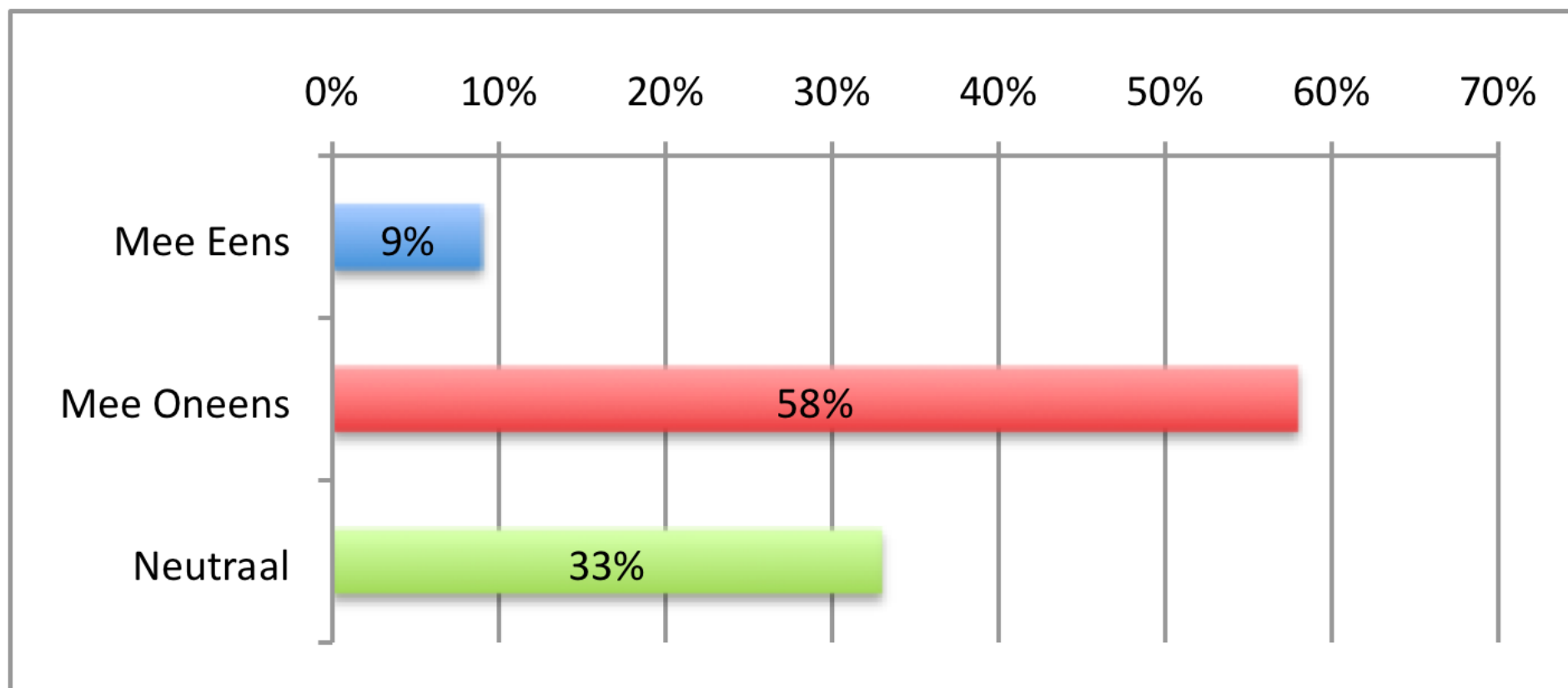
## Percentage aanwezigen “Eens”

Stelling	0%-24%	25%-49%	50%-74%	75%-100%
1.		35%		
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				

*Tabel 1: Bij de aankoop van een rashond, mag je ervan uitgaan dat de stamboom een garantie is voor een gezonde hond.*



*Tabel 2: Een rashond met een stamboom is gezonder dan een gewone hond zonder stamboom of een hond uit het asiel.*



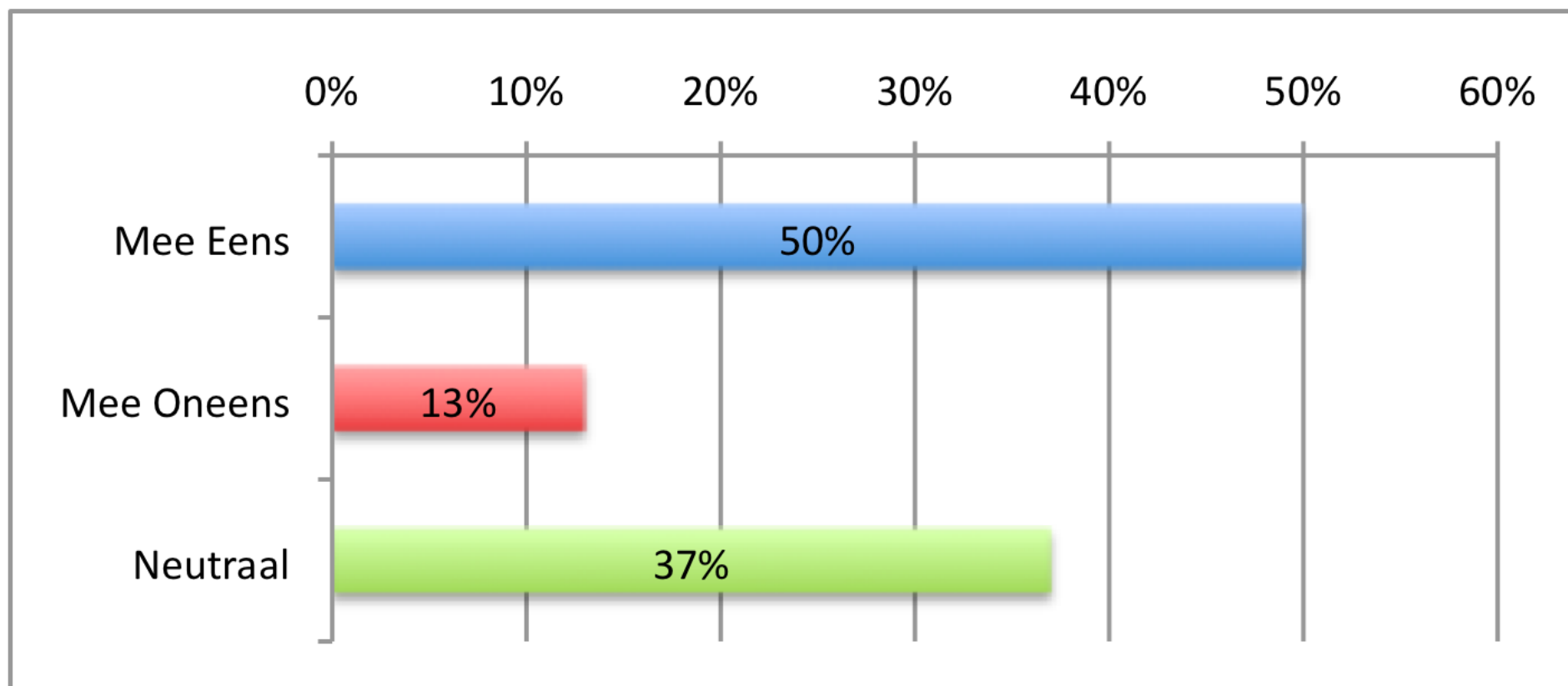
## Stelling #2

*“Ik ken nogal wat hondenfokkers waar het meer om het geld gaat dan het dierenwelzijn.”*

## Percentage aanwezigen “Eens”

Stelling	0%-24%	25%-49%	50%-74%	75%-100%
1.		35%		
2.			62%	
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				

*Tabel 3: Het gaat hondenfokkers alleen maar om het geld, niet het welzijn van de honden.*



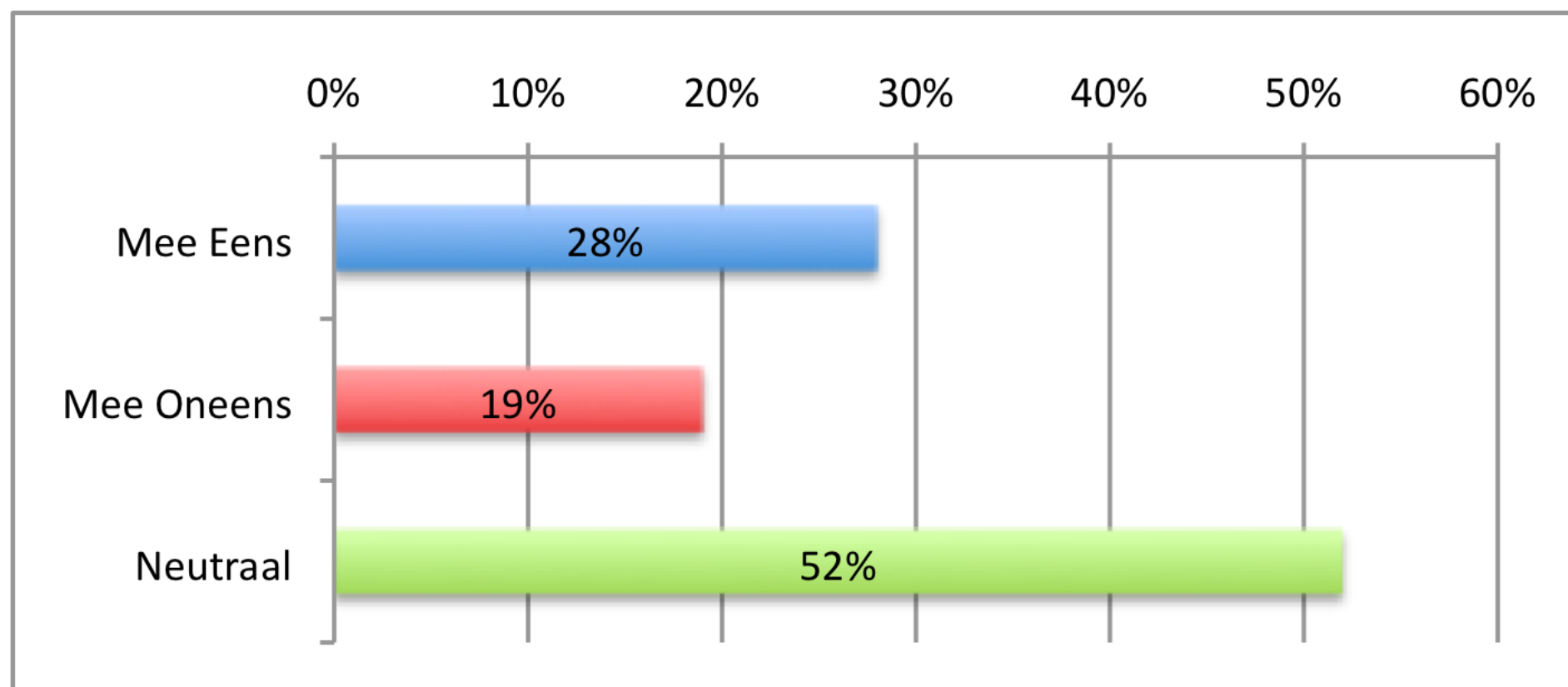
## Stelling #3

*“Bepaalde hondenrassen zijn niet meer te redden en ten dode opgeschreven.”*

## Percentage aanwezigen “Eens”

Stelling	0%-24%	25%-49%	50%-74%	75%-100%
1.		35%		
2.			62%	
3.		46%		
4.				
5.				
6.				
7.				

*Tabel 4: Na honderd jaar inteelt, zijn de meeste hondenrassen niet meer te redden en ten dode opgeschreven.*



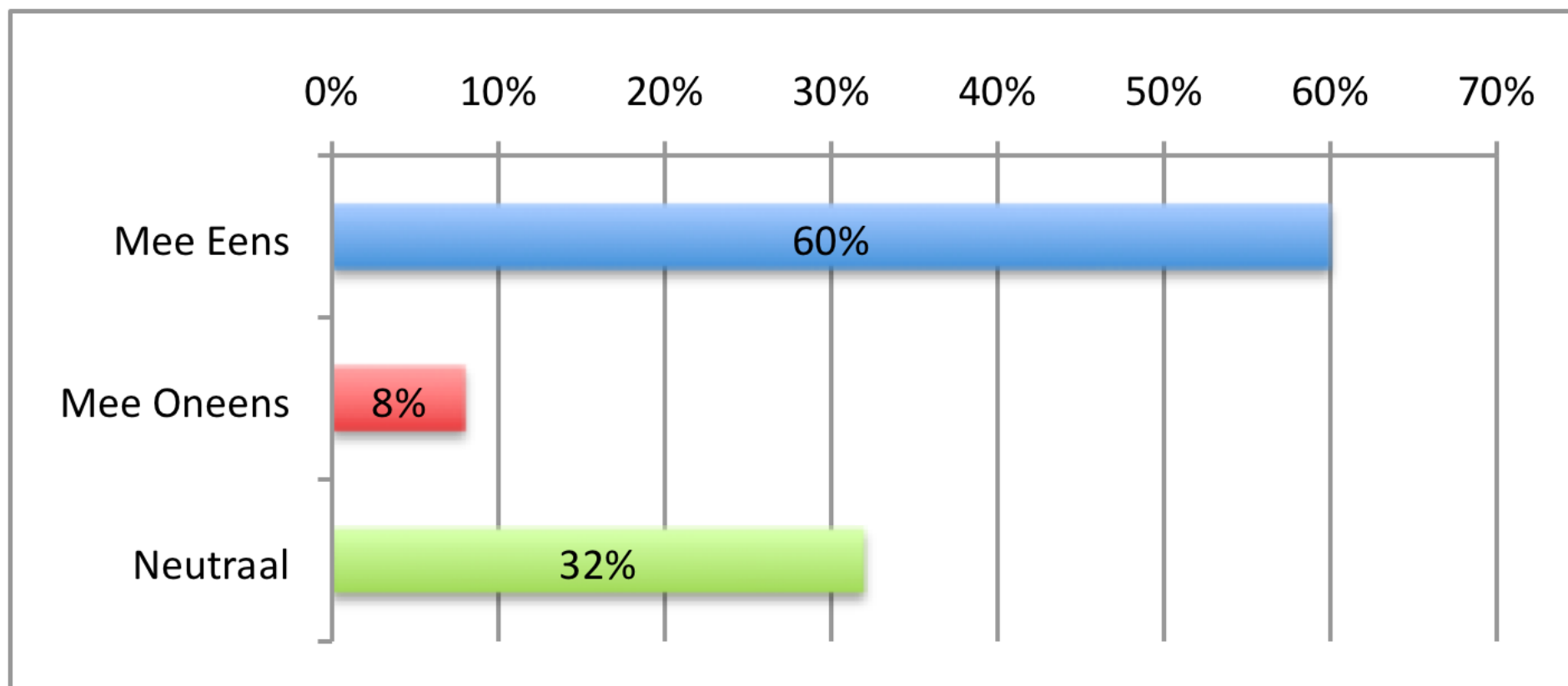
## Stelling #4

*“Het veelvuldig fokken met prijswinnende kampioenshonden moet worden ingeperkt.”*

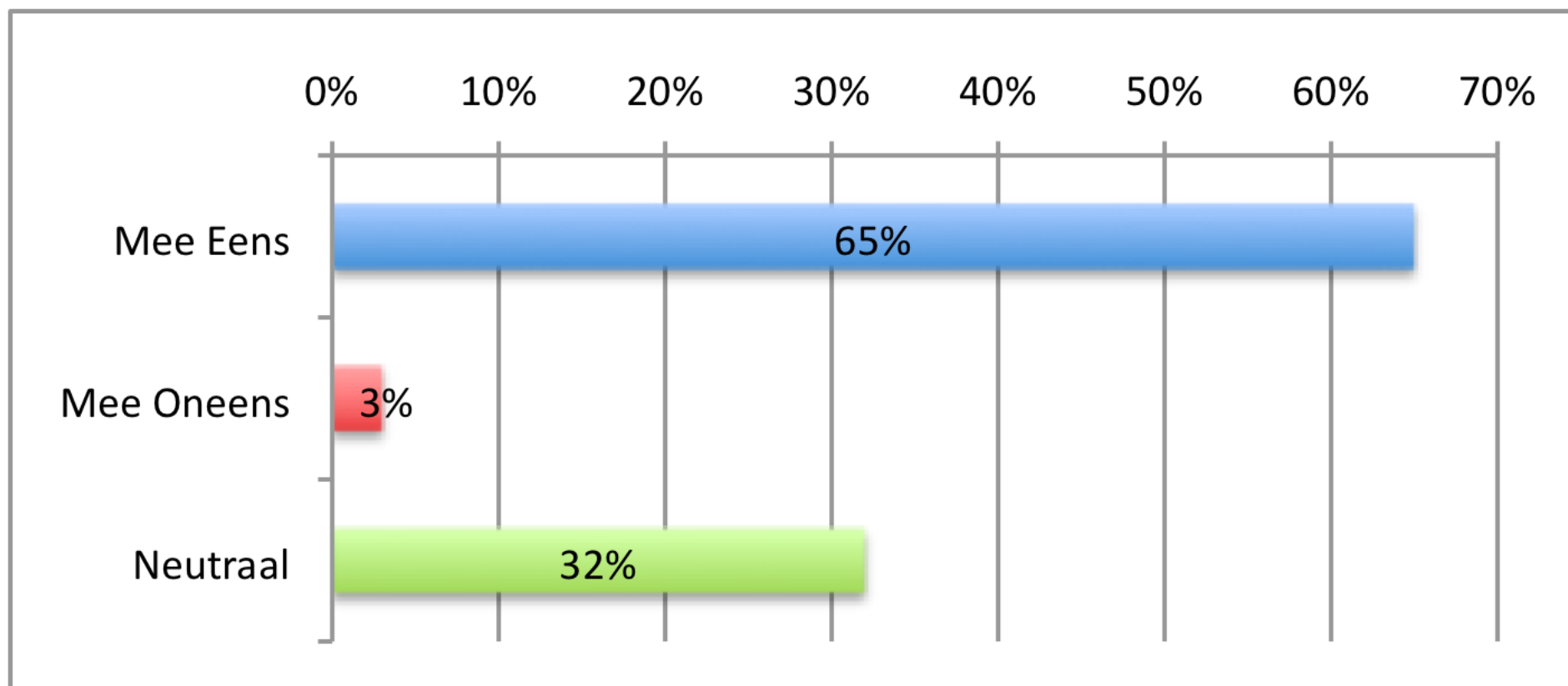
## Percentage aanwezigen “Eens”

Stelling	0%-24%	25%-49%	50%-74%	75%-100%
1.		35%		
2.			62%	
3.		46%		
4.				81%
5.				
6.				
7.				

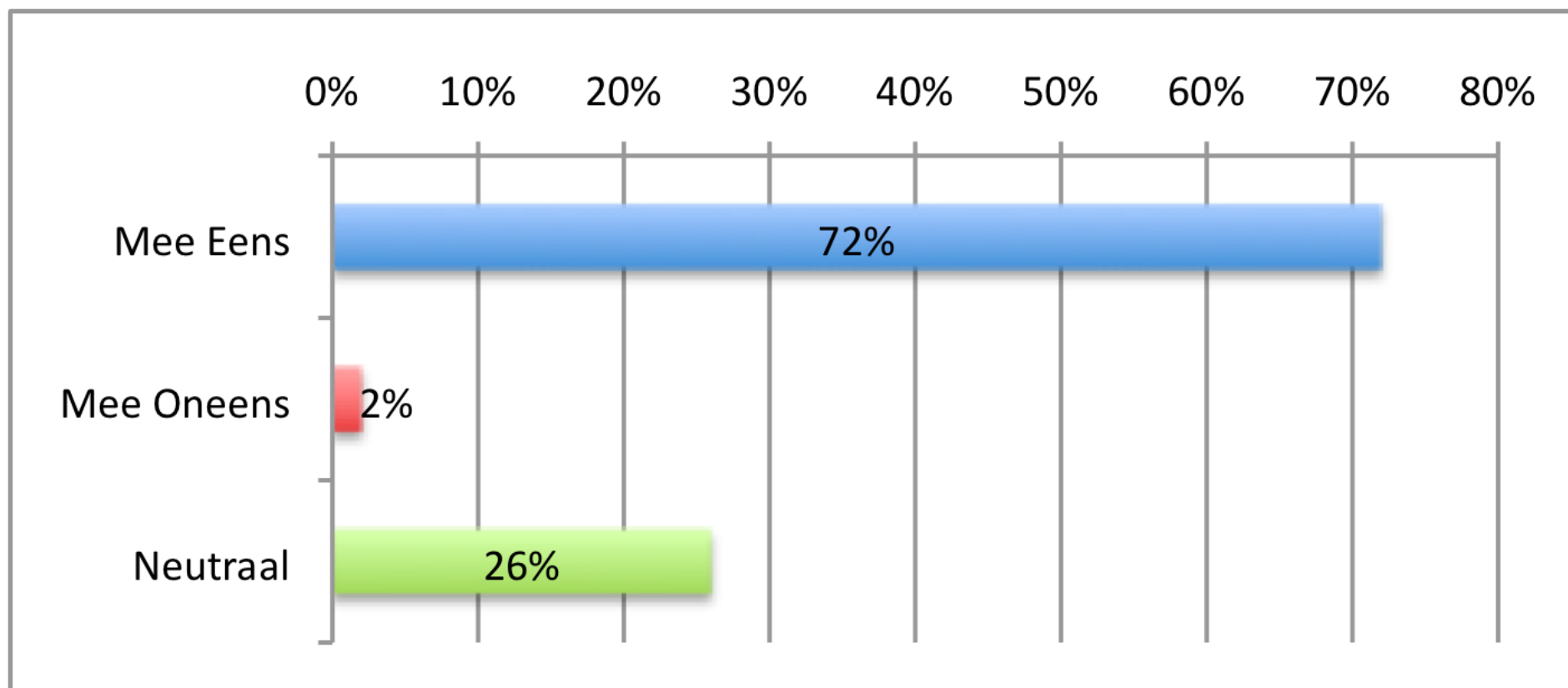
*Tabel 5: Rashonden met gezondheid- en/of gedragsproblemen mogen op hondenshows niet in de prijzen vallen, hoe mooi ze er van buiten ook uitzien.*



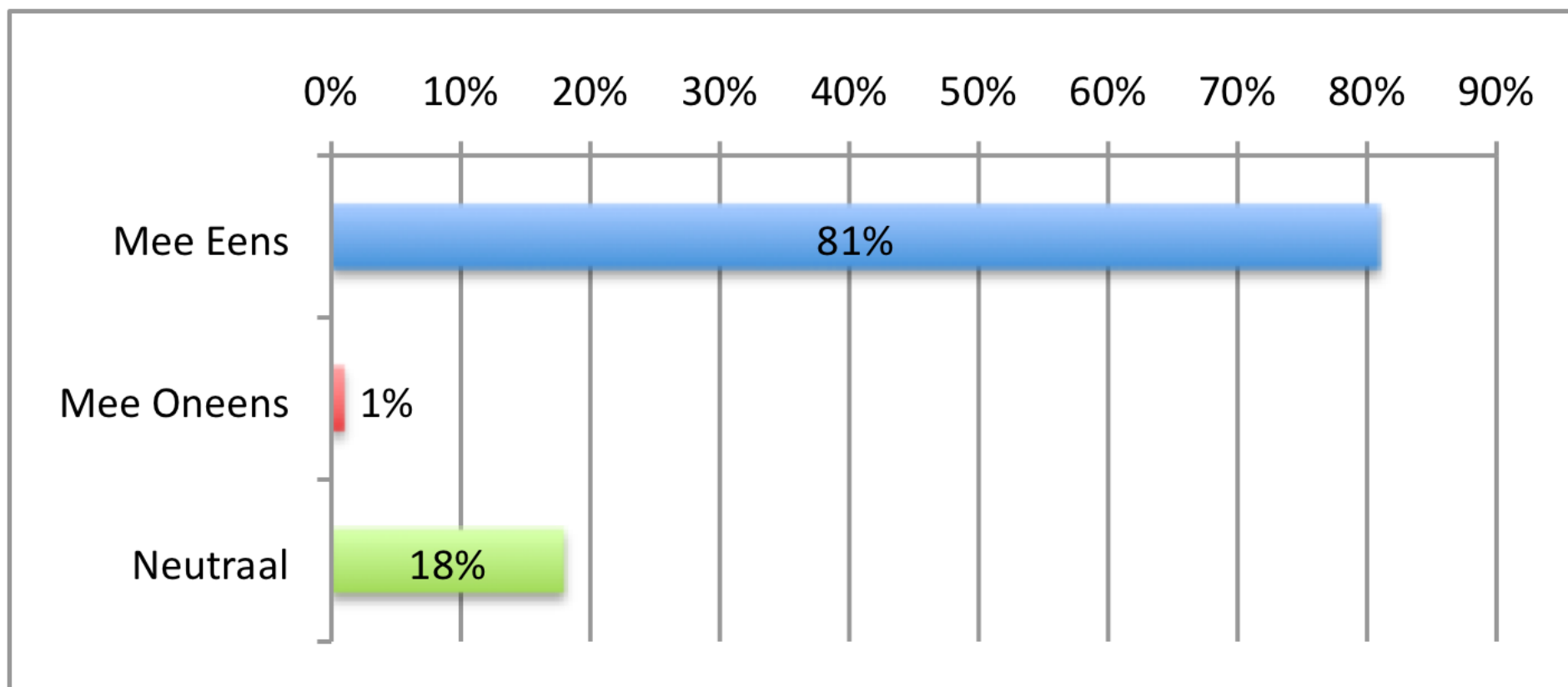
*Tabel 6: Het veelvuldig fokken met prijswinnende kampioenshonden, bevordert juist het probleem van inteelt en moet dus worden ingeperkt.*



*Tabel 7: Elke rashond moet eerst een keuring ondergaan op medische aandoeningen, voordat hij voor de fokkerij mag worden ingezet.*



*Tabel 8: Inteelt bij het fokken van rashonden moet verboden worden, omdat het tot ernstige gezondheid- en gedragsproblemen kan leiden.*



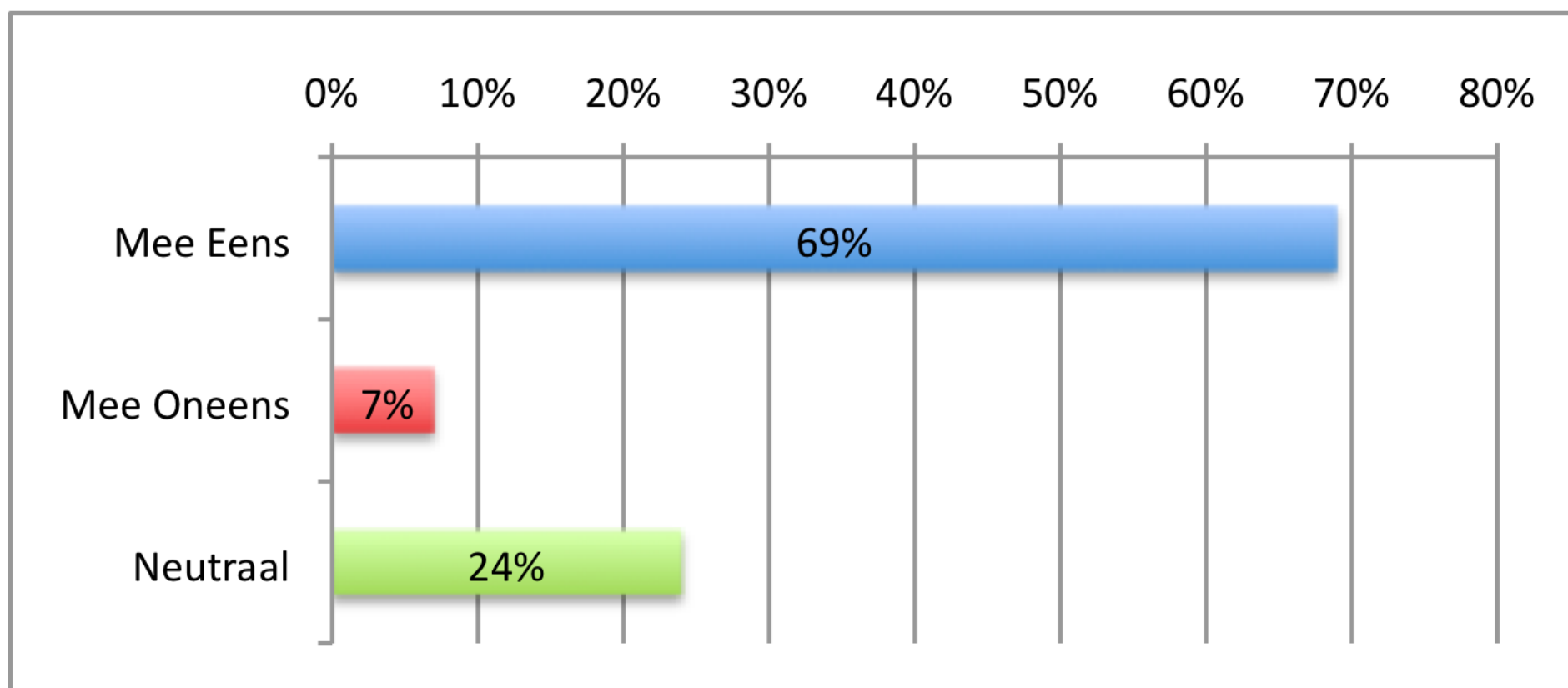
## Stelling #5

*“Hondenfokkers moeten honden op de eerste plaats fokken op gezondheidkenmerken, zelfs als dit ten koste gaat van de uiterlijke kernmerken.”*

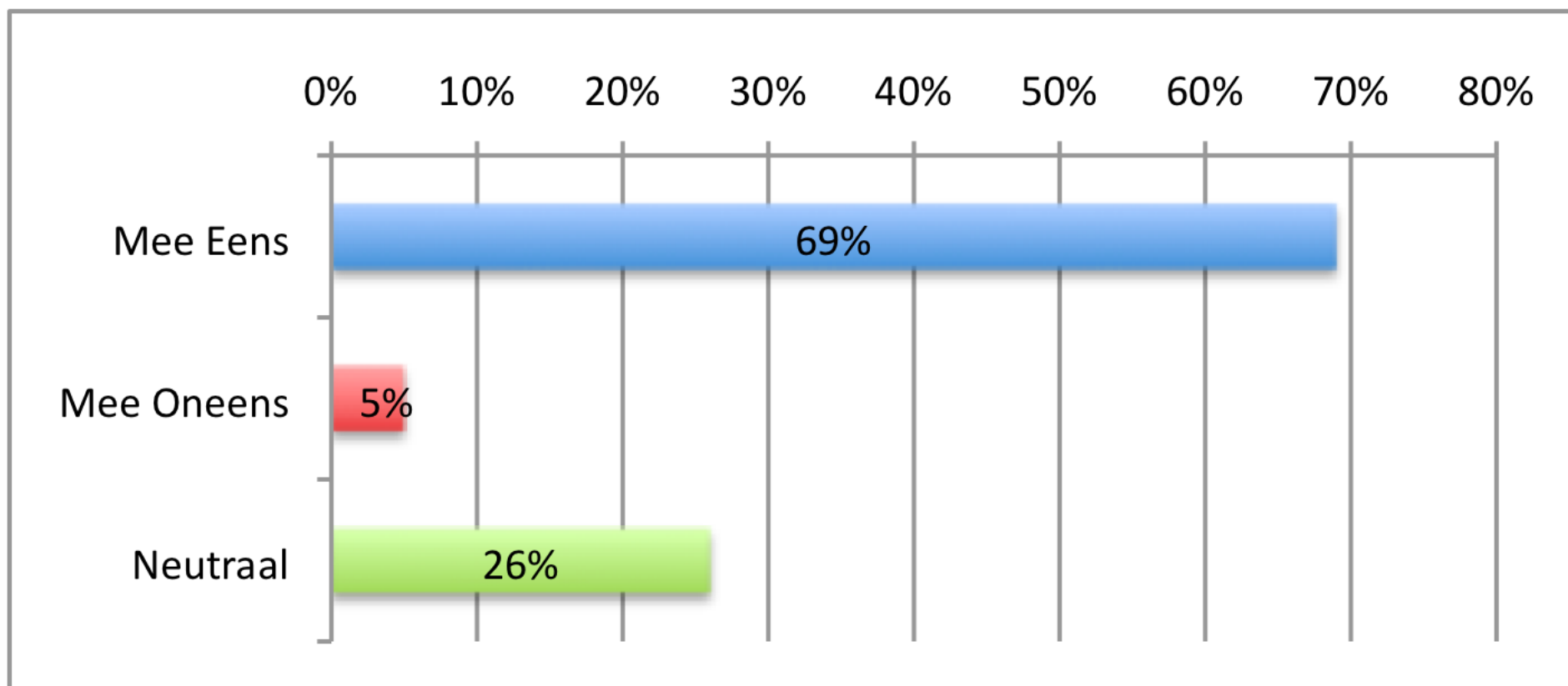
## Percentage aanwezigen “Eens”

Stelling	0%-24%	25%-49%	50%-74%	75%-100%
1.		35%		
2.			62%	
3.		46%		
4.				81%
5.				92%
6.				
7.				

*Tabel 9: Het fokken van honden enkel en alleen op uiterlijke raskenmerken moet verboden worden, omdat het tot ernstige gezondheid- en gedragsproblemen kan leiden.*



*Tabel 10: Hondenfokkers moeten honden op de eerste plaats fokken op gezondheidkenmerken, zelfs als dit ten koste gaat van de uiterlijke kernmerken.*



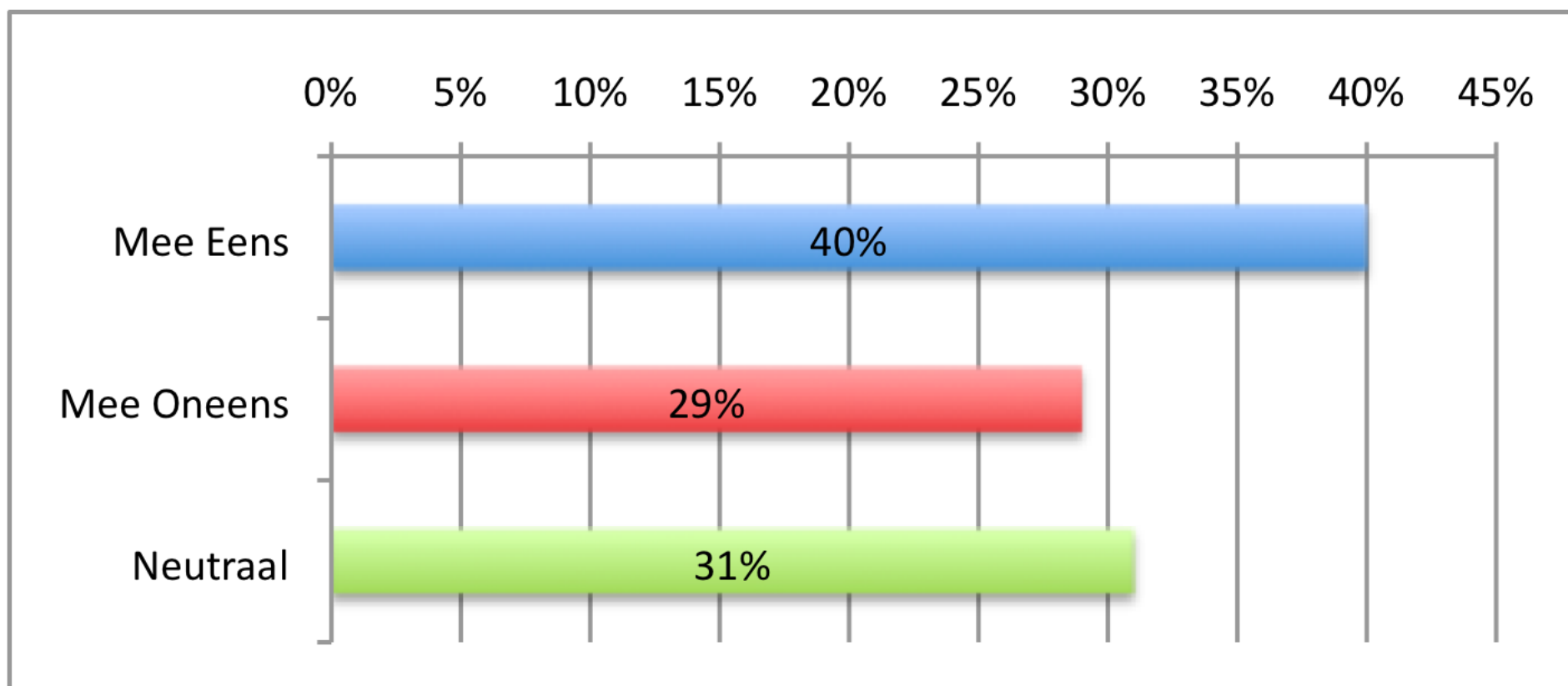
## Stelling #6

*“Als we zelf niet drastisch verbeteringen invoeren op het gebied van dierenwelzijn, zal de overheid het gaan afdwingen via wet- en regelgeving.”*

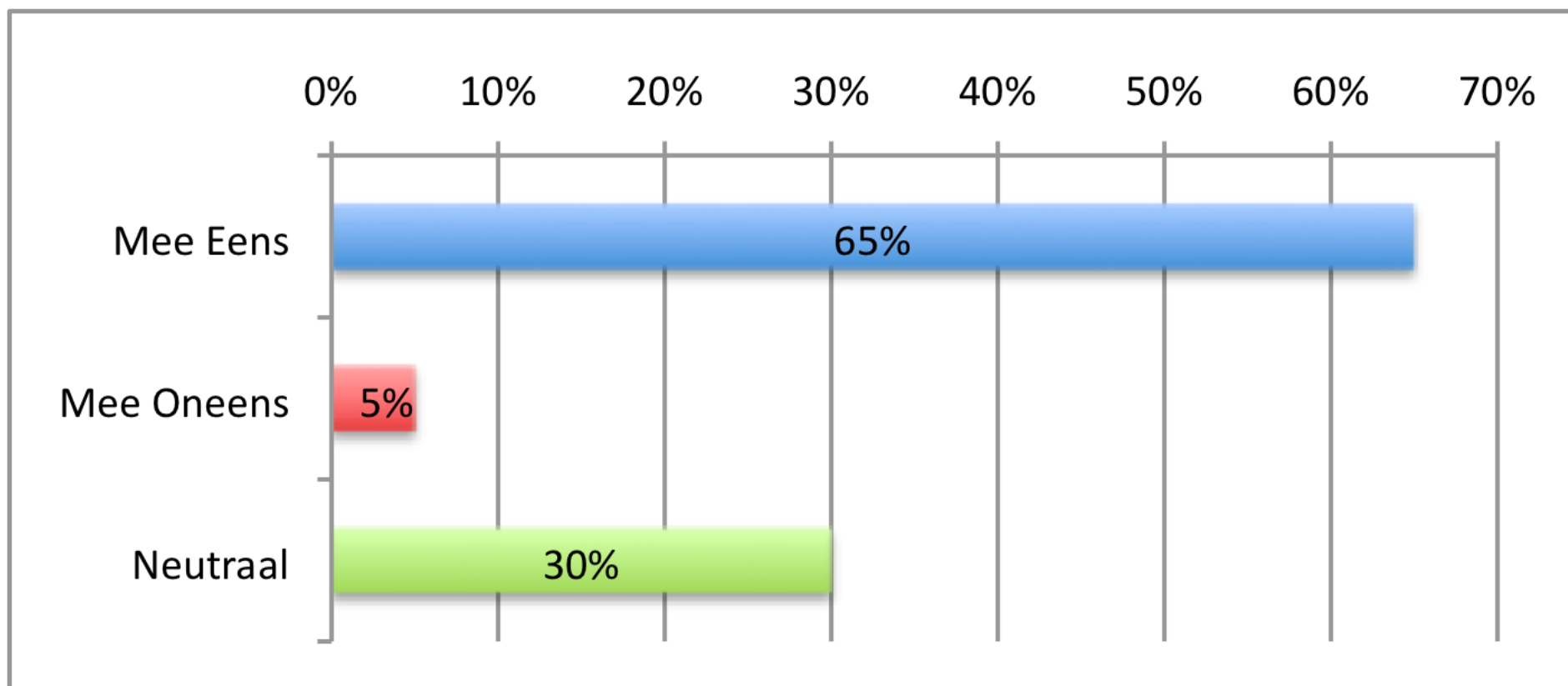
## Percentage aanwezigen “Eens”

Stelling	0%-24%	25%-49%	50%-74%	75%-100%
1.		35%		
2.			62%	
3.		46%		
4.				81%
5.				92%
6.				85%
7.				

*Tabel 11: Strengere regelgeving voor het fokken van rashonden in Nederland heeft geen zin, omdat de fokkerij zich simpelweg zal verplaatsen naar het grijze circuit en naar het buitenland, waar geen controle plaatsvindt en geen gezondheid- en welzijnsregels zijn.*



*Tabel 12: Als hondenfokkers niet op korte termijn zorgen voor drastische verbeteringen op het gebied van dierenwelzijn van rashonden, moet de overheid dat welzijn afdwingen via nieuwe wet- en regelgeving.*



## Stelling #7

*“Eigenlijk zijn katten veel leuker dan honden.”*

## Percentage aanwezigen “Eens”

Stelling	0%-24%	25%-49%	50%-74%	75%-100%
1.		35%		
2.			62%	
3.		46%		
4.				81%
5.				92%
6.				85%
7.	4.8%			

## Conclusie

- De prognose voor het merk rashond en rashondenverenigingen is levensbedreigend.
- Feitelijke analyse van het krachtenveld toont aan dat enorme uitbarsting van maatschappelijke verontwaardiging een groot risico vormt.
- Zo'n uitbarsting zou wel eens een fatale klap kunnen zijn voor economische levensvatbaarheid van de sector.

## Conclusie

1. Kloof tussen identiteit (belofte: garantie voor een gezonde hond) en imago (perceptie: rashond is niet gezonder dan een gewone hond) is veel te groot: + 52% versus – 58%.
2. Imago van hondenfokkers is penibel: 60% vindt dat het alleen maar om geld gaat. Maakt je erg kwetsbaar voor ingrijpen van buiten.

## Conclusie

3. Kloof tussen identiteit en normen en waarden van de maatschappij groeit met de dag.
  
4. Draagvlak voor onderscheidende kenmerk van het merk rashond – uiterlijke raskenmerken – is uit de samenleving verdwenen, zelfs bij klanten.
  - 69% van Nederland is hier tegen
  - 69% van rashondeigenaren is hier tegen
  - 82% van ‘gewone’ hond eigenaren is hier tegen
  - 85% van asielhondeigenaren is hier tegen

## Conclusie

5. Meeste Nederlanders hebben geen idee van de omvang van aangeboren erfelijke ziekten en/of aandoeningen bij rashonden.
  - Journalistiek en politiek zullen in het krachtenveld blijven roeren;
  - Maatschappij zal bewuster worden van problemen;
  - Weerstand tegen de sector kan alleen maar toenemen.
- Het komt neer op wat hondenverenigingen vinden dat normaal is, en wat de maatschappij vindt dat normaal is. Maatschappij wint altijd.

## Het “Probleem”

- Er is maar één duurzame en succesvolle manier om externe druk en kritiek te neutraliseren:
  - Het ‘probleem’ dat maatschappij ervaart op te lossen.
- Fundamentele probleem rashondenverenigingen:
  - De genenpool is te klein geworden, wat leidt tot allerlei aangeboren medische en gedragsproblemen.
- Aanpak in twee fases:
  1. Tijdelijke maatregelen
  2. Duurzame oplossingen

## Advies

*Indien de rashondensector ook de komende honderd jaren het merk rashond overeind wenst te houden als een sterk en onderscheidend merk, waar hondenliefhebbers graag extra voor willen betalen omdat ze dan iets in huis hebben wat echt onderscheidend is op kenmerken die persoonlijke belangrijk én maatschappelijk aanvaard zijn, dient ze op zoek te gaan naar een duurzame oplossing voor het onderliggende probleem: de krimpende genenpool.*

# Strategie

- De weg omhoog begint met het formuleren van een strategie: een verhaal over de toekomst.
1. Erkenning van het fundamentele probleem.
  2. Dialoog opstarten over een duurzame oplossing.
  3. Opbrengst vertalen in concrete actie.

# Aanbevelingen

1. Strategie: formuleer en implementeer een strategie voor het lange termijn probleem die uitgaat van hét centrale belang, het merk rashond.
2. Welzijn: ontwikkel een welzijnstrategie met 100% compliance die hoger is dan wettelijke kaders.
3. Dialog: ontwikkel communicatiestrategie die vanuit Raad van Beheer inzet op transparantie dialoog met alle relevante stakeholders.

## Aanbevelingen

4. Pilot: ontwikkel samen met een onafhankelijk instituut een pilot om bij één ras de genenpool te verbreden tot een aanvaardbaar punt.
5. Politiek: investeer in een goede verstandhouding met de politiek, met name de woordvoerders die op dit dossier zitten.
6. Journalistiek: investeer in een goed netwerk met de journalistiek, met name die journalisten die (regelmatig) over de sector publiceren.

## Aanbevelingen

7. Open Dag: organiseer in samenwerking met zoveel mogelijk individuele hondenverenigingen een jaarlijkse “Open Dag voor Rashonden”.
- Kortom, investeer in je eigen *merk!*

*Hartelijk dank voor uw aandacht!*



*Raad van Beheer*  
Voor alle (ras)honden!

**PRESS STRATEGIES**  
PERSSTRATEGIE & CRISISCOMMUNICATIE

# Imago en Reputatie Rashond

*Hooglanderveen, 30 juni 2012*

