

RAAD VAN BEHEER
HOUDEN VAN HONDEN



RAADAR

'WAAROM EEN STAMBOOMHOND?'

Special
campagne

De Raad van Beheer heeft de afgelopen jaren samen met aangesloten verenigingen en fokkers een scala aan maatregelen genomen om de gezondheid en het welzijn van honden (honden met een stamboom) te verbeteren. Om dit zoals aangegeven in het Fairfok-plan breed kenbaar te maken, startten wij eind november 2015 met een langlopende publiciteitscampagne: 'Waarom een stamboomhond?'. In deze Raadar een terugblik op de voorbereidingen en start van de campagne in november 2015 en een vooruitblik.

VAN VOORBEREIDING TOT START

Aankondiging

In juli 2015 berichten we voor het eerst in de Raadar over de landelijke campagne 'Waarom een Stamboomhond?' We kondigen aan dat we in september van dat jaar een online en printcampagne starten om de verschillen tussen stamboomhonden en honden zonder stamboom uit te leggen. Insteek is de voordelen van de rashond met stamboom te benadrukken en zo de aanschaf van deze honden te stimuleren. We richten ons op potentiële pupkopers, en dan de grote middengroep die overweegt een hond te nemen. Uit marktonderzoek blijkt immers dat meer dan 20 procent van deze groep voor een stamboomhond zou kiezen als zij meer inzicht in de achtergrond kregen.

NAJAARSCAMPAGNE: WAAROM EEN RASHOND MET STAMBOOM?

De Raad van Beheer start eind september een uitgebreide campagne om de verschillen tussen rashonden met stamboom en honden zonder stamboom uit te leggen. Daarbij benadrukken we de voordelen van de rashond met stamboom en stimuleren zo de aanschaf van deze honden.

De Raad van Beheer heeft de afgelopen jaren samen met haar verenigingen en fokkers een scala aan maatregelen genomen om gezondheid en welzijn van

ZOEK DE VERSCHILLEN

rashondeneigenaar, voor het voetlicht te brengen. De komende maanden wordt de campagne verder

Het eerste berichtje in Raadar juli 2015 over de op handen zijnde campagne...

Testen

In augustus 2015 doen we een opiniepeiling bij onze achterban, met als centrale vraag: Wat vindt u van de campagne 'Waarom een Stamboomhond?' We willen niet alleen bij de leden, maar ook bij het grote publiek testen welke campagne-uitingen het best in de smaak vallen. Daartoe ontwikkelen we een speciale testwebsite, waar

WAT VINDT U VAN DE CAMPAGNE 'WAAROM EEN RASHOND?'

Eind september starten we een campagne om de verschillen tussen rashonden met stamboom en honden zonder stamboom uit te leggen. Daarbij benadrukken we de voordelen van de rashond met stamboom en stimuleren zo de aanschaf van deze honden. Graag horen we van u wat u van de opzet van deze campagne vindt.

De komende maanden wordt de campagne "Waarom een rashond met stamboom?" verder voorbereid. Belangrijk onderdeel daarvan is dat we de campagne bij het grote publiek willen testen. Daarom

kunt bekijken en waar u uw mening kunt geven. Uw mening telt! Naar aanleiding van het resultaat van de test wordt de uiteindelijke campagne vastgesteld. Ga naar de [testwebsite](#) en laat

In een later bericht kwam de test van de campagnebeelden aan bod. Hierbij het beeld dat het niet werd...

je de campagnebeelden online kunt bekijken en waar mensen hun mening kunnen geven. De uitkomst van deze uitgebreide testfase telt zwaar mee in de vaststelling van de uiteindelijke campagne.

Campagnebeeld

Aan de test werken meer dan 5.000 respondenten mee – hondenbezitters en niet-hondenbezitters. Zij kiezen uiteindelijk in september 2015 voor het beeld van twee min of meer identieke pups met als kreet 'Zoek de verschillen'. Aldus wordt besloten om dit campagnebeeld te gaan

ZOEK DE VERSCHILLEN

ZIE JIJ WELKE HOND ER ZORGVULDIG GEFOKTE IS?

HOND MET EEN GOEDSTE KOOPER STAMBOOM HOND?

CHECK DE UITKOMSTEN OP:
www.puppyverschillen.nl

Deze campagne is een initiatief van: RAAD VAN BEHEER

gebruiken in de campagne die in het najaar van start moet gaan. Parallel loopt continu onze Nationale Puppy Enquête, die inzicht moet geven in koopmotieven, informatiebehoefte, wie een stamboomhond koopt en wie niet, en zo uiteindelijk inzicht geeft in de effecten van de campagne.



Radiospotjes

In oktober 2015 maken we bekend dat we de campagne ook via radiospotjes naar het grote publiek brengen. Een primeur in het meer dan 110-jarig bestaan van de Raad van Beheer!

CAMPAGNE 'WAAROM EEN RASHOND?' OOK OP RADIO

De Raad van Beheer legt de laatste hand aan de campagne om de verschillen tussen rashonden met stamboom en honden zonder stamboom uit te leggen. Nieuw is dat we ook spotjes op de radio gaan inzetten in de campagne. Een primeur in het meer dan 110-jarig bestaan van de Raad van Beheer!

De advertentiecampagne heeft als thema 'Zoek de verschillen'. Daarbij benadrukken we de voordelen van de rashond met stamboom en promoten zo de verantwoord gefokte rashond met stamboom. De campagne start eind oktober, zowel online als in gedrukte media, met de nadruk op promotie binnen de sector.

In Raadar maken we trots bekend dat we ook radiospots gaan inzetten...

De spot luidt als volgt: '[Blaffende honden] Hoort u welke hond met zorg gefokt is? Check de uitkomst op puppyverschillen.nl. Kies zorgvuldig, kies een stamboomhond. Een stamboomhond is een hond uit een goed nest!'

Start

Begin november 2015 berichten we in Raadar dat we de laatste hand aan de campagne leggen, waarna het daadwerkelijke startschot klinkt tijdens de Algemene Vergadering van 28 november 2015. De aanwezigen krijgen allemaal een promopakket mee naar huis, waarin posters, folders en de banners voor Marktplaats en het uitzendingschema voor de radiospotjes voor 2015.

CAMPAGNE 'WAAROM EEN RASHOND?' GESTART

De Raad van Beheer is de campagne gestart om de verschillen tussen rashonden met stamboom en honden zonder stamboom uit te leggen. De kick-off was tijdens de algemene vergadering van 28 november. De aanwezige leden kregen een promopakket met daarin posters, folders en de banners voor Marktplaats en het uitzendingschema voor de radiospotjes voor 2015.

Dat we ook radiospotjes gaan inzetten in de campagne, is een primeur in het meer dan 110-jarig bestaan van de Raad van Beheer! De advertentiecampagne heeft als thema 'Zoek de verschillen'. Daarbij benadrukken we de voordelen van de rashond met stamboom en promoten zo de verantwoord gefokte rashond met stamboom. In 2016 bouwen we de campagne nog verder uit, zowel online als offline. Maar we kunnen het niet alleen. Alle hulp is welkom. Als u de met zorg gefokte stamboomhond een warm hart toedraagt en wilt helpen om deze te promoten vindt u diverse promotiematerialen op de website www.houdenvanhonden.nl/campagnepromotie.

VAN START TOT UITROL

Doe mee!

Na een mooie start in november 2015 bouwen we de campagne in 2016 verder uit, zowel online als offline. We doen daarbij een dringend beroep op onze leden en verdere achterban



om ons daarbij te helpen. Op de website www.houdenvanhonden.nl/campagnepromotie kan men terecht voor alle mogelijke promotiematerialen. Die worden ook verspreid onder dierenartspraktijken en trimsalons, zodat je ze begin 2016 overal in het land tegenkomt. De nadruk bij de start van de campagne ligt op offline promotie en verschuift in 2016 richting online.



Verskil maken

Onze roep om ondersteuning: 'Samen maken we het verschil', wordt door de achterban goed opgepakt. Zo stapte Raad van Beheer-bestuurslid Hugo Stempfer met folders en posters naar de plaatselijke dierspecialzaak en trimsalon en brengt daar onze promotiematerialen op een prominente plek aan de man (zie foto hierboven)! We besteden er uitgebreid aandacht aan in de Raadar-nieuwsbrief.

Op stoom

In januari en februari rollen we de campagne verder uit in de sector. Alle dierenartsen, trimsalons en de grote groep regelmatige fokkers ontvangen promotiemateriaal, zodat ook de sector en achterban goed geïnformeerd zijn over de campagne. De campagne is nu echt op stoom. Voor de online campagne maken we gratis gebruik van Google



Grants, de non-profit versie van AdWords, het online advertentieprogramma van Google. Zodra Google Grants actief is, starten de eerste campagne-uitingen op internet.

rashond naar ramphond”) over de ongezonde rashond geschreven door voedingsdeskundige Diyenne Snijders in het blad Groot Goeree Overflakkee. In een uitgebreide reactie met de titel ‘Gelukkig: een rashondpup in huis!’ zet Chris uiteen wat de wat de rasverenigingen in samenwerking met de Raad van Beheer allemaal doen en hebben gedaan om tot een gezonde en sociale stamboomhond te komen. En in een vervolgartikel met de titel ‘Hoe herken je een goede rashondfokker?’ dat hij ook nog geplaatst weet te krijgen, maakt Chris uitgebreid promotie voor de stamboomhond anno 2016. Mariska Roosink van KC Rijssen ondersteunt de campagne in april tijdens de Lente Fair van de plaatselijke firma Welkoop, door de folders en een rolbanner in te zetten (zie hiernaast).



Partners actief

Onze partner Pet’s Place besteedt uitgebreid aandacht aan de campagne in het magazine ‘Lief Dier’ van februari 2016, dat in een oplage van 200.000 stuks in 200 winkels van Pet’s Place en Boerenbond wordt verspreid.



Partner Hart voor Dieren (oplage 55.000) besteedt aandacht aan de campagne in het blad zelf, op social media en op zijn eigen website. De campagne

‘Ontmasker de foute fokker’ van het LICG versterkt de campagne door de voordelen van een met zorg gefokte stamboomhond te onderstrepen!

Achterban in actie

Chris van Bommel van rasvereniging de Tibetaanse Terriër maakt het verschil in de regio Goeree Overflakkee. Hij reageert adequaat op een negatief en ongenuanceerd artikel (‘Van



CAMPAGNE STAMBOOMHOND OP STOOM

Onze meerjarige campagne 'Waarom een stamboomhond?' is in maart verder online uitgerold. We lopen voor op ons schema van online promotie via Google-advertenties. Daardoor kunnen we nu al de aanvraag voor verviervoudiging van ons 'gratis' budget voor Google Grants indienen. Dit betekent dat we dan maandelijks voor 40.000 dollar aan advertenties op Google kunnen laten zien. De afgelopen periode heeft de gratis online Google Grant campagne ons bijna 10.000 extra bezoekers opgeleverd op onze website.

De komende periode gaan we verder kijken naar de optimalisatie van de website om deze bezoekers die informatie te bieden die ze zoeken. Ook de radiospotjes en de banners op Marktplaats worden weer opgestart.

Help mee!
Als u de met zorg gefokte stamboomhond een warm hart toedraagt, stellen we het op prijs als u wilt helpen deze te promoten. Op onze website vindt u diverse digitale promotiematerialen. Ook kunt u daar folders en posters

ZOEK DE VERSCHILLEN

DE JIJ WELKE HOND MET ZORG GEFOKKT IS?

CHIEK DE UITKOMST OP:
www.puppyverschillen.nl

RAAD VAN BEHEER

bestellen. Ga naar www.houdenvanhonden.nl/stamboomhond en help ons bij deze belangrijke campagne!

Wij doen in deze campagne ons best pupkopers te informeren over de verantwoorde aanschaf van een hond. Dit met de volle ondersteuning van de partners in Fierfok. Tot onze verbazing heeft Dier & Recht een klacht ingediend bij de Reclame Code Commissie, omdat zij onze campagne misleidend vinden. Blijkbaar ondersteunen zij de verantwoorde aanschaf van een hond niet. Wordt vervolgd.

Advertentiebudget Google verviervoudigd
In april kunnen we ons ‘gratis’ budget voor Google Grants verviervoudigen. Dit betekent dat we maandelijks voor 40.000 dollar aan advertenties op Google kunnen laten zien. Ook de radiospotjes en de banners op Marktplaats.nl worden weer opgestart. Tot onze verbazing dient stichting Dier & Recht een klacht in bij de Reclame Code Commissie, omdat zij onze campagne misleidend vinden.

KLACHT DIER&RECHT AFGEWEZEN

Op 31 mei doet de Reclame Code Commissie (RCC) uitspraak over de klacht van de stichting Dier & Recht over onze campagne: klacht afgewezen! Een citaat uit de uitspraak: ‘... geen [...] misleiding in de zin van de artikelen 7 en 8 Nederlandse Reclame Code (NRC). Van onjuiste informatie is geen sprake, terwijl evenmin kan worden gezegd dat in de uitingen essentiële informatie ontbreekt. Tevens impliceert dit oordeel dat geen sprake is van misleidende reclame in de zin van artikel 13 aanhef onder a NRC of van handelen in strijd met de waarheid als bedoeld in artikel 2 NRC. Tot slot bestaat op grond van hetgeen hiervoor is overwogen geen aanleiding om de uitingen in strijd met de artikelen 3 of 5 NRC te achten. Het door Dier & Recht nagestreefde belang rechtvaardigt in dit geval ook overigens niet dat de Raad van Beheer het recht zou moeten worden ontzegd op de onderhavige wijze haar mening over stamboomhonden aan te prijzen.’

Radiospot

Onze opvallende radiocommercial op 100% NL loopt ook weer sinds april. Dit jaar wordt de spot maar liefst 600 keer uitgezonden tot het einde van het jaar. Wie wil weten wanneer hij wordt uitgezonden en op welke frequentie 100% NL uitzendt, kan kijken op www.houdenvanhonden.nl/campagnepromotie.

Steun van partners



Onze partners Virbac en Proteq Dier & Zorg helpen ons helpen in de verspreiding van de campagnematerialen en brengen deze onder de aandacht via hun medewerkers in het veld, bij dierenartsen en op andere locaties waar hondenliefhebbers samenkomen. Speciaal voor het bestellen van de campagnematerialen is er een gedrukt bestelformulier beschikbaar. Wij danken onze partners voor hun ondersteuning.

Ook op Animal Event, begin mei 2016, wordt de stamboomhond nadrukkelijk gepromoot in de stand van de Raad van Beheer en die van de deelnemende rasverenigingen. De slogan ‘Zoek de verschillen’ zorgde voor interessante interactie met het publiek.



INZET COMMUNICATIEMIDDELEN

Landingspagina website

www.houdenvanhonden.nl/stamboomhond

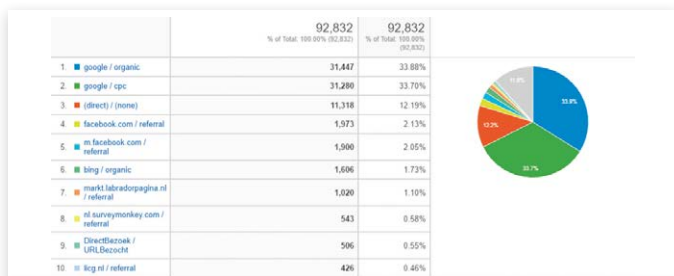
- 6.000 posters en 100.000 flyers verspreiden onder:
 - 3.000 Fokkers
 - 1.200 DAP Dierenartspraktijken
 - 200 DSZ Dierspecialisten
 - 800 ABHB Trimsalons
 - Evenementen + tentoonstellingen + wedstrijden
- 600 radiospotjes landelijke radio
- Samenwerking Virbac/ Proteq Dier & Zorg richting DAP
- Media ‘Lief dier’ van Pet’s Place / Boerenbond
- Media Hart voor dieren / VIP media
- Media Onze Hond
- Raadar
- Persberichten / media
- Samenwerking en ondersteuning partners LICG, Hondenbescherming, WUR, etc.
- SEO – zoekmachine optimalisatie nieuwe website: tags – metadata
- Testimonials in human interest bladen

RESULTATEN ONLINE CAMPAGNE EN VERVOLG

Algemeen

De online campagne zijn we gestart met *Google Grants*, de gratis versie voor goede doelen. Dat leverde een budget aan gratis advertenties op ter waarde van 10.000 dollar per maand. Door het grote succes en continue benutting van het budget, zijn we inmiddels in aanmerking gekomen voor het *Grantspro*-account ter waarde van 40.000 dollar per maand. Daarmee realiseren we maar liefst 30.000 extra bezoeken per maand op onze website!

Het totale websiteverkeer is ongeveer 100.000 bezoeken per maand. Door de Grantspro-campagne is het aantal websitebezoeken gestegen met maar liefst 32 procent!

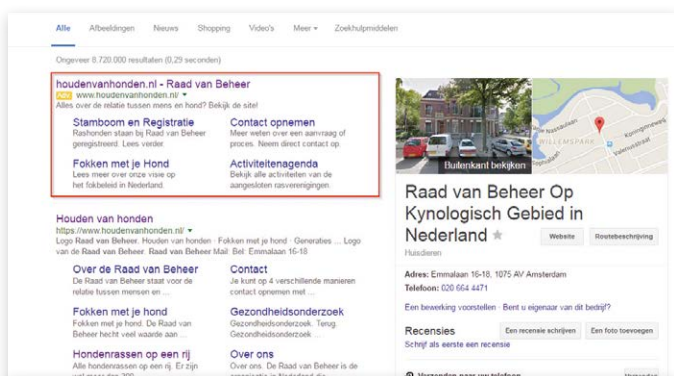


Bemoedigende cijfers in Google Analytics

Zichtbaarheid binnen de doelgroep

1. Advertenties op merknaam

Je zou denken, waarom adverteren op onze eigen merknaam? Mensen die ons kennen weten ons toch wel te vinden? Dat klopt in zekere mate. We claimen hierbij (nog) meer aanwezigheid binnen Google. Naast het normale gratis zoekresultaat hebben we met de advertenties van Google Grants extra zichtbaarheid. Je duwt hiermee resultaten van andere partijen als het ware verder omlaag. Een bijkomend voordeel van Google Grants is dat je vrij eenvoudig je belangrijkste boodschap kunt doordruwen. Je kunt zo bijvoorbeeld een specifieke actie, hondenras of evenement snel onder de aandacht brengen. Op de merknaam wordt momenteel maar liefst meer dan 7.000 keer per maand gezocht! Die zoekopdrachten zorgen voor 3.200 klikken naar de website. Raad van Beheer geniet dus al een enorme naamsbekendheid, die met Google Grants alleen nog maar groter wordt.

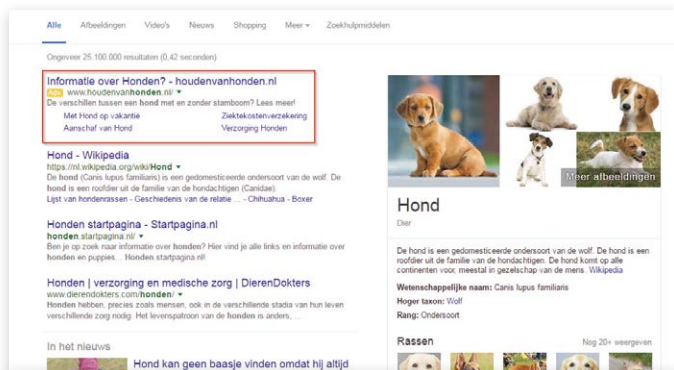


We adverteren op Google ook met onze eigen merknaam, en dat werkt.

2. Advertenties op algemene hondentema's

Behalve de mensen die op 'Raad van Beheer' zoeken, is de doelgroep die de Raad van Beheer nog niet kent, vele malen groter. Via Grants maken wij een koppeling met breed gerelateerde hondenonderwerpen en de boodschap om te kiezen voor een stamboomhond. Met

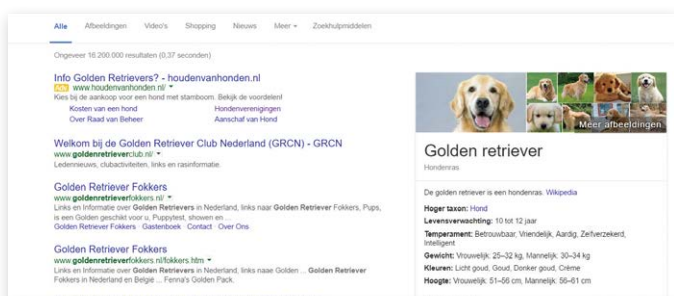
deze bewustwordingsboodschappen hebben we 750.000 advertentievertoningen en bijna 27.000 websitebezoekers bereikt. De "concurrentie" op deze thema's varieert van goede doelen, asielen, informatieve sites, maar ook de grootschalige 'broodfokkers' en hondenhandelaren. Goed om hier dus ook tussen te staan als autoriteit op het gebied van honden.



Adverteren op algemene hondentema's zorgt voor zichtbaarheid tussen de grootschalige hondenhandelaren.

3. Advertenties op rasniveau

Populaire rassen, dit zijn rassen waar veel op gezocht wordt, hebben we hogere prioriteit geven. Dit geldt bijvoorbeeld voor rassen als Golden Retriever, Chihuahua, Labrador en Teckel. Deze vier rassen zijn bijvoorbeeld al goed voor 10 procent van het totale verkeer van de Grants-campagne. We hebben voor alle rassen advertenties ingesteld op Google Grants. Alle overige rassen zijn goed voor 60 procent van het totale verkeer.



We hebben voor alle rassen advertenties ingesteld op Google Grants.

Bannering en remarketing

Via de inzet van bannering en remarketing werken we aan een nog grotere naamsbekendheid en betrokkenheid. Google Grants is een uitermate geschikt medium om de doelgroep te bereiken die actief op zoek gaat binnen Google naar informatie die onder meer Raad van Beheer te bieden heeft. Er is nog een veel groter bereik van een latente doelgroep die (nu) niet actief op zoek is naar informatie die wij te bieden hebben, maar

hier mogelijkwijs wel in geïnteresseerd is. Door middel van bannering op websites die gerelateerd zijn aan ons onderwerp (websites over hondenverzorging, over verkoop van hondenartikelen, hondenforums e.d.), werken we aan een grotere bekendheid binnen een doelgroep die ons anders niet zo snel zou vinden. Hierbij sturen we op relevante bezoeken: bezoekers die ten minste twee minuten op de site blijven en minimaal drie pagina's bezoeken, geven een signaal af geïnteresseerd te zijn in honden en de aanschaf daarvan.

Bezoekers naar verenigingen leiden

Bezoeken naar de website genereren is één, bezoekers het gewenste gedrag laten vertonen is een tweede. Een belangrijke doelstelling is het doorsturen van bezoekers die geïnteresseerd zijn in specifieke hondenrassen naar de rasvereniging. De rasvereniging is het eerste contactpunt voor de aanschaf van een stamboomhond. Dit geldt ook voor doorgeleiding van geïnteresseerden in opvoeding en sport naar de kynologenclubs.

Dit gaan we meetbaar maken. Hiervoor is er een technische implementatie nodig, waar momenteel aan gewerkt wordt. We willen de bezoeker die gekozen heeft voor bepaalde rassen, de mogelijkheid bieden om aan te geven dat hij meer informatie wil. Zo kunnen we gerichter potentiële pupkopers doorverwijzen naar de rasvereniging, ze specifieke informatie geven en dit ook opvolgen.



De VDH geeft pupkopers de mogelijkheid zich aan te melden voor meer informatie. Een optie die we ook toe willen voegen bij onze website.

Website-optimalisatie

Om de stroom van relevant websitebezoek te verbeteren wordt er gewerkt aan verbeteringen op de campagnepagina's. Dit doen we door informatie te bieden waar onze doelgroep behoefte aan heeft en hen via een logisch pad via doorklik-linkjes te leiden naar vervolginformatie. Dit zal leiden tot langere bezoekersduur op de site en meer bezochte pagina's, zodat men meer informatie tot zich kan nemen. De bezoekersstroom zal vooral gestuurd worden op informatie die leidt tot onder meer de aanschaf van pups of een klik naar een rasvereniging.



De Duitse VDH geeft het actuele aanbod van nestjes weer op hun website. Wij studeren op eenzelfde aanpak.

Puppyaanbod zichtbaar maken

Tot slot wordt er nagedacht over manieren om het puppyaanbod en eventuele wachttijden zichtbaar te maken. Dit kan op verenigingsniveau of in een combinatie op fokkersniveau. Als voorbeeld dient de VDH, de Duitse kennelclub, die in nauwe samenwerking met de rasverenigingen het meest actuele aanbod van nestjes weergeeft. Hiermee bieden we dienstverlening aan rasverenigingen en fokkers, én aan potentiële pupkopers. Zo kunnen we meer sturen op vraag en aanbod en alternatieve aankopen, als blijkt dat er een te lange wachttijd is voor hondenrassen waar in eerste instantie de voorkeur naar uitging.

Blogs en video's '12 voordelen stamboomhond'

We leggen de laatste hand aan 'blogs', dit is tekst met beeld, waarin de twaalf voordelen van een stamboomhond verder uitgewerkt worden. Dit komt op de website als onderdeel van de campagnepagina. Aan de hand van de blogs laten we twaalf video's van circa 30 seconden maken, die dit ondersteunen. De opnamedagen zijn in juni 2016.

Samen maken we het verschil!

Zoals u ziet, is er al heel veel gebeurd en zijn er nog veel plannen en wensen waar we aan werken. Bij dit alles geldt: samen maken we het verschil! Wij kunnen het niet alleen. Uit het klanttevredenheidsonderzoek blijkt dat er nog steeds diverse (ras)verenigingen zijn, die niets met de campagne hebben gedaan om deze te ondersteunen. Daarmee doe je jezelf en alle andere rasverenigingen en verantwoorde fokkers en hondenliefhebbers tekort. Oproep: zet de schouders eronder! Heeft u nog ideeën of suggesties die ons kunnen ondersteunen? Laat het weten. We horen graag van u via e-mail

communicatie@raadvanbeheer.nl.