

Algemene ledenvergadering KLN

Op zaterdag 17 juni 2017 wordt de Algemene Leden Vergadering van KLN gehouden. Wederom is dit in Zalencentrum de Aker te Putten. Aanvang: 10.00 uur.

Elk lid is van harte welkom op de Algemene Ledenvergadering. Het bestuur stelt het op prijs als leden de vergadering bezoeken. Dit geeft hun inzicht in het werk van de bond.

Leden van KLN kunnen zich tot uiterlijk 12 juni 2017 aanmelden voor de vergadering bij ondergetekende.

Informatie en de agenda van de Algemene Ledenvergadering vindt u in het Jaarboekje 2016.

Het boekje is naar alle Provinciale afdelingen en verenigingssecretarissen verzonden.

Ook is het jaarboekje te downloaden van de website van KLN.

Helaas kwamen wij er na verzending achter dat er een fout staat in de geloofsbrief.

Inmiddels is er naar alle adressen die een jaarboekje ontvangen hebben een gecorrigeerd exemplaar verzonden. Ook is de gecorrigeerde versie via de website te downloaden.

Ik verzoek u het herziene exemplaar te gebruiken.

Dierenwelzijn en de overheid

Dierenwelzijn is een heel hot item binnen onze hobby. Op dit moment wordt er een onderzoek gestart met betrekking tot welzijn bij konijnen. De UU voert dit onderzoek uit en naast andere belanghebbende organisaties is ook KLN hier zeer nauw bij betrokken.

Dierenwelzijn heeft betrekking op de kwaliteit van het leven van onze dieren. Wie dieren houdt, moet zich houden aan bepaalde regels in de omgang met deze dieren. Zo zijn er regels voor verzorging, huisvesting, het vervoer van dieren, maar ook het slachten of verkopen van overtollige dieren.

De laatste tijd ontvangen wij weer berichten dat de Rijksoverheid controles uitvoeren of eigenaren (waaronder KLN-leden) van dieren zich aan de regels voor dierenwelzijn houden.

Op de website van de overheid (NVWA en het RVO) vindt u veel informatie over de Wet Dieren en het Besluit houders van Dieren. Ik adviseer u dit een keer door te lezen.

Denk om het KLN logo in het vraagprogramma

Inmiddels wordt bij de meeste verenigingen weer hard gewerkt aan het vraagprogramma voor de komende tentoonstelling. Vergeet hierbij niet het KLN logo een prominent plekje te geven in uw vraagprogramma.

Heeft u het KLN logo nog niet? Laat mij dit dan weten. Ik stuur u het logo graag toe!

RHD2 virus.

Zoals al eerder aangegeven ontvangen wij berichten over konijnen die besmet zijn met de konijnenziekte RHD2. Een besmetting met RHD2 heeft bijna 100% sterfte tot gevolg. Een geneesmiddel tegen deze virusziekte is er niet. Wij adviseren u dringend uw konijnen tijdig te laten enten. Zo voorkomen wij met z'n allen een hoop leed!

Ronald Tiemes

Secretaris a.i.

De toon en de muziek van promotie

Jaarlijkse evenementen zoals bijvoorbeeld "Beleef Landleven" in Arnhem of de "Country Fair" in Aalten zijn altijd weer goede promotie momenten voor onze hobby en de speciaalclubs in het bijzonder.

Maar ook lokale acties bij de plaatselijke Welkoop of bij open tuindagen van buitenplaatsen is er gelegenheid te over wat te ondernemen op dat gebied.

De voordelen om mee te liften op de door een ander reeds aangelegde infrastructuur van voorzieningen zoals marktkramen en aanwezigheid van publiek, moeten we niet teveel voor lief nemen.

Het biedt ons namelijk heel veel kansen. U moet zich eens voorstellen dat u die infrastructuur ook nog allemaal zelf moet regelen!

Promotie activiteiten kunnen het best op een projectmatige manier aangepakt worden. Met een budget, doelen en mensen die mee helpen. Maak een plan dat helder is voor iedereen binnen uw vereniging.

Waar moet u zoal opletten?

Een handleiding

1. Analyseer factoren die van invloed zijn op haalbaarheid. Bijvoorbeeld: actieve leden, financiële middelen, regionale acties of landelijk.
2. Bedenk wat u graag wilt communiceren. De hobby en het fokkerij aspect? Of wilt u graag meer liefhebbers betrekken bij uw ras.
3. Op wie wilt u zich richten? De doelgroep moet passen binnen de formule van uw vereniging. Bijvoorbeeld: om kippen te fokken heb je best veel ruimte en tijd nodig, Iemand die op een appartement woont is dan niet uw doelgroep! Waar vindt u mensen die veel ruimte om het huis hebben? Wat zijn dat voor soort mensen? Een jong gezin met drie kleine kinderen is wellicht ook niet uw doelgroep want die hebben wat anders aan hun hoofd. Over het algemeen zijn mensen van boven de vijftig jaar de meest interessante doelgroep. Immers zij zijn in een levensfase die wordt gekenmerkt door: de grote stappen in hun carrière al zijn genomen. De kinderen zijn groot en al uit huis. Dus meer tijd voor hobby's. Ze hebben meestal meer geld te besteden op die leeftijd om ruimer te gaan wonen bijvoorbeeld. Dus: bent u fokker van cavia's, eenden, konijnen of welk dier dan ook: weet uw doelgroep!
4. Neem het budget onder de loep; wat heeft uw vereniging er voor over? Wat heeft u nodig? Maak een budget als dat er nog niet is.
5. Maak één persoon verantwoordelijk voor de coördinatie van promotie activiteiten. Vertrouw op die persoon en laat hem of haar de regie voeren. Maak deze persoon de baas over promotie activiteiten. Wees positief en houd belemmerende invloeden bij deze persoon weg.
6. Maak elk jaar een nieuw promotieplan en zorg dat je de bemensing meteen rond hebt. Bijvoorbeeld: vraag op de jaarvergadering direct enthousiaste mensen die willen meehelpen en wacht niet to het laatste moment. Laat dan ook een lijst rondgaan waarop mensen hun gegevens kunnen noteren en voor welk evenement ze beschikbaar zijn. Leden die elkaar goed kennen en bevriend zijn, zullen graag samen optrekken in deze activiteiten en op die manier krijgt u meer animo dan dat u per telefoon iedereen apart zou benaderen bijvoorbeeld.
7. Regelmatig nieuw plannen maken met acties. Een bepaald dier of kleurslag promoten. Wees innovatief en maak regelmatig specifieke en/of doelgerichte promotie artikelen. Die banner mag na 3 jaar wel vervangen worden ook al is deze niet stuk. Gebruik goede foto's en gebruik om de paar jaar weer nieuwe.
8. Hoog inzetten d.m.v. publicaties, persberichten en specifieke reclame uitingen.
9. Belangrijke dingen om daarin te benadrukken zijn: wat maakt deze rassen zo bijzonder, aantrekkelijk, leuk, wat is hun geschiedenis. Heeft u misschien nog oude gebruikvoorwerpen die u kunt linken aan uw rassen. Er is vast veel over uw ras te vertellen als u maar zoekt.
10. Maak een slogan! Een met humor of een dubbele betekenis. Betrek leden van uw vereniging daarbij. Organiseer een prijsvraag voor de beste slogan.
11. Maak het aantrekkelijk voor de deelnemende vrijwilligers. Zorg voor de interne mens. Zorg voor voldoende drankjes, iets lekkers, geef vrijwilligers wat extra's. Zorg voor een goede organisatie, dus communiceer met elkaar. Dit zorgt voor zekerheid en daar hebben we allemaal behoefte aan. Dan weten we wat we moeten doen en wanneer. Begin daarom op tijd met het geven van informatie over de betreffende activiteit.
12. Tenslotte: bedenk bij promotieactiviteiten dat het verleidingskunst is. Toen u verliefd was, wat deed u toen? U raadt het al: u zette uw beste beentje voor. U liet een positieve en waarschijnlijk, betere versie van uzelf zien. Want u wilde dolgraag een goede indruk achter laten. Een goede indruk is nodig om in contact te komen én te blijven met die dame of meneer die voor u staat. Ook als u geen verkering wil maar alleen iets aan ze kwijt, geldt dit principe.

Succes!

Rolinka Snijders

PR & jeugdzaken