

STRATEGISCH PLAN 2022-2025

Samen staan we sterk voor alle dieren



STRATEGISCH PLAN 2022 - 2025

Als ANBI-geregistreerde organisatie heeft de Nederlandse Vereniging voor Veganisme de verplichting om een beleidsplan te publiceren met daarin de doelstelling, werkzaamheden en financiering.

Dit strategisch beleidsplan is opgesteld als handvat voor komende besturen en iedereen die namens de vereniging actief is. In dit plan is vastgelegd waar de vereniging voor staat, welke doelen wij hebben en wat onze strategie is om deze te verwezenlijken. Dit document geeft daarnaast leden een beeld van de vereniging; de uitdagingen waar we voor staan; en waar we onze energie de komende jaren op richten.



Inhoudsopgave

Voorwoord	4
Wie wij zijn	5
Achtergrond	6
De impact die we willen realiseren	10
Hoe we werken	11
Wat we doen	12
❶ We promoten het veganisme	13
❷ We maken veganisme toegankelijker	14
Financiering	16
Positionering	16
Interne analyse	18
Omgevingsanalyse	19
Positioneringsstatement	22
Doelgroep	23
Waarden:	24
Barrières:	25
Organisatie	26
Projecten en activiteiten	28
Financiën	33
Focus voor periode 2022 - 2025	35

Nederlandse Vereniging voor Veganisme

- RSIN: 008125557
- Postadres: Postbus 31447, 6503 CK Nijmegen
- E-mail: info@veganisme.org
- KvK-nummer: 40123603
- IBAN: NL40 TRIO 0198 3967 16

Voorwoord

Elk jaar behaalt onze vereniging meer succes. Onze prachtige visie met een streven naar een veganistische wereld vindt steeds meer weerklank in de maatschappij. Het is onze gezamenlijke missie om de wereld verder te veranderen totdat het voor ieder mens een uitgemaakte zaak is dat we onze mededieren niet gebruiken, als dat niet uiterst noodzakelijk is.

We doen dit enerzijds door mensen te informeren over de veganistische levenswijze. Aan de andere kant weten we dat het niet gemakkelijk is om veganist te zijn in een niet-veganistische wereld en helpen we elkaar om de veganistische levenswijzen toegankelijker te maken, voor iedereen.

We doen dit niet voor onszelf, maar voor hen die gebruikt worden. Omdat we geloven in een geweldloze wereld met compassie voor elkaar, en dus ook de niet-menselijke dieren.

Samen staan we sterk voor alle dieren.

EMILE DINGEMANS

Voorzitter

Definities

Veganisme: een levenswijze waarbij zoveel mogelijk – voor zover praktisch haalbaar – wordt afgezien van alle vormen van exploitatie van, en wreedheid naar, dieren voor eten, kleding of andere doeleinden. Ook wel vegan levenswijze genoemd.

Veganist: iemand die het veganisme onderschrijft en in de praktijk brengt. Ook wel vegan genoemd.

Veganistisch: iets wat past binnen een veganistische levenswijze. Ook wel vegan genoemd.

Dier: hieronder verstaan we in dit document niet-menselijke dieren.

Wie wij zijn

De Nederlandse Vereniging voor Veganisme (NVV) is de enige ledenvereniging voor veganisme in Nederland. Daarnaast zijn wij hét kenniscentrum in Nederland over veganisme.

We begonnen in 1978 als *Veganistenkring* binnen de Vegetariërsbond en scheidden ons in 1987 af om onze eigen vereniging te starten. We komen op voor dieren en voor de belangen van onze leden. We vinden dat ieder dier het fundamentele recht heeft op zelfbeschikking en dat te allen tijde rekening wordt gehouden met hun belangen.

Onze visie: Dieren zijn levende, voelende wezens met eigen behoeftes en belangen, en mogen geen bezit van een ander zijn. In onze ideale wereld leven alle mensen als veganist, met compassie voor mensen en andere dieren.

Onze missie: Wij willen alle inwoners van Nederland ertoe bewegen om veganistisch te leven, zodat er een eind komt aan de exploitatie van dieren.



Alle dieren hebben recht op zelfbeschikking

[Unsplash](#)

Achtergrond

Als uitdragers van het veganisme is het van belang dat we weten op wiens schouders we staan en hoe de beweging zich heeft ontwikkeld en welke inzichten zijn opgedaan.

Veganisme als streven tot geweldloze samenleving

De veganistische levenswijze heeft in 1944 een naam gekregen in Groot-Brittannië ten tijde van de tweede wereldoorlog. Hoewel de definitie van het veganisme zich prioriteert tot het einde van het gebruik van niet-menselijke dieren door mensen, zagen de oprichters dit in een bredere context. Ze zagen een sterke verwantschap tussen het geweld dat mensen richting niet-menselijke dieren uiten en het geweld onder mensen, wat “als een boemerang” terug kwam. De veganistische levenswijze werd dan ook gezien als “een evolutie van de mens” waarbij we ons bevrijden van al het geweld, naar alle dieren (inclusief elkaar).¹ Vergelijkbare reden had Pythagoras, die vegetarisme beschouwde als een sleutel tot het vreedzame samenleven van mensen en diens opvatting dat het doden van dieren de menselijke ziel wreed maakte.²

Dieren als houder van absolute rechten

Hoewel door de geschiedenis veel mensen overtuigd waren dat het gebruik van dieren moreel verkeerd was, was het lastig om een rationele onderbouwing te formuleren.

In 1970 introduceerde Richard Ryder de term speciesisme als onderbouwing voor de irrationele onderbouwing waardoor niet-menselijke dieren behandeld werden als instrumenten. 1983 publiceerde Tom Regan in zijn boek ‘The Case for Animal Rights’ een omvattende op rechten-gebaseerde onderbouwing waarom niet-menselijke dieren - niet minder dan mensen - als een instrument gebruikt dienen te worden. Hij introduceerde dat alle dieren (zoals mensen) een absoluut recht hebben op een autonoom leven, omdat ze als ‘onderwerp-van-leven’ een inherente waarde hebben.³

¹ Roger Yates, '[And if you know your history...](#)', part 3

² Vegetarian Society, [World history of vegetarianism](#)

³ ‘Ze hebben overtuigingen en verlangens; waarneming, geheugen en een besef van de toekomst, met inbegrip van hun eigen toekomst; een emotioneel leven samen met de gevoelens van plezier en pijn; voorkeurs- en welzijnsbelangen; het vermogen om actie te ondernemen bij het nastreven van hun verlangens en doelen, een psychofysieke identiteit in de loop van de tijd; en een individueel welzijn in de zin dat hun ervaringsleven goed of slecht voor hen is, logisch onafhankelijk van hun nut voor anderen en logisch onafhankelijk van het feit dat zij het voorwerp zijn van andermans belangen. Degenen die aan het onderwerp-van-leven-criterium voldoen, hebben zelf een onderscheidend soort waarde - inherente waarde - en mogen niet worden gezien of behandeld als louter vergaarbakken’ (Regan, The Case for Animal Rights, 1983: p243).

In de jaren-90 werd de morele onderbouwing om dieren niet te gebruiken, verder uitgewerkt richting sentientisme.⁴

Gebruik van dieren als beproefd machtsmiddel

Sinds de jaren-90 is er meer aandacht gekomen voor de overeenkomsten tussen verschillende groepen die door andere mensen als minderwaardig gezien worden. Zo schreef Carol J. Adams haar boek *The Sexual Politics of Meat* over de connecties tussen de objectivering van vrouwen en de objectivering van dieren.

Deze schrijvers maakten inzichtelijk dat de technieken en redenen voor het onderdrukken van anderen voortkomen uit gedachte van de machthebbende, dat het leven van anderen minder waard is dan dat van hen. In haar boek *Racism as Zoological Witchcraft* (2019) ontmantelde Aph Ko hoe dit denken er ook voor zorgt dat activisten geïsoleerd opkomen tegen hun eigen onderdrukking, en zelfs die van een ander bestrijden.⁵

Ethiek als succesfactor duurzame transitie naar veganisme

De beweging voor het veganisme heeft lange tijd de focus gelegd op (persoonlijke) voordelen van een plantaardig dieet, om de veganistische levenswijze makkelijker te verkopen. Tegelijkertijd bleek de terugval toe te nemen. Uit onderzoek is gebleken dat het ethische argument een betere motivator voor lange termijn succes van verandering van dieet.⁶ Deze uitkomst werd ook gevonden in het onderzoek van Trent Grassian (2019) naar de effectiviteit van verschillende programma's om mensen over te laten stappen naar een plantaardig dieet of veganistische levenswijze.⁷

⁴ Ryder, Richard D. (1991). "Souls and Sentientism". *Between the Species*. 7 (1): Article 3. doi:10.15368/bts.1991v7n1.1.

⁵ In het Nederlandse taalgebied brengt [Geertrui Cazaux](#) voorbeelden naar voren van hoe veganisten o.a. mensen die beperkt worden door de samenleving onbedoeld wegzetten.

⁶ Ginny Messina, [Preventing Ex-vegans: The Power of Ethics](#) (2015)

⁷ Trent Grassian, [A new way of eating](#) (2019). Samenvatting: [Meat Reduction & Vegan Promotion](#). Meer info op [de website van Trent Grassian](#) of het [journalistieke stuk door Faunalitics](#).

Uit deze bevindingen leren we het volgende:

- De veganistische levenswijze komt voort uit een streven naar geweldloosheid;
- Een rationele onderbouwing is belangrijk en draagt bij aan de overtuigingskracht;
- Het idee dat sentiente wezens met respect behandeld dienen te worden, heeft duidelijk voet aan de grond gekregen in academische kring.
- Het uitbuiten van onze mededieren lijkt voort te komen uit een superioriteitsdenken van de mens. Dezelfde machtstechnieken worden in bepaalde mate ook richting andere mensen geuit.
- Het ethische argument lijkt de meest duurzame om mensen blijven een veganistische levenswijze te laten volgen.

Onze kernwaarden:

COMPASSIE:

We hanteren een vreedzame, positieve benadering in onze activiteiten en informeren het publiek dat veganisme een leuke, makkelijke en voldoening gevende levenswijze kan zijn. Hiermee sluiten we niet uit dat we ook informeren over feiten met betrekking tot exploitatie van dieren. We proberen niet te shockeren.

We begrijpen dat de weg naar veganisme geen rechtlijnig proces is en erkennen dat gedragsverandering bijdraagt aan verandering in denkwijze ten aanzien van veganisme. Wanneer er stappen gezet worden in de richting van het afwijzen van exploitatie van dieren (zoals vegetarisme of flexitarisme) haken we hier positief op in om veganisme te promoten. We houden rekening met de belangen van anderen.

SAMENWERKEN:

We streven naar samenwerking, met vrijwilligers, organisaties en bedrijven, om het veganisme te promoten. Daarbij sluiten we samenwerking met niet-vegan bedrijven en organisaties niet uit, bijvoorbeeld: subsidie aannemen van niet-vegan bedrijven of het promoten van vegan producten van niet-vegan bedrijven. We zetten mensen zoveel mogelijk aan om zelf ook veganisme te promoten en ondersteunen hen hierin.

TOEGANKELIJKHEID:

We creëren toegankelijkheid voor alle dieren. We behandelen mensen gelijkwaardig ongeacht (persoonlijke) kenmerken. We streven ernaar een diverse en inclusieve vereniging te zijn, zodat we de belangen van alle veganisten goed kunnen behartigen en toegankelijk en relevant voor hen zijn. We wijzen alle vormen van onderdrukking en discriminatie af.

DESKUNDIGHEID:

We toetsen ons beleid en uitingen aan de wetenschappelijke consensus om zo deskundig en betrouwbaar te zijn en blijven.

De impact die we willen hebben

Onze impact is de systemische verandering die we op de lange termijn verwachten te zien en bijdraagt aan onze visie om te komen tot de ideale wereld waarin alle mensen leven als veganist, met compassie voor mensen en andere dieren. Het duurt meestal een paar jaar voordat er impact is, waardoor het moeilijk te meten is. Maar het geeft ons wel een goede basis om de resultaten te definiëren die binnen ons bereik liggen.

De impact die wij willen maken is:

- Nederlanders zijn meer geneigd om veganist te worden
- Nederlanders blijven langer veganist
- Meer Nederlanders zijn veganist
- Nederlanders hebben meer respect voor de autonomie van dieren

	Korte termijn (5 jaar)	Middellange termijn (10 jaar)
Nederlanders waarderen de autonomie van dieren beter ⁸	20% vindt dat het leven van dieren een intrinsieke waarde heeft	60% vindt dat het leven van dieren een intrinsieke waarde heeft
Nederlanders zijn meer geneigd om veganist te worden	20% vindt dat veganisme een levenswijze is die bij hen past	60% vindt dat veganisme een levenswijze is die bij hen past
Meer Nederlanders starten met veganisme	10% is veganist	30% is veganist
Nederlanders blijven langer veganist	10% van de niet-veganisten was ooit veganist	10% van de niet-veganisten was ooit veganist

⁸ In het rapport [Denken over Dieren](#) (2016) geeft 2% van de Nederlanders aan dat dieren waardevol zijn omdat ze een wil om te leven hebben.

Hoe we werken

Alles wat we doen moet duidelijk bijdragen aan onze doelen en de gezochte impact. We toetsen in hoeverre onze interventies een bijdrage leveren en zijn daar kritisch op. We doen wat de meeste impact maakt.

Voorafgaand aan onze interventies proberen we eerst het systeem te begrijpen dat ten grondslag ligt aan de drempels die mensen tegenhoudt om veganist te worden. Hierdoor kunnen we effectieve interventies ontwerpen die bestaande systemen verbeteren.

We gaan doelmatig om met onze middelen. We onderzoeken waar onze hoogste toegevoegde waarde ligt, door in kaart te brengen welke organisaties interventies doen die passen bij onze visie en bijdragen aan de impact die wij graag zien. Waar andere organisaties al werken aan hetgeen dat onze doelen bevordert, werken we in principe samen.



Als we mensen motiveren om geen dieren te gebruiken en de drempels verlagen, zullen minder dieren worden gebruikt

Wat we doen

Wat wij doen volgt uit onze missie om alle inwoners van Nederland ertoe te bewegen om veganistisch te leven, zodat er een eind komt aan de exploitatie van dieren.

De Nederlandse Vereniging voor Veganisme (NVV) heeft 2 operationele doelen. Deze doelen zijn leidend bij het ontwerpen van onze interventies en het ontdekken van de partners waar we mee samenwerken. De doelen verwoorden waar NVV in gelooft en de meeste waarde kan toevoegen.



① We promoten het veganisme

Waarom dit doel?

Het idee dat dieren gebruikt kunnen worden als een middel voor mensen heeft gezorgd voor ongeëvenaarde uitbuiting van dieren. Het wordt steeds duidelijker dat dieren voelende wezens zijn met eigen ervaringen, vaak met een besef van zichzelf en de wereld om hen heen. Hoewel het moreel onrechtvaardig is, gebruiken de meeste mensen nog steeds andere (niet-menselijke) dieren. Mensen zijn zich niet bewust van het onrecht dat wordt aangedaan, willen er niet bij stil staan, of zijn zich er niet van bewust dat het anders kan.

De veganistische levenswijze is gestoeld op het respecteren van de rechten van dieren. Wie kiest voor de veganistische levenswijze, zal op alle fronten het gebruik van dieren proberen te voorkomen en zich afzetten tegen het normaliseren van dieren als gebruiksobjecten. Het overtuigen van mensen van de veganistische levenswijze, is het overtuigen van mensen om de autonomie van dieren op alle manieren te respecteren. Door de autonomie van dieren, ongeacht hun diersoort, centraal te zetten, hoeven mensen niet per deelgebied overtuigd te worden.

De verandering die wij graag zien in (of eisen van) de maatschappij, is dat alle mensen erkennen dat alle dieren recht hebben op⁹¹⁰:

- Zelfbeschikking - dit betekent dat dieren geen eigendom kunnen zijn van een ander, niet gebruikt of geschaad kunnen worden, en hiervoor door de wet beschermd worden, onder andere door:
 - verbod op steun aan de uitbuiting van dieren (zoals reclame en subsidies);
 - verbod op uitbuiting van dieren;
- een leven zonder antropogene (door mens veroorzaakte) beperking in gezondheid en leefruimte.
- Bevrijding uit situaties die tegen hun zelfbeschikking in gaat, en;
- om in gelijke gevallen gelijk behandeld te worden (en niet anders behandeld te worden puur op basis van hun soort).

⁹ [Rose's law](#)

¹⁰ GrrlScientist, [Wildlife As Property Owners By Karen Bradshaw — Review](#). Forbes (2021).

Hoe gaan we dit bereiken (onze activiteiten)?

We bereiken dit doel door Nederlanders te informeren over de veganistische levenswijze middels:

- Informatiecampagnes die hen bewegen om veganist te worden.
- Onze communicatiemiddelen die het belang van veganisme toelichten (direct of via de media)
- Steunen van politieke verandering die onze visie dichterbij brengen
- Onze aanwezigheid met stands op evenementen

Wat zullen we tegen 2025 bereiken?

De mensen die wij met onze activiteiten bereiken:

- Vinden de autonomie van dieren belangrijker dan daarvoor
- Zien veganisme als een levenswijze die te prefereren is
- Hebben meer kennis over veganisme
- Voelen dat veganisme bij hun past
- Hebben meer vertrouwen dat zij veganist kunnen zijn
- Weten hoe ze de eerste stap naar veganisme kunnen zetten
- Zijn geëquipeerd met informatie om een geïnformeerde keuze te maken voor veganisme
- Worden veganist

② We maken veganisme toegankelijker

Waarom dit doel?

In de praktijk blijkt dat voor een deel van de (beginnende) veganisten, het lastig is om een veganistische levenswijze te volgen. De belangrijkste redenen hiervoor zijn dat beginnende veganisten onvoldoende geïnformeerd zijn hoe een goed voedingspatroon zonder producten van dierlijke herkomst eruit ziet, en onbekend zijn met alternatieve producten. Daarnaast missen veel veganisten steun vanuit hun eigen omgeving, waardoor ze zich eenzaam voelen in hun veranderde levenswijze.¹¹ Het is van belang dat mensen op een duurzame wijze kiezen voor een veganistische levenswijze.

¹¹ Alex Lockwood, [Do 84% Of Vegans And Vegetarians Really Go Back To Eating Meat?](#), 7 januari 2019.
Beleidsplan NVV 2022 – 2025

Hoe gaan we dit bereiken (onze activiteiten)?

We helpen veganisten met informatie, hulpmiddelen en sociale activiteiten. Dit doen we door het:

- Ontwikkelen en beschikbaar stellen van recepten
- Begeleiden van beginnende veganisten gedurende de eerste periode
- Produceren en aanbieden van informatieve werken ter ondersteuning van beginnende veganisten
- Overzichtelijk maken welke ondernemingen rekening houden met veganisten.
- Herkenbaar en overzichtelijk maken welke producten geschikt zijn voor veganisten en waar die te koop zijn.
- Veganisten mentale begeleiding bieden
- Organiseren van ledenuitjes.
- Het informeren van veganisten hoe een gezond dieet zonder voedingsmiddelen afkomstig van dieren er uit ziet.
- Zorgen dat al onze projecten voor iedereen even toegankelijk zijn.

Wat zullen we tegen 2025 bereiken?

De mensen die wij met onze activiteiten bereiken:

- Ervaren minder hobbels bij het leven volgens de veganistische levenswijze
- Hebben meer vertrouwen dat zij veganist kunnen zijn
- Weten hoe ze de eerste stap naar veganisme kunnen zetten
- Blijven langer veganist

Financiering

Waarom

Onze activiteiten zijn niet mogelijk zonder dat we deze weten te financieren.

Hoe gaan we dit bereiken?

We versterken onze organisatie financieel door:

- meer tijd te steken in het actief werven van leden, en specifieke campagnes te voeren gericht op werving van mensen die relatief beter in staat zijn om meer contributie bij te dragen;
- structureel in te zetten op fondsenwerving, zo mogelijk door betaalde medewerkers te laten samenwerken met vrijwilligers; fondsen identificeren en aanschrijven die onze projecten willen steunen;
- Gebruikmaken van ons netwerk van ondernemers en die meer te betrekken in promotiemogelijkheden.

Wat willen we tegen 2025 bereiken?

- 6.500 leden.
- 160.000 euro jaarlijkse contributie.
- 15.000 euro inkomsten fondsenwerving (jaarlijks)
- 15.000 euro inkomsten advertenties (jaarlijks)
- 5.000 euro inkomsten certificering (jaarlijks)

Positionering

De Nederlandse Vereniging voor Veganisme beweegt zich niet in een vacuüm. Het is van belang om ons goed te positioneren in de maatschappelijke context. Om onze middelen effectief in te zetten, is het essentieel om in beeld te brengen waar wij de meeste toegevoegde waarde kunnen brengen en de beste mogelijkheden tot groei zitten. Dit is niet alleen afhankelijk van onze doelen, maar ook van waar wij sterk in zijn en wat onze omgeving doet. Een goede positionering is authentiek (past bij de identiteit van de organisatie), is onderscheidend (ten opzichte van andere organisaties) en is relevant.

Interne analyse

De Nederlandse Vereniging voor Veganisme is de ledenvereniging voor veganisme in Nederland. We behartigen de belangen van onze leden en onze leden hebben inspraak in de vorming en richting van de organisatie. De vereniging zet zich in om de veganistische levenswijze te promoten en toegankelijker te maken. Wij vertegenwoordigen een grote, diverse groep veganisten in Nederland en zijn daardoor in staat om een breed gedragen beeld uit te dragen over het veganisme in Nederland. We zijn een belangrijk aanspreekpunt over veganisme voor publiek, media en organisaties.

Sterktes

1. We zijn deskundig en betrouwbaar.
2. We hebben een grote, betrokken achterban.
3. We stralen autoriteit uit door ons bestaan sinds 1987 en onze naam.
4. We behartigen de belangen van leden en veganisten.
5. We hebben een duidelijke en consequente visie die ons bindt.
6. Medewerkers en vrijwilligers zijn missie-gedreven en daardoor sterk gemotiveerd.
7. Doordat we geen kantoor hebben, hebben we geen duur pand.
8. We hebben een netwerk van samenwerkingspartners.
9. We zijn een goed aanspreekpunt voor de media.

Zwaktes

1. We missen capaciteit en coördinatie om proactief media-aandacht te creëren voor veganisme.
2. We werken geografisch verspreid - zowel individueel als bij de verschillende projectteams - waardoor het meer inspanning vergt om afstemming te vinden.
3. We steunen op de hulp van vrijwilligers wat risico's met zich meebrengt voor de continuïteit van projecten.
4. We ondernemen veel verschillende activiteiten, waardoor onze aandacht verspreid is en het lastig is om de focus te behouden.
5. Er is een gebrek aan zichtbaarheid van de vereniging en haar activiteiten, mede door een gebrek aan verbinding tussen projecten en de vereniging. Een kenmerk daarvan is de diversiteit aan beeldmerken.
6. Contributie en donaties vanuit leden zijn veruit onze grootste inkomstenbron.

Omgevingsanalyse

Een omgevingsanalyse brengt factoren in kaart die niet beïnvloedbaar zijn, maar waar rekening mee moet worden gehouden. Hieronder bespreken we de maatschappelijke context en het sociale landschap van organisaties die overlappende doelen hebben. Als eerste bespreken we de uitdagingen, kansen en bedreigingen gezien vanuit het brede maatschappelijke draagvlak.

Breed maatschappelijke omgeving

Kansen

1. We hebben meer kansen voor ledengroei door de toename van het aantal veganisten.
2. Door de aandacht en interesse voor klimaat en (volks)gezondheid is het makkelijker om het veganisme onder de aandacht te brengen.
3. Gezondheidsorganisaties pleiten voor een verlaging van het aantal eiwitten met dierlijke herkomst. Dat creëert een draagvlak voor een breder plantaardig aanbod (eetgelegenheden, producten, enz.)
4. Strenger stikstofbeleid kan er voor zorgen dat minder dieren gehouden worden in Nederland voor agrarische doeleinden.

Uitdagingen

1. De huidige status quo is dat dierlijke producten gebruiken normaal is. Veel mensen zien dieren nog steeds als eigendom of product.
2. De definitie van veganisme is bij het brede publiek niet duidelijk of eenduidig, wat voor verwarring zorgt. Veel mensen zien veganisme (verkeerdelijk) als een plantaardig dieet, wat afbreuk doet aan onze missie.
3. Er zijn initiatieven buiten de NVV (beter-leven sterren, biologisch, vegetarisme etc.) die mensen het gevoel geven dat zij hun levenswijze reeds voldoende hebben aangepast en dat veganisme onnodig of extreem is.
4. Er bestaat bij een deel van de nieuwe veganisten kans op terugval. Een belangrijke reden is dat beginnende veganisten gezondheidsproblemen ervaren, bijvoorbeeld doordat ze ongeïnformeerd starten met een vegan dieet of door te weinig te eten. Daarnaast missen veel mensen steun uit hun directe omgeving voor hun (nieuwe) veganistische levenswijze.
5. Negatieve media-aandacht voor veganisme door onwetenschappelijke uitspraken met betrekking tot veganisme.
6. Zowel de Nederlandse Staat als de Europese Unie bevorderen het fokken en houden van dieren via zowel directe als indirecte subsidies.

Bedreigingen

1. Er zijn bedrijven in de agrarische sector die zich uitspreken of lobbyen tegen veganistische initiatieven om de status quo te handhaven.
2. Druk speelveld. Buitenlandse niet-Nederlandstalige vegan initiatieven en binnenlandse niet-vegan initiatieven trekken aandacht weg van onze initiatieven.
3. De vele crisissen in het land zorgen ervoor dat er in de media minder ruimte is voor de groei van het veganisme.
4. Oorlogsdreiging (vanuit de situatie in Oekraïne) is aanwezig. Het verleden heeft laten zien dat bij oorlog de aandacht voor de rechten van onze mededieren snel ondergeschikt wordt.

Nabije sociale landschap

Veel organisaties zijn direct of indirect actief voor de belangen van onze mededieren. Een effectieve benadering houdt in dat we ons voornamelijk richten op hetgeen wat het beste aansluit bij onze doelen en andere organisaties laten liggen. Waar we iets vergelijkbaars doen als een andere organisatie, moet helder zijn welke toegevoegde waarde het heeft dat wij onze middelen daarvoor inzetten.

Er zijn verschillende bewegingen die zich direct of indirect inzetten voor de belangen van onze mededieren. Elk van die bewegingen dagen de status quo uit en kunnen bijdragen aan onze visie van een veganistische wereld. Toch zijn er belangrijke verschillen op te merken, die de onderscheidende positie van de Nederlandse Vereniging voor Veganisme in dit sociale landschap inneemt.

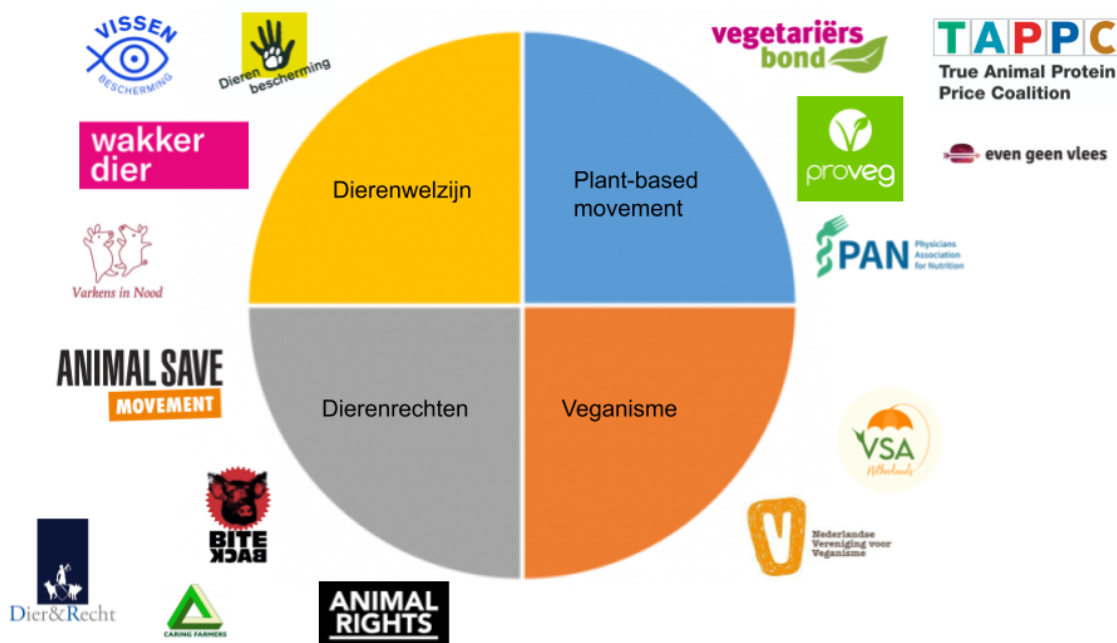
Beweging	Missie
Veganisme	Individuen en samenleving overtuigen om te leven op een manier zonder niet-menselijke dieren te gebruiken.
Dierenrechten	Beëindigen van de inbreuk op de autonomie van niet-menselijke dieren (vaak per diersoort)
Dierenwelzijn	Verbeterde omstandigheden realiseren waaronder niet-menselijke dieren als product worden gebruikt
Plant-based movement	Verschuiven van de voedselvoorziening richting plantaardige consumptie

De Nederlandse Vereniging voor Veganisme is actief op het gebied van gedragsverandering bij individuen en instituten. Daarbij zijn de individuen de mensen

die we proberen te bereiken om te overtuigen van het veganisme en brengen we verandering bij instituten om te zorgen dat het veganisme toegankelijk wordt. In het landschap van organisaties die strijden voor sociale rechten voor dieren zijn er veel organisaties die zich richten op individuen en instituten. Een belangrijk onderscheid ten opzichte van andere organisaties is de boodschap. ProVeg richt zich op het bereiken van een plantaardige voedselvoorziening. Dierenrechtenorganisaties als Animal Rights, Dier&Recht, Bite Back en Save Movement vragen aandacht voor de problemen waar niet-menselijke dieren mee te maken hebben wanneer ze als product worden behandeld. Vaak wordt per campagne de focus gelegd op één oorzaak van leed bij één diersoort.

Deze omgevingsanalyse maakt duidelijk dat de Nederlandse Vereniging voor Veganisme zich in haar missie tot het promoten van veganisme en het vergroten van de toegankelijkheid van het veganisme, er goed aan doet om op het gebied van plantaardige voeding en de afzonderlijke rechten van onze mededieren voornamelijk de samenwerking opzoekt.

De Nederlandse Vereniging voor Veganisme onderscheidt zich door de holistische boodschap waarin gepleit wordt om op fundamenteel niveau in volledigheid afstand te nemen van het gebruik van dieren. De unieke boodschap heeft belangrijke kenmerken. Ten eerste is het een consistente boodschap die geen verschil maakt tussen verschillende sentiente dieren. Ten tweede sluit het aan bij mensenrechtenbewegingen en hun narratieven. Concepten zoals 'uitsluiting', 'devaluatie' en 'zelfbeschikkingsrecht' zijn zowel herkenbaar als toepasbaar. Ten derde heeft het de potentie om bij mensen die overtuigd raken een radicale gedragsverandering te bewerkstelligen.



Positioneringsstatement

Om de Nederlandse Vereniging voor Veganisme te positioneren ten opzichte van andere organisaties binnen het sociale landschap die voor onze mededieren strijden, kunnen we het volgende aangeven:

*De Nederlandse Vereniging voor Veganisme is de organisatie in Nederland die de veganistische levenswijze bevordert door deze te **promoten** en **toegankelijker** te maken. Anders dan in andere bewegingen, zorgt de missie van de veganistische beweging voor een blijvende (culturele) verschuiving naar een moraal waarbij mensen geen enkel mededier (ongeacht de soort) op geen enkele wijze willen gebruiken.*

Doelgroep

Voor een juiste positionering is het belangrijk te weten wie onze doelgroep is. In algemene zin onderscheiden we veganisten, niet-veganisten, bedrijven en fondsen.

Financiering	Toegankelijkheid	Promotie
Veganisten Bedrijven Fondsen	Veganisten Bedrijven	niet-veganisten

Financiering

De belangrijkste wijze van financiering van onze activiteiten is via onze leden. Leden zorgen ook voor legitimatie van onze rol als belangenbehartiger van veganisten. Het is voor ons essentieel dat zo veel mogelijk veganisten lid zijn voor deze legitimatie. Daarnaast zorgt ledenwerving voor inkomsten via contributie van de leden. Verder proberen we inkomsten te verkrijgen via bedrijven en fondsen die onze activiteiten willen ondersteunen.

Toegankelijkheid van veganisme

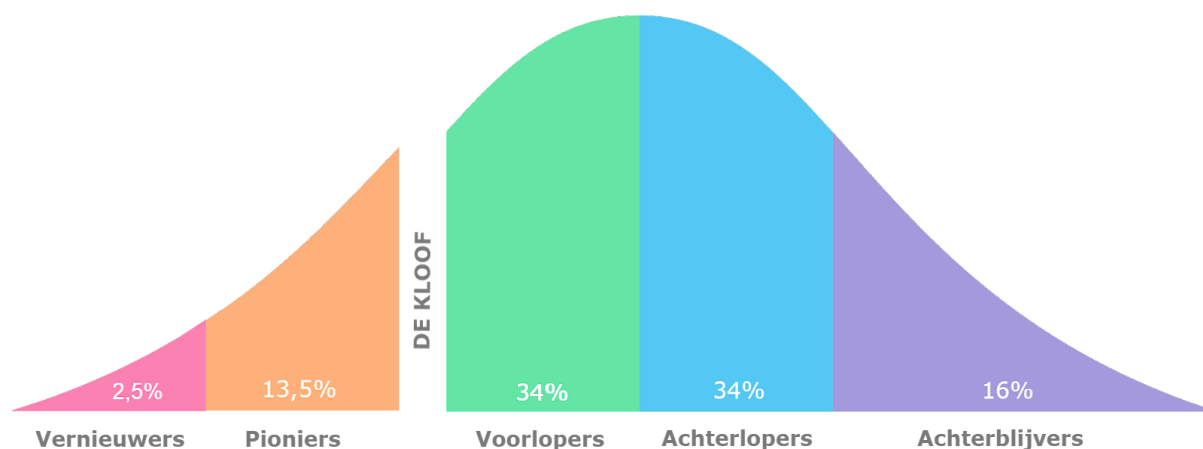
De voornaamste doelgroepen om het veganisme toegankelijk te maken zijn veganisten en bedrijven. Voor veganisten willen we het via onze activiteiten makkelijker maken om veganist te zijn (en te blijven) door hen daarvoor het gereedschap te bieden. Daarnaast proberen we ook bedrijven te overtuigen om toegankelijker te worden voor veganisten.

Promotie veganisme

Met de promotie van veganisme willen we niet-veganisten overtuigen om hun levenswijze dermate aan te passen dat niet-menselijke dieren volledig ontzien worden. Het onderscheidt zich van de keuze voor plantaardige voeding, doordat het betrekking heeft op alle keuzes in het leven, onder andere ook bij kleding, entertainment en persoonlijke verzorging.

Op dit moment identificeert rond de 1,5% van de Nederlandse bevolking zich als veganist. Dit betekent dat de adoptie van een veganistische levenswijze in de beginnende fase zit. We zitten in een fase waarin de *vernieuwers* die zo vastberaden waren dat ze bereid waren om concessies te doen voor hun levensovertuiging nu navolging krijgen van de *pioniers* die relatief snel ontstaan voor deze

gedragsverandering en daarvoor ook de persoonlijke en financiële mogelijkheden voor hebben. Het is onze uitdaging om deze mensen te motiveren om veganisme te adopteren als nieuwe levenswijze.



Grafiek: Adoptiecurve van Rogers

Relevantie - De belofte

Om mensen te kunnen overtuigen van een nieuwe levenswijze is de relevantie van belang. Veganisme biedt een (deel)oplossing voor het dierenleed, de impact op natuur, milieu en klimaat, de persoonlijke gezondheid, de volksgezondheid en de medemens. Groepen die deze onderwerpen belangrijk vinden zijn eerder geneigd om deze levenswijze aan te nemen, dan mensen die dat niet doen. Een veganistische levenswijze moet voor een individu zichtbaar van waarde zijn en dus aansluiten bij wat zij belangrijk vinden. Daarnaast wordt de adoptie van de levenswijze gedempt door belemmeringen die zij ervaren. Hoe meer de levenswijze aansluit bij waarden die iemand heeft en hoe minder belemmeringen iemand ervaart, hoe groter de kans dat iemand de levensovertuiging overneemt. De mate waarin iemand geneigd is om een nieuwe levenswijze te adopteren kunnen we uitdrukken met de volgende formule:

$$\text{Potentieel} = \text{Waarde} - \text{Barrière}$$

Waarden:

Waarde	Wie
Dierenwelzijn	Mensen die biologische producten kopen, Leden van dierenwelzijnsorganisaties, Mensen die relatief meer houden van niet-menselijke dieren, Mensen met een 'huisdier', Mensen die opgeleid zijn als dierenarts

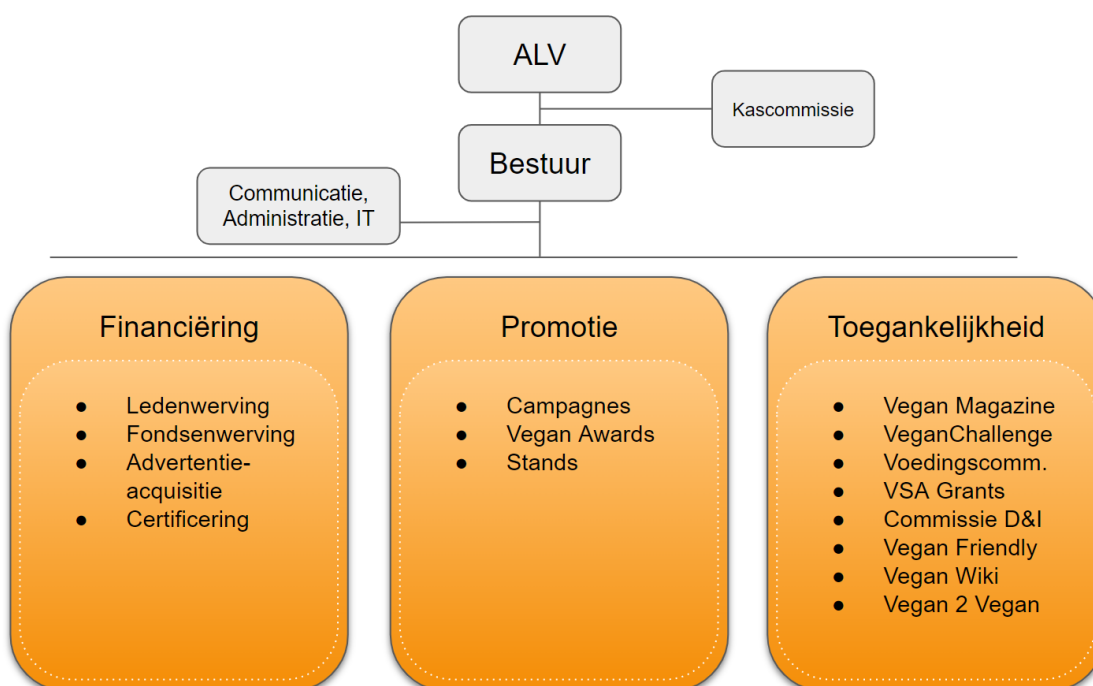
Natuur, klimaat en biodiversiteit	Natuurliefhebbers, leden van natuurverenigingen, stemmers Partij voor de dieren, klimaatactivisten, progressieve stemmers, donateurs natuurorganisaties, gezinnen.
Persoonlijke gezondheid	Sporters, plantaardige eters, mensen die diëten, mensen die in de zorg werken
Mensenrechten	Humanisten, feministen, anti-discriminatie
Levensovertuiging	Soefisme, Rastafari, Sikhisme, vegetariërs.

Barrières:

Barrière	Wie
Participerend in diergebruik	werkend in dierindustrie, consumeert dieren
Vermogen	Mensen met een laag inkomen
Beschikbaarheid	Dorpen en platteland
Energie	Grote gezinnen, (chronisch) zieken, mensen ouder dan 70 jaar
(Economische) afhankelijkheid	Jongeren, kinderen.
Gemakzoekend	Mensen die comfort zeer belangrijk vinden

Organisatie

De Nederlandse Vereniging voor Veganisme (NVV) is een ledenvereniging. We hebben een onbezoldigd bestuur. Daarnaast heeft de vereniging betaalde medewerkers, vrijwilligers en leden die het doel van de vereniging zowel financieel als praktisch ondersteunen. Door het bestuur en de betaalde medewerkers wordt beleid uitgezet en zorg gedragen voor de uitvoering daarvan.



Leden (ALV)

Een vereniging bestaat bij gratie van haar leden. En mede dankzij de financiële steun van onze leden en donateurs kan de NVV zich inzetten voor het bevorderen van de groei van het veganisme. Wij communiceren regelmatig en transparant over onze activiteiten en resultaten, zodat de leden ervaren dat hun financiële bijdrage op een goede manier besteed wordt ten behoeve van veganisme. De leden verenigen zich tijdens de Algemene Leden Vergadering (ALV) en zijn gezamenlijk het hoogste orgaan.

Bestuur

Het bestuur bestaat uit minimaal drie en maximaal zeven personen, waaronder een voorzitter, een secretaris en een penningmeester (zie voor verdere informatie de statuten). Bestuursleden zijn onbezoldigd en ontvangen geen toelage. Wel kan het bestuur aanspraak maken op onkostenvergoeding.

Kascommissie

De Algemene Leden Vergadering (ALV) benoemt jaarlijks uit de leden een commissie van tenminste twee personen, die geen deel mogen uitmaken van het bestuur. Dit is de kascommissie. De commissie onderzoekt de rekening en verantwoording van het bestuur en brengt aan de ALV verslag van zijn bevindingen uit. Daarmee controleren zij het gevoerde financiële beleid die vervolgens ter goedkeuring aan de leden wordt voorgelegd op de ALV.

Medewerkers

Er worden door de vereniging betaalde medewerkers ingezet om taken uit te voeren die de continuïteit van de vereniging helpen waarborgen. Doorlopend wordt bekeken wat er nodig en mogelijk is wat betreft groei en krimp. Op het moment van schrijven zijn er (parttime) medewerkers op het gebied van communicatie, webshop & (leden)administratie, coördinatie vrijwilligers & events en fondsen- & ledenwerving.

Vrijwilligers

De vereniging heeft veel vrijwilligers die gegroepeerd zijn in meerdere groepen en projecten. Elk project heeft een coördinator. Elke projectcoördinator heeft een aanspreekpunt bij het bestuur of bij een medewerker. Er is een medewerker aangesteld om de vrijwilligers te faciliteren. De te varen koers voor de gedeelde activiteiten wordt gezamenlijk bepaald waarbij het uitgangspunt is om het veganisme te promoten. Het is geen vereiste lid te zijn van de NVV om deel te nemen als vrijwilliger. Het vrijwilligersbeleid is verder uitgewerkt in het document vrijwilligersbeleid, op te vragen bij de vereniging. Er is een vertrouwenspersoon.

ANBI

De NVV is door de belastingdienst aangemerkt als Algemeen Nut Beogende Instelling (ANBI). Dit betekent dat we over ontvangen giften en erfenissen geen schenkbelasting en erfbelasting betalen en dat giften aan de NVV fiscaal aftrekbaar zijn.

1. Projecten en activiteiten

Vanuit de vereniging voeren we activiteiten uit voor de promotie van het veganisme. Er wordt daarbij gewerkt in projectgroepen die bij voorkeur zo zelfstandig mogelijk invulling geven aan de specifieke activiteit die zij voeren vanuit die projectgroep.

VeganChallenge

Met het project VeganChallenge dagen we geïnteresseerden in de vegan levenswijze uit om een maand lang plantaardig te eten en zich te verdiepen in veganisme. Het doel is om mensen op een laagdrempelige manier kennis te laten maken met veganisme en hen te faciliteren in de overstap naar een veganistische leefwijze. Gedurende deze maand ontvangen deelnemers elke dag gratis een e-mail met recepten en tips over veganisme. De VeganChallenge bestaat sinds 2012 en werd meerdere keren per jaar georganiseerd. Sinds 2020 kunnen deelnemers op elk moment starten. Sinds 2021 wordt in januari de Nationale VeganChallenge georganiseerd.

Draagt bij aan het doel	Het toegankelijk maken van het veganisme
Hoe	Door praktische handvatten te bieden aan beginnende veganisten gedurende de eerste maand.

VEGAN Magazine

VEGAN Magazine is een project dat vier keer per jaar het tijdschrift 'VEGAN Magazine' uitbrengt aan NVV-leden en inzet ter promotie van het veganisme. Het gehele spectrum van het veganisme kan belicht worden in het blad, waardoor het leuk, informatief en gevarieerd is voor zowel leden als niet-leden.

Draagt bij aan het doel	Het toegankelijk maken van het veganisme
Hoe	Door praktische handvatten te bieden aan beginnende veganisten

Vegan Wiki

Een grote database van vegan food en non-food producten die helpt de veganistische levenswijze eenvoudiger te maken.

Draagt bij aan het doel	Het toegankelijk maken van het veganisme
Hoe	Door te informeren over het (nieuwe) productaanbod dat geschikt is voor veganisten.

So Close 2 Vegan

Sinds 2020 loopt de campagne 'So Close 2 Vegan' om informatie over producten die een klein beetje zuivel of andere dierlijke bestanddelen bevatten te verzamelen en producenten aan te sporen niet-vegan bestanddelen uit hun product te halen. Dit project is gestart onder het 'Melk, Je Kan Zonder' team en valt sinds 2021 onder de Vegan Wiki werkgroep.

Draagt bij aan het doel	Het toegankelijk maken van het veganisme
Hoe	Door het collectief van veganisten te gebruiken om bedrijven te verzoeken om hun producten geschikt te maken voor veganisten.

Vegan Awards

Elk jaar reikt de Nederlandse Vereniging voor Veganisme (NVV) de Vegan Awards uit om vegan initiatieven in het zonnetje te zetten en aandacht te vragen voor vegan ondernemers: de pioniers van deze wereld! Daarnaast genereert de Vegan Awards met een feestelijk event en aandacht in de media een boost aan het imago van veganisme. Zo maken we het makkelijker voor mensen om veganistische producten of diensten af te nemen. Sinds 2013 zijn er verschillende categorieën en meerdere winnaars.

Draagt bij aan het doel	Het promoten van het veganisme
Hoe	Door vegan initiatieven een podium te geven.

Vegan Friendly

Vegan Friendly is hét Nederlandse label voor ondernemingen die vegan zijn óf vegan opties aanbieden. Het label is bedoeld om de zichtbaarheid en vindbaarheid van veganistische diensten te vergroten. Deelnemers ontvangen een Vegan Friendly sticker om op hun winkel of website te plaatsen. Veel deelnemers bieden NVV-leden ledenpasvoordeel.

Draagt bij aan het doel	Het toegankelijk maken van het veganisme
Hoe	Door het voor veganisten eenvoudig te maken welke diensten afgestemd zijn op veganisten.

Vegan keurmerk

De NVV is in Nederland de vertegenwoordiger voor het internationaal erkende Vegan Keurmerk van The Vegan Society. Het logo van dit keurmerk is te vinden op steeds meer producten. Het logo garandeert dat het betreffende product voldoet aan de eisen van The Vegan Society. Ons streven is om het aantal producenten dat dit keurmerk op hun vegan producten plaatst te doen toenemen. Dit is namelijk handig voor de vegan consument, het levert inkomsten voor de NVV op en het is goede 'reclame' voor het veganisme.

Draagt bij aan het doel	Het toegankelijk maken van het veganisme
Hoe	Door het voor veganisten eenvoudig te maken welke producten geschikt zijn voor veganisten.

Vegan2Vegan

Vegan2Vegan is een training die is opgezet om veganisten meer inzicht en bewustzijn te verschaffen ten aanzien van enerzijds de omgang met hun sociale omgeving, en anderzijds van hun eigen rol en keuzes daarin. Met dit project richten we ons vooral op veganisten.

Draagt bij aan het doel	Het toegankelijk maken van het veganisme
Hoe	Door veganisten met elkaar onder begeleiding in gesprek te laten gaan over het veganist zijn.

Veganisme-campagne

Dit project heeft tot doel de veganistische levenswijze te populariseren

Draagt bij aan het doel	Het promoten van het veganisme
Hoe	Door mensen via campagnes bewust te maken van de noodzaak van een veganistische levenswijze

Stand op evenementen / festivals

We staan op diverse evenementen met een stand om het publiek te informeren en enthousiasmeren over plantaardige voeding en een veganistische leefwijze. Daarnaast spannen we ons in om zichtbaarheid te genereren voor de NVV en leden te werven. Op evenementen die voornamelijk door niet-vegans bezocht worden, richten we ons hoofdzakelijk op informatievoorziening over veganisme. Bij de andere evenementen ligt de focus meer op de zichtbaarheid van de vereniging, en ledenwerving/-binding.

Draagt bij aan het doel	Het promoten van het veganisme
Hoe	Door mensen te informeren over veganisme

NVV Voedingscommissie

De NVV voedingscommissie bestaat uit diëtisten en voedingsexperts op het gebied van plantaardige voeding. De commissie geeft advies over veganistische voeding en gezondheid.

Draagt bij aan het doel	Het toegankelijk maken van het veganisme
Hoe	Door goed onderbouwde voedingsinformatie beschikbaar te ontwikkelen en publiceren voor veganisten.

NVV Diversiteit & Inclusiviteitscommissie

De NVV Diversiteit & Inclusiviteit bestaat uit veganisten met uiteenlopende achtergronden die het werk van vereniging controleert op toegankelijkheid en stelt advies op om die te vergroten.

Draagt bij aan het doel	Het toegankelijk maken van het veganisme
Hoe	Door te zorgen dat de vereniging in haar uitingen zo veel als mogelijk rekening houdt met de diversiteit aan mensen en toegankelijk is voor iedereen.

VSA Grant-programma

De NVV steunt nieuwe vegan studentenverenigingen financieel in hun oprichting.

Draagt bij aan het doel	Het promoten en toegankelijk maken van het veganisme
Hoe	Door versneld vegan communities op te richten op onderwijsinstellingen steunen we vegan studenten, kunnen zij gezamenlijk hun invloed gelden op die onderwijsinstellingen.

Overige activiteiten

Met het organiseren van eigen evenementen & activiteiten willen we leden van de vereniging (alsook andere geïnteresseerden) gelegenheid bieden elkaar informeel te ontmoeten, betrokkenheid bij de NVV vergroten en te informeren.

Financiën

Over elk boekjaar wordt een (financieel) jaarverslag opgesteld. Het financiële jaarverslag bestaat uit een begin- en eindbalans, resultatenrekening en een overzicht van de inventaris. Daarnaast wordt tevens een meerjarenprognose opgesteld. Het jaarverslag en de jaarrekening zullen uiterlijk in het eerste kwartaal van het daaropvolgende jaar online beschikbaar komen. De Kascommissie controleert het gevoerde financiële beleid dat vervolgens ter goedkeuring aan de leden wordt voorgelegd op de ALV.

Inkomsten

Onze leden zorgen voor ons bestaansrecht. En mede dankzij de financiële steun van onze leden en donateurs kan de NVV zich inzetten voor het bevorderen van de groei van het veganisme. De belangrijkste bronnen van inkomsten zijn inkomsten uit leden, advertentieruimte, verkoop van artikelen die de doelstelling ondersteunen, kaartverkoop, donaties van particulieren, organisaties en fondsen. Een belangrijke manier om onze financiële basis op orde te houden, is te zorgen dat onze huidige leden bij ons blijven. Wij proberen regelmatig en zo transparant mogelijk te communiceren over onze activiteiten en impact zodat de leden ervaren dat hun financiële bijdrage op een goede manier besteed wordt ten behoeve van veganisme.

Financieel beleid

Wij ondervangen eventuele financiële risico's door:

- Verzekeringen (Aansprakelijkheid Bedrijven, Rechtsbijstand, Overige Ongevallen)
- Bij de Kamer van Koophandel is vastgelegd dat de bestuurders gezamenlijk bevoegd zijn, wat betekent dat er altijd minstens twee bestuursleden nodig zijn om bijvoorbeeld bankzaken te wijzigen.
- Ongewone, hoge uitgaven dienen aan het bestuur voorgelegd te worden.
- Per dag kan er vanaf de betaalrekening maximaal €5.000 worden afgeboekt.
- Het aanhouden van continuïteitsreserves voor arbeid en productie. De continuïteitsreserve van €40.000 voor arbeid is om uitval van arbeidskrachten op te kunnen vangen en de continuïteitsreserve van €20.000 voor productie is om 1 jaar productie van het tijdschrift te kunnen garanderen.

Donaties en sponsoring

De vereniging ondersteunt initiatieven die door het bestuur beoordeeld worden als een zinnige en nuttige bijdrage voor de promotie van het veganisme in Nederland, waaronder de oprichting van vegan studentenverenigingen.

Focus voor periode 2022 - 2025

Een overzicht van de belangrijkste activiteiten voor de beleidsperiode 2022-2025:

Projecten en campagnes

- We gaan inzetten op het continueren en verder professionaliseren van de succesvolle bestaande projecten.
- Daarnaast gaan we sterker inzetten op proactieve, zichtbare campagnes vanuit de NVV.

Communicatie

- We willen het effect van onze online- en offline-aanwezigheid vergroten. Daarom zijn we bezig met analyses om onze social media effectiever in te zetten, zodat we onze verschillende doelgroepen nog beter bereiken.
- Nieuwe huisstijl - In 2020 hebben we een begin gemaakt met het inzetten op een professionele huisstijl en bijpassend logo die beter past bij onze organisatie anno 2020 en die ook de komende 10 jaar actueel en aantrekkelijk is.
- We willen meer media-aandacht genereren door het betrekken van journalisten en consumentenprogramma's bij onze activiteiten en hier actiever contact mee zoeken.

Promotie

- Het houden van informatieve campagnes ter promotie van de veganistische levenswijze

Organisatie

- De komende jaren willen we de organisatie verder professionaliseren door meer te sturen op de hoofddoelen en het centraliseren van meer taken.
- Vergroten capaciteit -- nieuwe vrijwilligers, medewerkers aannemen/zoeken om projecten te versterken en nieuwe dingen te starten.
- Stabiliseren van het actief vrijwilligersbestand door inzetten op de groei van kwaliteit en tevredenheid van vrijwilligers voor verhoogde efficiëntie bij de promotie van het veganisme.
- Diversiteit en inclusiviteit onder veganisten bevorderen
- Inzet op het werven van meer leden. Ook zullen we meer gaan inzetten op inkomsten uit fondsen, advertenties en het Vegan Keurmerk.

Samenwerking en lobby

- Meer nationale en internationale samenwerking en gezamenlijk optrekken op gedeelde thema's.
- We willen ons sterker gaan inzetten op het bewegen van het maatschappelijk landschap, bestuurders en organisaties om meer richting een plantaardige economie zonder exploitatie van dieren te gaan.
- Veganisme toegankelijker maken in instellingen (zoals zorginstellingen, scholen) door beleidsbeïnvloeding en het steunen van organisaties die aansluiten bij onze doelen.