

**OBJECTIVE 2016-2020** Leden van de NVD staan bekend als kwaliteitsdierentuinen door te inspireren tot liefde en respect voor de natuur

GOALS	STRATEGIES	DASHBOARD	ACTIEPLAN (wie en wanneer)
<p><b><u>staan bekend als kwaliteitsdierentuinen</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>50% van onze bezoekers herkent onze objective</li> <li>5% (1 mio) van de Nederlanders kent het kwaliteit stempel van NVD diertuin</li> <li>40% van de externe professionals (journalisten, dierenwelzijn, ethiek, regelgeving/politici &amp; wetenschap) erkent het verschil</li> </ul>	<p><b>Het NVD “merk” is geladen en wordt gecommuniceerd door een doelgroep gerichte benadering</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alle leden integreren NVD promotie in hun promotie aanpak eind 2016</li> <li>50% bezoekers herkent objective NVD</li> <li>5% van de NL bevolking herkent onze NVD objective</li> <li>40% van externe professionals erkent het verschil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Positionering NVD merk is bepaald door het opstellen van een merkhandboek</li> <li>Leden informeren bezoekers over het merk NVD door een branche campagne</li> <li>NVD richt zich op de externe stakeholders door het opzetten van een lobby werkgroep</li> <li>Uniforme communicatie door het ontwikkelen van een toolkit</li> </ul>
<p><b><u>inspireren tot liefde voor de natuur:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>30 % bezoekers geeft aan natuur actiever te ondersteunen</li> <li>50% bezoekers gaan met meer liefde voor de natuur naar buiten</li> </ul>	<p><b>Inspireren tot duurzaam handelen door action leader te zijn op duurzame bedrijfsvoering.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>30% van de bezoekers herkent onze duurzame boodschap van de diertentuinen en waardeert deze.</li> <li>20% heeft de intentie om actie te ondernemen</li> <li>De diertentuinen scoren in de top 10 bij een test op duurzame bedrijfsvoering door een bekend, extern verificatiesysteem.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Iedere diertuin heeft een duidelijke, aansprekende duurzaamheidsboodschap door deze op te nemen in het algemene beleid</li> <li>Iedere diertuin stimuleert de verspreiding van duurzaamheid door een netwerk van partners te ontwikkelen</li> <li>Duurzame bedrijfsvoering is verankerd in de organisatie door dit item op te nemen in de (jaar)plannen</li> <li>Een heldere belofte voor onze bezoekers betreffend duurzame bedrijfsvoering door een keuze te maken voor een (of meerdere) goed extern meetinstrument.</li> </ul>
<p><b><u>inspireren tot liefde voor de natuur:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>30 % bezoekers geeft aan natuur actiever te ondersteunen</li> <li>50% bezoekers gaan met meer liefde voor de natuur naar buiten</li> </ul> <p><b><u>Financiële Goals:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ledenbijdrage / contributie</li> <li>100% van de leden vindt contributie meer dan waard</li> </ul>	<p><b>Koploper op gebied van dier management door gebruik te maken van nieuwe inzichten en ontwikkelingen</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4 publicaties wetensch. en /of populair</li> <li>Alle leden voldoen aan NVD dier management / morele en ethische normen door beslissingsondersteunend model in te zetten</li> <li>Afweging altijd toetsen bij NVD collega's</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bijdrage leveren aan soortbehoud door te investeren in duurzame diercollecties</li> <li>De leden zijn (op gebied dierenwelzijn) NVD waardig door een kwalitatief hoogwaardig visitatiesysteem</li> <li>Op de hoogte zijn van de nieuwste inzichten door goed geschoold personeel</li> <li>Een op de diverse stakeholders gerichte uitleg van ons collectie beleid door een gezamenlijke ethisch standpunt</li> </ul>
	<p><b>Onze toegevoegde waarde onderbouwen door toegepast wetenschappelijk onderzoek naar dierenwelzijn en mentaliteitsverandering bij bezoekers</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 x dierenwelzijnsonderzoek</li> <li>1 x mentaliteitsonderzoek</li> <li>100% van de leden kan mentaliteitsverandering aantonen in cijfers</li> <li>100% van de leden weet door onderzoek hoe mentaliteit wordt beïnvloed</li> <li>Eind 2018: shortlist knelpunten op gebied dierenwelzijn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bredere wetenschappelijke onderbouwing door het NWWO uit te breiden met gedragswetenschappers</li> <li>Samenwerking met uni's door studenten in te zetten voor door ons gevraagd onderzoek</li> <li>Het verder professionaliseren van het NVD visitatiesysteem als middel om knelpunten voor wetenschappelijk onderzoek te inventariseren</li> <li>Samenwerking opzetten met Marketing/PR en educatiegroep op gebied van mentaliteitsverandering en met Curatoren op gebied op gebied van welzijn</li> <li># Symposia over wetenschappelijk onderzoek door middels van uitwisselen van informatie</li> </ul>