

Beleidsplan 2018



Stichting Bite Back

BELEIDSPLAN 2018

www.biteback.org

Stichting Bite Back
Prinses Margrietlaan 212
3708 ZN Zeist
nl@biteback.org
06-34132082

Inhoudsopgave

Inleiding	4
1. Bestuur & Organisatie	5
1.1 Bestuur	6
1.2 Ontstaan van Stichting Bite Back	6
1.3 Werknemers	6
1.4 Coördinatoren	6
1.5 Vrijwilligers	7
1.6 Gedragscode	7
1.7 ANBI	7
2. Missie, doelstelling en strategie	8
2.1 Missie & Visie	9
2.2 Doelstelling	9
2.3 Strategie	9
2.4 Onze campagnes in beeld	12
3. Financiën	14
3.1 Fondsenwerving	15
3.2 Beheer en besteding van het vermogen	15
3.3 Reserves	15
3.4 Begroting	16

INLEIDING

Bite Back is een dierenrechtenorganisatie die onder andere tot doel heeft om zowel regionaal, nationaal als internationaal campagne te voeren voor de rechten, de noden, het welzijn en de vitale belangen van dieren, dit door middel van geweldloze actie.

Bite Back gaat uit van het principe dat dieren een waarde op zich hebben, ongeacht het eventuele nut voor de mens. Dieren zijn levende, voelende wezens die net zoals mensen in staat zijn om pijn, angst en stress te ervaren.

Omdat de dieren niet voor zichzelf kunnen opkomen, ziet Bite Back zich als pleitbezorger van hun rechten. Door middel van onder meer directe acties en campagnes zet Bite Back zich in voor de erkenning en de eerbiediging van dierenrechten, voor het recht van dieren op de hoogste levenskwaliteit in overeenstemming met hun natuurlijke behoeften en hun recht op een leven dat gevrijwaard blijft van menselijke uitbuiting en onderdrukking.

Bite Back wil een bijdrage leveren aan een maatschappij waarin bewustwording en met name bewuster consumeren, het leven van dieren kan redden of de kwaliteit ervan kan verbeteren.

Bite Back wil door haar activiteiten voorkomen dat dieren, als welzijnsgevoelige wezens, opgesloten en uitgebuit worden voor 'amusement' (zoals in dierentuinen en circussen), dat ze lijden en gedood worden voor wetenschappelijke experimenten, voeding, kleding, sport, traditie, of jacht.

Bite Back ziet de strijd tegen het speciësisme (discriminatie op basis van soort) als onderdeel van een bredere emancipatorische beweging. Opkomen voor de rechten van dieren en tegen het speciësisme, betekent ook de erkenning en de bestrijding van de verschillende vormen van discriminatie en onderdrukking zoals seksisme, racisme, homofobie, evenals alle andere vormen van onderdrukking.

Racistische, xenofobe, seksistische en andere discriminatoire uitlatingen (of het verspreiden van zulk gedachtegoed) worden daarom niet getolereerd binnen Bite Back.

Om de doelen van Bite Back te bereiken zetten we ons volledig in met de middelen die te onzer beschikking staan, door deze zo effectief mogelijk in

te zetten en zorg te dragen voor blijvende evaluatie van onze campagnes en acties om deze effectiviteit te waarborgen.

Onze main focus is daarom ook de vegan outreach campagne omdat het meeste dierenleed en de zwaarste impact van diergebruik voor de medemens en milieu in de veesector ligt. Hoewel de vegan outreach campagne niet alleen focust op dieren in de veesector, is dit wel de invalshoek op straat. Hierbij voorzien we mensen naast informatie over dierenleed achter voeding ook van informatie over ander diergebruik.

Naast de vegan outreach campagnes hebben we ook campagnes lopen gericht op diergebruik voor vermaak, zoals circussen en dolfinaria. Op deze plekken komen veel ouders met kinderen. Er wordt een beeld geschetst van dieren als een stel clowns voor het vermaak van mensen. Het wordt veelal gepresenteerd als leerzaam en educatief, vooral bij dolfinaria en dierentuinen, maar in feite gaat het om de verkeerde vorm van educatie. Wij vinden het belangrijk om deze onderwerpen en het diergebruik daarom aan de kaak te stellen.

Verder proberen we als organisatie ook kort op de bal te spelen. Dit betekent dat we continu de media in de gaten houden en onze eigen kanalen (facebook, mail), zodat zodra er informatie tot ons reikt, we kunnen besluiten hierop in te spelen met diverse middelen (van ingezonden brieven tot grotere acties).

Om als organisatie effectief te blijven, hebben we middelen nodig. Op de eerste plaats houdt dit in dat we ons vrijwilligersbestand proberen aan te sterken. Vrijwilligers/activisten blijven een belangrijk deel van onze organisatie.

Als tweede is het nodig dat het aantal vaste en eenmalige donateurs groeit. Op korte termijn zal dit nodig zijn om de vaste lasten te bekostigen, maar op langere termijn willen we snel inzetten op het kunnen bekostigen van een vaste (parttime) medewerker en vaste locatie.

Dit willen we bereiken door in het oog springende (grotere) acties en campagnes op te zetten, onze naamsbekendheid te vergroten, door meer persberichten te verzenden en meer online exposure te creëren.

1. BESTUUR & ORGANISATIE



**Kamer van Koophandel
RSIN**

63861240
855431246

Rekeningnummer

NL71 TRIO 0390 9793 76

Adres

Prinses Margrietlaan 212
3708 ZN Zeist

Telefoon

0634132082

E-mail

nl@biteback.org

1.1 Bestuur

Voorzitter: dhr. ing. Alex Romijn
Penningmeester: dhr. Ralph Kelleners
Secretaris: dhr. Benjamin Loison

*Verklaring beleid met betrekking tot
vergoeding, onkosten e.d.:*

*Bestuursleden ontvangen geen vergoeding
en ook geen onkostenvergoeding betreffende
reiskosten e.d.*

1.2 Ontstaan van Stichting Bite Back

Dierenrechtenorganisatie Bite Back vzw is in 2003 opgericht door een groep ervaren en gemotiveerde dierenrechtenactivisten, die beseften dat ze efficiënter voor de dieren konden zijn indien ze zich zouden verenigen. In de beginjaren was Bite Back vooral in België (en met name in Vlaanderen) actief, maar langzaam breidden de acties en campagnes zich ook uit naar Nederland.

Bite Back was al reeds aanwezig voor 2015 met campagnes in Nederland, maar voordat het Bite Back Nederland werd, leidde huidige voorzitter Alex Romijn specifiek een campagne tegen circussen met dieren in Nederland. Dit gebeurde onder de naam actiegroep CircusLeed. Deze actiegroep had er inmiddels mee voor gezorgd dat de problematiek van het gebruik van dieren

voor vermaak op de agenda stond van de politiek en media. De actiegroep ging later verder op in Bite Back Nederland, als regiogroep. Bite Back Nederland voerde acties tegen circussen, maar ook tegen bont en er werden vegan outreach activiteiten opgezet. Daarnaast was Bite Back Nederland ook betrokken bij de zaak van Orka Morgan en de activiteiten om haar weer terug naar de zee te helpen. Bite Back Nederland was een regiogroep van Bite Back vzw voor lange tijd. In 2015 werd besloten om in Nederland het officieel te maken en de organisatie om te zetten in Stichting Bite Back.

1.3 Medewerkers

We hebben momenteel geen werknemers in dienst. Van zodra de mogelijkheid zich aanbiedt, willen we dit wel doen.

1.4 Coördinatoren



Momenteel hebben we een landelijke coördinator en twee regionale coördinatoren.

Bite Back Landelijk

De landelijke coördinatie wordt uitgevoerd door de voorzitter Alex Romijn. Het gaat om het opzetten van acties in allerlei regio's in Nederland, communicatie van acties, overleg met Bite Back België en taken als communicatie met andere organisaties of het schrijven van brieven naar de overheid.

Bite Back - regiogroep Groningen

De regiogroep Groningen wordt geleid door Ellen Karhausen. De acties vinden vooral

plaats in Groningen(stad), maar er kan uitgeweken worden naar Zwolle, Leeuwarden e.a.

Bite Back - regiogroep Zuidwest Nederland

De regiogroep Groningen wordt geleid door Michel de Man met ondersteuning van diverse vrijwilligers. De acties vinden plaats in Zuid-Holland, Zeeland en Noord-Brabant, waaronder in de plaatsen Eindhoven, Middelburg, Rotterdam, Den Haag, Goes, Vlissingen en Breda.

1.5 Vrijwilligers

Momenteel hebben we geen vaste vrijwilligers voor organisatorische taken. Wel zijn er diverse vaste vrijwilligers (activisten) bij de acties aanwezig of vrijwilligers die op ad-hoc basis bij activiteiten helpen.

1.6 Gedragscode

Binnen Bite Back zijn vele vrijwilligers actief op allerlei terreinen. Vrijwilligers worden samen met de medewerkers genoemd als het belangrijkste werkkapitaal van de organisatie. Vrijwilligerswerk getuigt van maatschappelijke betrokkenheid en aangezien we een maatschappelijke functie hebben is het belangrijk om vast te leggen hoe we met elkaar omgaan. Vandaar dat we als organisatie hebben vastgelegd op welke zaken we alert moeten zijn en welke afspraken daarover zijn gemaakt, zoals:

- Respect voor de privacy
- Agressief gedrag
- Discriminatie
- Grensoverschrijdend (al dan niet seksueel) gedrag

Een gedragscode is allereerst een belangrijk middel in het voorkomen en bestrijden van agressie, (seksuele) intimidatie en discriminatie. Medewerkers en vrijwilligers krijgen hierdoor heldere gedragsregels mee, trekken één lijn en kunnen bij overtreding van de regels de betrokkene erop aanspreken, terwijl ook voor vrijwilligers duidelijk wordt wat wel en niet is toegestaan.

Het invoeren van een gedragscode biedt tevens de mogelijkheid om genoemde ongewenste omgangsvormen bespreekbaar te maken binnen Bite Back.

Deze gedragscode geldt voor alle werknemers en geregistreerde Bite Back vrijwilligers die werken in de verschillende domeinen van de organisatie.

Wanneer iemand vrijwilliger wil worden bij Bite Back verzoeken we deze persoon kennis van deze gedragscode te nemen en akkoord te gaan. De gedragscode is ook voor iedereen te vinden op onze website.

1.7 ANBI

Een ANBI is een 'algemeen nut beogende instelling'. Stichting Bite Back zal bij de Belastingdienst een aanvraag indienen om als ANBI te worden aangewezen. Na toekenning kunnen donateurs bepaalde belastingvoordelen genieten.

1.7 CBF

Stichting Bite Back ziet een verdere erkenning als goed doel als belangrijk en denkt dat het verkrijgen van het CBF keurmerk een goede aanvulling is om betrouwbaarheid en transparantie uit te stralen. Het keurmerk biedt tevens de mogelijkheid om deuren te openen naar fondsen die ons kunnen helpen doelstellingen te bereiken. We gaan daarom onderzoeken of het voor ons als kleinere organisatie een reële optie is om voor dit keurmerk te gaan en indien mogelijk, zullen we dit doen.

2. Missie, doelstelling en strategie



2.1 Missie & Visie

Wij voorzien een toekomst waarin mens en dier in balans leven. Een wereld waar geen dier geboren wordt om de mens te dienen op welke wijze dan ook. Waar de dieren bestaan vanuit hun eigen bestaansredenen, en niet hun bestaan ontleen aan de behoeften van de mens.

Wij willen mensen bewust maken en sensibiliseren over dieren en de impact die het gebruik van dieren voor menselijke behoeften heeft op het dier zelf, alsook de impact op het milieu en de medemens. Wij willen mensen stimuleren en inspireren om te kiezen voor een plantaardige (veganistische) leefwijze.

2.2 Doelstellingen

Om onze doelen te bereiken voorzien we zowel korte als langetermijndoelen. De kortetermijndoelen beslaan de periode van dit beleidsplan, terwijl de langetermijndoelen over een grotere periode lopen.

Op korte termijn willen wij:

- Vegan outreach:
 - Meer aandacht voor dierenrechten, -welzijn en veganisme in het publieke landschap;
 - Vergroting van het aantal veganisten;
- Voor vermaak zonder dieren:
 - Sluiting van het Dolfinarium te Harderwijk;
 - Zorgen dat er geen circusolifant in Nederland via een ontheffing mag blijven en dat deze olifant(en) naar een opvang kunnen;
 - Stimuleren van nadenken tot diergebruik in breder kader van 'vermaak met dieren', zoals dieren die in dierentuinen gehouden worden;

Op lange termijn willen wij:

- Verbod op diergebruik voor vermaak: dolfinaria, circussen, dierentuinen etc.
- Een samenleving waarin veganisme de norm is en niet de uitzondering
- Betere wettelijke bescherming van de rechten van dieren

Verder hebben we ook een aantal organisatorische doelstellingen die we de komende jaren willen behalen:

- ANBI-status verkrijgen
- CBF-keurmerk voor goede doelen verkrijgen wanneer de voordelen opwegen tegenover de kosten
- Medewerkers in dienst ter ondersteuning van de doelstelling
- Een kantoor van waaruit de we organisatie effectief kunnen runnen

2.3 Strategie

Bite Back tracht haar doelen onder meer te bereiken door:

- Gerichte, geweldloze campagnes en acties te voeren ter bevordering van dierenrechten, bedrijven en consumenten aan te sporen om diervriendelijker te werken en te consumeren;
- Voorlichting te verstrekken over de gevolgen van het gebruik van dierlijke producten voor het dier, de gezondheid, het milieu en de derde wereld;
- De ethiek en de levenswijze te promoten die samengaat met dierenrechten. Zo zal Bite Back actief het veganisme stimuleren en promoten evenals het gebruik van plantaardige voeding, diervriendelijke kleding en dierproefvrije producten, en wetenschappers, dokters en bedrijven steunen die zich om ethische of wetenschappelijke redenen tegen vivisectie kanten;
- Bite Back promoot amusement waarbij geen misbruik van dieren wordt gemaakt



zoals bijvoorbeeld circussen zonder dieren;

- De nationale overheid en lokale overheden te verzoeken om een diervriendelijk beleid te voeren, aandacht te vragen om de bestaande dierenwelzijnswetten correct toe te passen en uit te breiden;

- Het aan het licht brengen van dierenleed achter de schermen van de vee-industrie, de bontindustrie, de vivisectie, en de amusementsindustrie;

- Het stimuleren van de adoptie van dieren en het ontmoedigen van het kopen van dieren; het onder de aandacht brengen van en steun geven aan erkende asielen, stichtingen en verenigingen die dieren opvangen.

Concreet uiten deze activiteiten zich in campagnes, in de vorm van en niet beperkt tot o.a:

- Vegan outreach acties met formaties, waarbij vrijwilligers in driehoek staan om mensen te confronteren, terwijl vegan outreachers mensen aanspreken en informeren (sensibiliseren). Bij een stand is meer informatie, praktische informatie en regelmatig bake sales of proeverijen (praktische tools om richting veganisme te bewegen)

- Maandelijks (flyer)acties aan de ingang van het dolfinarium

- Schrijven van ingezonden brieven bij actualiteiten

- Opzetten van persberichten om te reageren op actualiteiten of als onderdeel van campagneactiviteiten

- Schrijven van bezwaren of indienen van aangiften wanneer nodig

- Schrijven van WOB-verzoeken, ter ondersteuning van informatievergaring voor campagnes

- Documentatie over diergebruik en dierenleed

- (under)cover onderzoek ter ondersteuning van bewustwording van doelgroep en vegan outreach, alsmede aanvulling van documentatie

- Inzet van nieuwe technieken, zoals virtual reality brillen om gedragsverandering te stimuleren

De doelgroep die wij wensen te bereiken zijn voornamelijk, maar niet exclusief:

- Jongeren / millennials van leeftijd 16-35 jaar

- Bewuste personen, die open staan voor gedragsverandering voor de dieren, het milieu en/of eigen gezondheid

- Studenten

- Man, vrouw of anders gedefinieerde personen, die in het huishouden meestal de keuzes maken over inkoop of het eten dat op tafel komt

- Publiek op social media, als Facebook, Twitter en Instagram

Om de strategie te optimaliseren:

- evalueren we jaarlijks welke campagneactiviteiten effectief zijn en welke niet;

- meten we resultaten waar kan (bezoekers op website, aantal uitgedeelde brochures, etc);

- verwerken we feedback van publiek en vrijwilligers.

2.4 Onze Campagnes in Beeld

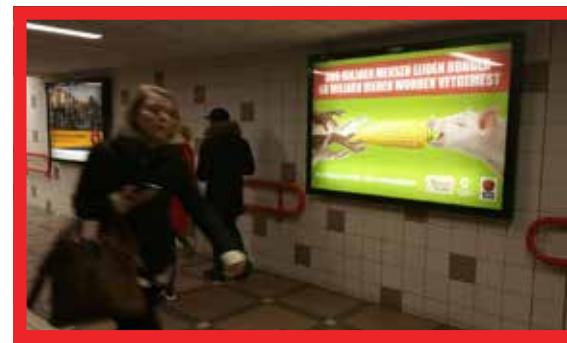
Vegan Outreach Campagne

Onze vegan outreach campagne confronteert, informeert en inspireert mensen tot het nadenken over het dierenleed achter hun eten en om de eerste stappen te zetten naar een diervrije leefwijze.



Reclamecampagne

In 2016 hielden we een crowdfunding voor de implementatie van een reclamecampagne door het hele land om mensen aan het denken te zetten over hun eetgedrag.



Dolfinariumvrij Nederland

We voeren elke maand actie bij het Dolfinarium te Harderwijk om mensen te informeren over de andere kant van het houden van dolfijnen in gevangenschap voor vermaak. We proberen mensen bewust te maken zodat ze ervoor kiezen niet meer naar het Dolfinarium te gaan. Hiermee proberen we de discussie in de samenleving te voeren die uiteindelijk moet leiden tot de sluiting van dolfinaria.



Overige

Naast lopende campagnes reageren we ook vaak met acties of ingezonden stukken op actualiteiten en houden we regelmatig stands. Hieronder een beeld van deze activiteiten.





3. FINANCIËN

Stichting Bite Back is een organisatie zonder winstoogmerk. De stichting is afhankelijk van donaties en vaste donateurs. Als stichting streven we ernaar om de kosten zo laag mogelijk te houden en waar kan zoeken we naar sponsors voor activiteiten. Om onze (vaste) donateurs zo goed mogelijk te voorzien van wat we doen en hoe wij inkomsten besteden, leggen we dit elk jaar vast in een jaarverslag.

3.1 Fondsenwerving

We hebben diverse activiteiten om inkomsten te vergaren om activiteiten of materieel te bekostigen:

Donateurswerving

We proberen bij acties, stands en via online kanalen (bv. Facebook) actief vaste donateurs te werven voor de stichting

Eenmalige donaties

Via de website bieden we de mogelijkheid om ook eenmalig te doneren.

Crowdfunding

Via de website is het mogelijk om crowdfundingprojecten aan te maken. Dit is vaak gericht op een concreet project of om bepaalde materialen te bekostigen, maar soms ook voor bijvoorbeeld een sponsorloop. Op deze manier kunnen donateurs heel concreet een bepaald project sponsoren.

Bake sales

Via bake sales (meestal in combinatie met een grote actie) verkopen we door vrijwilligers gedoneerd gebak of hartige hapjes. De inkomsten hieruit worden meestal gebruikt om materiaal voor acties te bekostigen of nieuwe materialen voor nieuwe regiogroepen. Soms wordt er geld opgehaald voor een bevriend goed doel (zoals dierenopvang)

Charity diners

Regelmatig worden er charity diners georganiseerd in samenwerking met een restaurant. Tegen betaling kan men overheerlijk komen eten en lichten we ter

plekke het werk toe van Bite Back.

Inzamelpunten

Momenteel staat Bite Back op 123inkt.nl als goed doel. Dit betekent dat iemand lege inktcartridges kan insturen en ons als doel kan selecteren, waaruit wij een bedrag verkrijgen als donatie.

Partnerprogramma's

We zijn o.a. aangemeld bij HelpFreely. Dit platform biedt de mogelijkheid voor deelnemers om producten te kopen in aangesloten webwinkels. Van die verkopen komt er een percentage terecht bij HelpFreely. Zij bezorgen dit aan het door de gebruiker gekozen goed doel, zoals Bite Back.

3.2 Beheer en besteding van het vermogen

Het bestuur keurt elk jaar de jaarcijfers, het jaarverslag en de begroting goed. Bij goedkeuring door het voltallig bestuur wordt deze openbaar gepubliceerd. Het bestuur in zijn geheel gaat zelf over het vermogen en niet één enkele bestuurder. Bestuurders zijn bevoegd om bepaalde kleinere aankopen zelfstandig te doen (mits goedkeuring van rest van bestuur), maar bij bedragen boven de 1000 euro moet minstens 1 bestuurder de betaling ook digitaal mede autoriseren.

3.3 Reserves

Als nieuwe stichting zijn we nog op een pad waarin we nog veel moeten investeren in de groei van de organisatie. Dit is om de kortetermijndoelen te halen. Omdat we ook langetermijndoelen hebben proberen we een reserve op te bouwen. Enerzijds om calamiteiten en onverwachte uitgaven die we moeten doen te kunnen opvangen. Anderzijds om uiteindelijk op termijn genoeg reserve te hebben om daaruit een kantoor of personeel te bekostigen om verder te groeien.



**BITE
BACK**

FOR ANIMAL LIBERATION
FOR ANIMAL RIGHTS

BITEBACK.ORG

**BITE
BACK**

**BITE
BACK**
FOR ANIMAL
LIBERATION
FOR ANIMAL

**BITE
BACK**

3.4 Begroting

Verwachte uitgaven

Aankoop winkel goederen	2500
Actiemateriaal	1500
Administratiekosten	1000
Drukwerk	4000
Gerechtskosten en sancties	0
Kantoomateriaal	100
Investeringen	500
Online	1350
Sponsoring en giften	250
Standgeld	1000
Andere uitgaven	4000

Totaal Uitgaven

16200

Verwachte inkomsten

Donateurs	12500
Giften	5000
Verkoop winkelgoederen	2500
Andere ontvangsten	100

Totaal Ontvangsten

20100

Resultaat

3900