

Gemeenteraadsverkiezingen

Een kans voor dierenhulporganisaties



Praktische tips van de NFDO

Over dit document

Dit document is ontwikkeld door de Nederlandse Federatie Dierenhulp Organisaties (NFDO) als praktisch hulpmiddel voor dierenhulporganisaties in aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen van 2026. Gemeenten bepalen een groot deel van het dierenwelzijnsbeleid: van financiering van opvang en ambulances tot afspraken over samenwerking en noodhulp.

Juist in verkiezingstijd kun je als organisatie laten zien wat je doet, waar je tegenaan loopt en waarom jouw werk onmisbaar is. Met dit praktische materiaal laten we zien hoe je op een toegankelijke manier invloed kunt uitoefenen. Je vindt hierin concrete stappen, voorbeelden, communicatie-ideeën en tips uit de praktijk.

Deze tips zijn bedoeld voor alle dierenhulporganisaties in Nederland: dierenasielen, dierenambulances, (wild)opvangcentra en andere organisaties die zich inzetten voor dieren in de gemeente. Samen vormen deze adviezen een handzaam en toegankelijk overzicht waar je direct mee aan de slag kunt.

Colofon

Titel:

Gemeenteraadsverkiezingen, een kans voor dierenhulporganisaties.

Een praktische gids voor dierenhulporganisaties om invloed uit te oefenen op lokaal beleid.

Uitgave:

NFDO
Nederlandse Federatie
Dierenhulp Organisaties
Samen sterker in professionele dierenhulp



Nederlandse Federatie Dierenhulp Organisaties (NFDO) | www.nfdo.nl – info@nfdo.nl
In samenwerking met Stichting DierenLot | www.dier.nu

Auteur:

Willeke van den Heuvel (in opdracht van de NFDO)
met bijdragen uit de praktijk van dierenhulporganisaties in Nederland.

Vorm en redactie:

NFDO

Publicatiejaar:

2025

Copyright en gebruik

© 2025 NFDO – Nederlandse Federatie Dierenhulp Organisaties.

Dit document mag vrij gedeeld worden binnen de doelgroep waarvoor het bedoeld is: dierenhulporganisaties en samenwerkingspartners in de dierenhulpsector. Teksten en fragmenten uit dit document mogen worden overgenomen of aangepast voor gebruik binnen datzelfde doel.

Gebruik van (delen van) de tekst of inhoud voor commerciële of andere doeleinden is niet toegestaan zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de NFDO.

Inleiding

Gemeenteraadsverkiezingen: een kans voor dierenhulporganisaties

Gemeenten beslissen over dierenopvang, subsidies, dierplagen, bijtincidenten, noodopvang bij rampen en structurele samenwerking met dierenhulporganisaties. De gemeenteraad bepaalt de koers voor dierenwelzijn in jouw gemeente.

De gemeenteraadsverkiezingen van **18 maart 2026** zijn daarom een belangrijk moment. Partijen schrijven hun programma's, nieuwe raadsleden treden aan, coalities worden gevormd en prioriteiten worden vastgesteld. Wat in die plannen terechtkomt, bepaalt hoe gemeenten de komende vier jaar omgaan met dieren en met de organisaties die voor hen zorgen.

Voor dierenhulporganisaties ligt hier een kans. Niet om politiek te bedrijven, maar om zichtbaar te maken wat jullie doen en waarom dat belangrijk is. Jullie hebben de kennis, de cijfers en de verhalen die raadsleden nodig hebben om goede keuzes te maken. En als jullie niets laten horen, bestaat het risico dat dierenwelzijn simpelweg wordt vergeten tussen alle andere gemeentelijke thema's.

Dit document helpt je om die kans te benutten. Je vindt hier praktische informatie, voorbeelden en materialen waarmee je stap voor stap invloed kunt uitoefenen: vóór, tijdens en na de verkiezingen. Met brieven, tips, een tijdlijn en inspirerende voorbeelden kun je direct aan de slag.

**Gemeenteraadsverkiezingen gaan óók over dieren.
Dieren hebben geen stem, maar jullie wel.
Gebruik die stem. Vertel, nodig uit, deel verhalen.**



1. Verkiezingskalender

Praktische tijdlijn voor dierenhulporganisaties

De gemeenteraadsverkiezingen vinden plaats op woensdag 18 maart 2026. Gemeenten, politieke partijen en lokale organisaties bereiden zich daar nu al op voor. Voor dierenhulporganisaties is dit hét moment om te laten zien wat ze doen, waar ze tegenaan lopen en wat ze nodig hebben. Met deze kalender weet je wanneer de juiste momenten zijn om zichtbaar te zijn en invloed uit te oefenen.

1.1 Najaar 2025: voorbereiden en contact leggen

In deze maanden schrijven lokale partijen hun verkiezingsprogramma's. Gemeenten plannen hun communicatie rond de verkiezingen en lokale media starten met verkiezingsnieuws. Dit is de fase waarin je de toon kunt zetten.

Breng je boodschap in kaart. Bepaal wat jouw organisatie de komende jaren wil bereiken. Formuleer twee of drie kernpunten, bijvoorbeeld: structurele samenwerking met de gemeente, een noodopvangplan voor dieren bij rampen, of een diervriendelijke aanpak van dierplagen.

Verzamel cijfers en voorbeelden die je verhaal kracht geven: aantallen dieren, meldingen, vrijwilligers, kosten en situaties die laten zien waar jullie tegenaan lopen.

Stuur een korte, vriendelijke brief naar lokale partijen. Stel je voor, benoem jullie werk en geef aan dat je graag meedenkt over dierenwelzijn in hun programma. Plan eventueel een werkbezoek of rondleiding van een uur en laat zien wat er speelt in de praktijk.

TIP: werk samen met collega-organisaties in je gemeente. Eén gezamenlijke brief of werkbezoek maakt meer indruk dan losse acties.

1.2 Begin 2026: campagne en zichtbaarheid

Vanaf januari publiceren partijen hun programma's. Kandidaten stellen zich voor en de verkiezingscampagne komt op gang. Controleer of dierenwelzijn in de programma's genoemd wordt. Bedank partijen die dit doen, bijvoorbeeld via een berichtje of tag op sociale media.

Organiseer een publieksmoment: een open dag, mini-debat of rondleiding voor politici en inwoners. Koppel het aan een concreet thema zoals opvangdruk of dieren in nood.

Gebruik sociale media om verhalen te delen. Een foto van vrijwilligers, een dier dat geholpen is of cijfers over jullie werk spreken tot de verbeelding. Houd de toon positief en uitnodigend: "Zo helpen wij dieren in onze gemeente."

Werk samen met andere organisaties voor meer bereik. Een gezamenlijke oproep of infographic met cijfers uit jullie gemeente maakt de impact zichtbaar.

TIP: politici zoeken verhalen die kiezers raken. Combineer feiten met emotie: zoveel dieren geholpen, zoveel inwoners betrokken.

1.3 Maart 2026: de verkiezingen

In deze periode worden de stempassen verspreid en zijn de campagnes overal zichtbaar. Plaats een korte oproep op sociale media of bij de opvang: "Stem ook voor dierenwelzijn in jouw gemeente."

Herhaal jullie drie belangrijkste boodschappen en bedank inwoners en vrijwilligers voor hun steun. Laat zien dat jullie een verbindende rol spelen in de gemeente.

1.4 April–mei 2026: nieuwe raad en coalitieakkoord

Na de verkiezingen wordt de nieuwe gemeenteraad geïnstalleerd. Coalitiepartijen onderhandelen over het coalitieakkoord waarin de prioriteiten voor de komende vier jaar staan.

Stuur een felicitatie naar de nieuwe raadsleden met een korte herhaling van jullie speerpunten. Vraag om een kennismakingsgesprek of (beter nog:) nodig hen uit voor een bezoek aan jullie organisatie. Deel jullie werk via sociale media en benadruk dat jullie graag samen optrekken bij het uitvoeren van het nieuwe beleid.

TIP: wat in het coalitieakkoord staat, bepaalt de koers voor vier jaar. Gebruik deze periode om dierenhulp zichtbaar te houden.

1.5 Zomer 2026: van plannen naar uitvoering

Het coalitieakkoord wordt uitgewerkt in beleidsnota's, jaarplannen en begrotingen. Ambtenaren schrijven uitvoeringsplannen, bijvoorbeeld een nieuwe Nota Dierenwelzijn.

Blijf in contact met beleidsmedewerkers en bied aan om mee te denken. Stuur praktijkvoorbeelden die helpen beleid te verbeteren en nodig de wethouder en ambtenaren uit voor een bezoek.

1.6 Herfst 2026 en verder: structureel contact onderhouden

In het najaar wordt de eerste begroting van het nieuwe college vastgesteld.

Blijf periodiek updates sturen over cijfers, verhalen en resultaten.

Nodig raadsleden uit voor een herhaalbezoek of open dag.

Bedank de gemeente als er iets goed gaat; positieve feedback versterkt relaties.

TIP: invloed is geen moment maar een proces. Wie contact onderhoudt, wordt partner in plaats van aanvrager of wettelijke taak.

Invloed begint lang vóór de verkiezingen en stopt niet na de uitslag. Wie nu zichtbaar is, bouwt aan relaties die ook de komende vier jaar meegaan. Samen zorgen we dat dieren, én de organisaties die voor hen klaarstaan, niet worden vergeten in het gemeentebestuur.

2. Actieplan voor dierenhulporganisaties

Van idee naar invloed: stap voor stap aan de slag

Dierenhulporganisaties zijn onmisbaar voor gemeenten: jullie vangen op, helpen, adviseren en zijn de eerste persoon bij dierenleed. Toch weten veel politieke partijen niet goed wat er allemaal speelt. Met dit actieplan kun je doelgericht laten zien wat jullie bijdragen en hoe de gemeente daar structureel bij kan helpen.

2.1 Bepaal wat je wilt bereiken

Begin met een korte interne brainstorm: wat wil jouw organisatie dat de gemeente de komende vier jaar beter regelt? Kies twee of drie duidelijke doelen. Denk bijvoorbeeld aan:

- ➔ Structurele samenwerking met de gemeente;
- ➔ Een gemeentelijke dierenwelzijnsnota;
- ➔ Een noodopvangplan bij rampen;
- ➔ Hulp bij (her)huisvesting;
- ➔ Structurele financiering.

Schrijf elk punt in één zin en formuleer het positief: “De gemeente zorgt dat...” in plaats van “De gemeente doet niet...”. Bepaal of het vooral gaat om geld, beleid, communicatie of samenwerking.

Voorbeelden:

- ➔ De gemeente ondersteunt ons bij verbouwingen van ons huidige pand.
- ➔ De gemeente gaat structureel onze dierenambulance ondersteunen voor € xx per inwoner.
- ➔ De gemeente gaat via haar gemeentelijke website meer informatie geven over aanschaf van dieren om dumpingen en afstand te voorkomen.

TIP: werk met een klein team of bestuursgroep, zodat de boodschap eenduidig blijft. Drie heldere punten zijn beter dan tien losse wensen.

2.2 Verzamel bewijs en verhalen

Cijfers overtuigen, maar verhalen raken.

Tel het aantal dieren dat jullie opvangen, hoeveel meldingen jullie krijgen, hoeveel vrijwilligers betrokken zijn en welke kosten daarbij horen. Schrijf korte praktijkverhalen die laten zien waarom goed gemeentebeleid verschil maakt. Bijvoorbeeld het verhaal van een dier dat dankzij snelle samenwerking met de gemeente en de brandweer kon worden gered. Of een kruispunt dat diervriendelijker is gemaakt waardoor het aantal aanrijdingen flink is afgenomen. Maar ook hoe een vrijwilliger weer aan het werk kon gaan na een periode van vrijwilligerswerk in de opvang.

Gebruik één duidelijke foto of korte video. Beeldmateriaal maakt jullie verhaal herkenbaar en menselijk.

TIP: leg gegevens het hele jaar vast, zodat je bij verkiezingen actueel materiaal hebt.

2.3 Zoek contact met lokale partijen

Wanneer partijen hun programma's schrijven, staan ze open voor input.

- ➔ Zoek uit welke partijen in jouw gemeente meedoen.
- ➔ Stuur een korte, vriendelijke mail waarin je jullie werk beschrijft en aanbiedt mee te denken. Voeg je A4-infoblad met speerpunten en cijfers toe.
- ➔ Bied een gesprek of werkbezoek aan. Een uur rondleiding zegt meer dan tien pagina's tekst.

TIP: begin op tijd! In december zijn de meeste programma's al bijna klaar. Wie in november contact legt, is nog op tijd.

2.4 Laat van je horen in de campagneperiode

Tijdens de verkiezingscampagne zoeken partijen verhalen die aansluiten bij inwoners.

- ➔ Controleer of dierenwelzijn in de programma's genoemd wordt. Bedank partijen die het noemen en deel dat positief via sociale media.
- ➔ Organiseer een open dag of een kort "kijkje achter de schermen" voor fracties.
- ➔ Werk samen met andere dierenhulporganisaties aan een gezamenlijke oproep of fotoactie: "Samen vangen we jaarlijks 3.000 dieren op in onze gemeente."
- ➔ Gebruik sociale media om wekelijks een kort verhaal of resultaat te delen.

TIP: blijf neutraal. Je hoeft geen partij te kiezen om wél invloed te hebben.

2.5 Volg op na de verkiezingen

Na de verkiezingen begint het echte werk. Nieuwe raadsleden willen de gemeente leren kennen en jullie horen daarbij.

- ➔ Stuur een felicitatie met een korte boodschap: "We denken graag mee over dierenwelzijn in de komende bestuursperiode."
- ➔ Herhaal jullie speerpunten in drie zinnen.
- ➔ Vraag een kennismakingsgesprek aan of nodig raadsleden uit voor een bezoek.
- ➔ Gebruik sociale media om successen te delen en zichtbaar te blijven.

TIP: stuur liever één korte, goed getimedede mail dan meerdere herhalingen. Politici waarderen beknopte informatie.

2.6 Blijf zichtbaar in de uitvoering

Wanneer de nieuwe coalitie aan de slag gaat met beleidsnota's en begroting, is het moment daar om mee te praten.

- ➔ Informeer bij ambtenaren of je input kunt leveren.
- ➔ Deel praktijkvoorbeelden van wat goed werkt of beter kan.
- ➔ Stuur elk kwartaal een korte update met cijfers of verhalen.
- ➔ Nodig de wethouder en beleidsmedewerkers jaarlijks uit voor een bezoek.
- ➔ Sluit aan bij actualiteiten (de 'haakjes' om weer contact op te nemen): uitbraak vogelgriep, een wolf in de regio, een ernstig bijtincident, verkiezingen voor diervriendelijkste gemeente, een interessant artikel in de krant.

TIP: houd contact ook als er niets speelt. Dat maakt het makkelijker om later snel te schakelen. Hou actualiteiten goed in de gaten en gebruik deze om contact te leggen.

2.7 Samengevat

Van september tot maart draait het om zichtbaar worden.
Na maart draait het om volhouden en relaties onderhouden.

TIP: begin vroeg, wees positief, deel feiten én verhalen, blijf in beeld.

Wie op het juiste moment contact legt, concrete informatie deelt en vriendelijk blijft, wordt een vaste gesprekspartner.



3. Voorbeeldbrieven en e-mails

Gebruiksklare teksten voor contact met de gemeente en lokale politiek

Niet iedere organisatie heeft tijd om zelf brieven te schrijven. Daarom vind je hieronder kant-en-klare voorbeelden die je kunt aanpassen aan je eigen situatie. Gebruik ze om partijen of raadsleden te informeren, om contact te leggen of om na de verkiezingen in gesprek te blijven. De toon is bewust vriendelijk en uitnodigend. Het doel is niet druk uitoefenen, maar relaties opbouwen en laten zien wat jullie bijdragen aan de gemeente.

3.1 Eerste contact brief aan politieke partijen

Periode: oktober – december 2025

Doel: jezelf voorstellen en dierenwelzijn op de agenda zetten.

Voorbeeldtekst:

Geachte fractievoorzitter,

Graag stel ik onze organisatie kort aan u voor. Wij zijn dierenambulance/dierenasiel/dierenopvang [naam]. Al sinds [jaartal] zetten wij ons dagelijks in voor het welzijn van dieren binnen onze gemeente. Jaarlijks helpen wij [aantal] dieren in nood en werken we nauw samen met inwoners, vrijwilligers en met gemeentelijke diensten.

In aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen willen we graag aandacht vragen voor dierenwelzijn als onderdeel van een gezonde, betrokken en veilige gemeente.

Wij zien in onze dagelijkse praktijk hoe belangrijk structurele afspraken en samenwerking zijn.

Onze drie belangrijkste punten zijn:

Structurele samenwerking tussen gemeente, dierenambulance en opvang.

Een duidelijk noodopvangplan voor dieren bij rampen en calamiteiten.

Structurele financiering voor basisdierenhulp, zodat continuïteit gegarandeerd blijft.

Wij denken graag mee bij het schrijven of uitvoeren van uw verkiezingsprogramma. Desgewenst nodigen we u uit om een kijkje te komen nemen bij onze organisatie: de koffie staat klaar.

Met vriendelijke groet,

[Naam contactpersoon]

[Naam organisatie]

[Contactgegevens]

PRAKTISCHE TIP: houd de brief op één A4. Voeg eventueel een korte factsheet met cijfers en foto's toe.

3.2 Korte e-mailvariant

Doel: laagdrempelig eerste contact leggen (bijv. per e-mail of LinkedIn).

Beste [naam],

Ik ben [naam] van [organisatie], actief binnen onze gemeente voor het opvangen en helpen van dieren in nood.

In aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen hopen we dat dierenwelzijn ook in uw partijprogramma aandacht krijgt.

We zouden u graag kort informeren over wat wij doen en waar wij tegenaan lopen in de praktijk.

Is er een geschikt moment voor een kort gesprek of werkbezoek?

Met vriendelijke groet,

[Naam]

[Organisatie]

PRAKTISCHE TIP: e-mails met een persoonlijke aanhef en een concrete uitnodiging krijgen de meeste reactie.

3.3 Uitnodiging voor een werkbezoek

Periode: november – februari

Doel: raadsleden of partijen uitnodigen om te komen kijken.

Beste [naam],

U ontvangt deze uitnodiging namens [organisatie]. Wij zorgen dagelijks voor de opvang van dieren in nood binnen onze gemeente. Graag laten we u zien hoe dat in de praktijk werkt.

Op [datum en tijd] organiseren we een kort werkbezoek (duur: ongeveer één uur) waarin we vertellen over ons werk, laten zien wat er speelt en samen bespreken wat de gemeente kan betekenen voor dieren in onze gemeente.

We hopen u die dag te mogen begroeten. U kunt zich aanmelden via [e-mail].

Met vriendelijke groet,

[Naam]

[Organisatie]

PRAKTISCHE TIP: houd het bezoek kort, zorg voor een concreet programma en één centrale boodschap.

3.4 Bedankbericht of follow-up

Periode: direct na een gesprek of werkbezoek.

Beste [naam],

Hartelijk dank dat u de tijd nam om kennis te maken met onze organisatie. We waarderen uw belangstelling zeer.

Zoals besproken delen we graag kort de drie belangrijkste punten die wij in de komende jaren belangrijk vinden: [noem de drie kernpunten].

We hopen dat deze punten een plek kunnen krijgen in het beleid van onze gemeente. Uiteraard denken wij graag verder mee over de uitwerking.

Met vriendelijke groet,

[Naam]

[Organisatie]

PRAKTISCHE TIP: stuur dit bericht binnen twee dagen na het bezoek, zolang het nog vers in het geheugen zit.

3.5 Felicitatie na de verkiezingen

Periode: maart – april 2026

Beste [naam],

Van harte gefeliciteerd met uw benoeming als raadslid van onze gemeente.

Wij wensen u veel succes met uw nieuwe taak en hopen dat u de komende jaren ook aandacht heeft voor dieren en de mensen die zich dagelijks voor hen inzetten.

Wij nodigen u van harte uit om kennis te komen maken met onze organisatie.

Graag vertellen wij hoe wij als lokale dierenhulporganisatie bijdragen aan veiligheid, zorg en betrokkenheid in onze gemeente.

Met vriendelijke groet,

[Naam]

[Organisatie]

PRAKTISCHE TIP: korte, positieve berichten na de verkiezingen worden goed ontvangen en leggen de basis voor nieuw contact.

3.6 Herinnering of update na enkele maanden

Periode: zomer 2026

Beste [naam],

Een paar maanden na de verkiezingen willen we u graag kort informeren over de voortgang van ons werk.

In het eerste halfjaar van 2026 hebben wij [x aantal] dieren opgevangen en [x aantal] meldingen behandeld.

[interessante voorbeelden die ook de lokale media hebben gehaald]

We zien nog steeds dat samenwerking tussen gemeente en dierenhulporganisaties belangrijk is voor snelle hulp en minder dierenleed.

We denken daarom graag mee bij het uitwerken van de nieuwe beleidsplannen of begroting. Als u wilt, laten we u graag eens zien hoe dat er in de praktijk uit ziet.

Met vriendelijke groet,

[Naam]

[Organisatie]

PRAKTISCHE TIP: houd dit bericht feitelijk en vriendelijk. Herhaling zonder druk werkt het best.

3.7 Samenvattende tips voor communicatie

- ➔ Schrijf kort en duidelijk: één A4 of korte mail is voldoende.
- ➔ Gebruik positieve taal: laat zien wat er goed gaat en waar samenwerking winst oplevert.
- ➔ Stuur berichten namens de organisatie, niet namens een persoon met een mening.
- ➔ Vermijd politieke standpunten of partijvoorkeuren.
- ➔ Herhaal kernboodschappen rustig, met telkens een ander voorbeeld.
- ➔ Gebruik een herkenbare afzender en sluit altijd af met uitnodiging tot contact.

4. Communicatiemateriaal en social media berichten

Laat zien wat je doet en waarom het ertoe doet

Communicatie is de eenvoudigste manier om invloed uit te oefenen. Je hebt geen vergaderzaal nodig, alleen een goed verhaal en de juiste toon.

4.1 Basisprincipes

Vertel altijd wat jullie doen, voor wie en waarom dat belangrijk is.

- ➔ Gebruik korte zinnen, positieve taal en herkenbare voorbeelden.
- ➔ Beeld zegt meer dan cijfers: een dier, een vrijwilliger, samenwerking.
- ➔ Gebruik het logo van je organisatie consequent, houd berichten kort en visueel.

4.2 Social media berichten voor de aanloop naar verkiezingen

Gebruik in de maanden vóór de verkiezingen één of twee social media berichten per week. Houd de toon informatief en uitnodigend.

Enkele voorbeeldteksten:

- ➔ **Post 1: bewustwording**
"In maart kiest onze gemeente een nieuwe raad. Die beslist ook over dieren. Dierenwelzijn hoort op de lokale agenda. Samen maken we het verschil voor de dieren in onze gemeente."
- ➔ **Post 2: zichtbaarheid**
"Wist je dat wij vorig jaar meer dan [aantal] dieren hielpen binnen onze gemeente? Met steun van inwoners en vrijwilligers maken we elke dag verschil."
- ➔ **Post 3: uitnodiging**
"Wat gebeurt er achter de schermen van onze dierenopvang? Kom kijken! Op [datum] laten we raadsleden en inwoners zien hoe dierenhulp werkt."
- ➔ **Post 4: samenwerking**
"Samen sterk voor dierenwelzijn. Wij werken samen met dierenambulance, dierenasiel, wildopvang en gemeente aan één doel: minder dieren in nood."
- ➔ **Post 5: vlak voor verkiezingen**
"Gemeenteraadsverkiezingen gaan óók over dieren. Dieren hebben geen stem, maar jij wel. Stem voor een gemeente die goed zorgt voor dieren."

Gebruik lokale hashtags (#diereninjegemeente #verkiezingen2026) en tag politieke partijen of lokale nieuwsaccounts. Gebruik ook 'actie' foto's en video's die een goed beeld geven van jullie werk. Dieren en mensen aan het werk voor dieren: het is een gouden combinatie om de aandacht naar jullie te trekken.

4.3 Voor nieuwsbrieven

Korte formats die je kunt hergebruiken.

➔ **Nieuwsbericht: uitnodiging**

Op [datum] organiseert [organisatie] een rondleiding voor raadsleden en inwoners. Tijdens dit bezoek laten we zien hoe wij dagelijks dieren in nood helpen. We hopen dat dierenwelzijn een plek krijgt in de plannen van de nieuwe gemeenteraad.

➔ **Nieuwsbericht: dankbericht**

Dank aan alle vrijwilligers, inwoners en donateurs die helpen om dieren in onze gemeente een veilig onderdak te bieden. Dankzij jullie konden we [x aantal] dieren opvangen.

➔ **Nieuwsbericht: na de verkiezingen**

We feliciteren de nieuwe gemeenteraad en hopen de komende jaren samen te werken aan sterk dierenwelzijn. Onze deuren staan altijd open voor kennismaking en samenwerking.

4.4 Voor lokale media

Stuur korte berichten van maximaal 200 woorden.

Gebruik een pakkende kop en begin met de kern: wat, wie, waarom. Media willen graag kant-en-klare teksten aangeleverd krijgen die ze zo kunnen plaatsen. Probeer ook bijvoorbeeld af te spreken dat zij 1x per maand een artikel met een dierenthema plaatsen (en die content leveren jullie dan aan).

Voorbeeld:

➔ **Kop:** Dierenopvang nodigt raadsleden uit: "Kom zien wat er speelt achter de schermen"

➔ **Tekst:** In aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen organiseert [organisatie] op [datum] een open dag voor raadsleden en inwoners. Jaarlijks vangt de organisatie meer dan [x aantal] dieren op. Met de open dag wil [organisatie] laten zien hoe belangrijk lokale samenwerking is.

4.5 Voor later

Blijvend onder de aandacht blijven bij gemeente, inwoners, media, donateurs is veel werk. Leg daarom een databank aan die je in drukke tijden kunt gebruiken: verzamel goede foto's en video's.

Je kunt berichten die veel verkeer (bezoekers/reacties) hebben opgeleverd een jaar later nog een keer gebruiken door er een herinnering aan te hangen ("vorig jaar kregen we deze hond binnen, we zijn blij dat we hem snel konden herenigen met zijn baasje, maar wat een avontuur had hij achter de rug").

Neem de volgers mee gedurende de tijd dat een dier bij je binnenkwam ("deze egel kwam gewond en onder de teken binnen", na 2 weken "het gaat goed met de egel die zwaargewond binnenkwam: hij eet goed en hersteld snel" en dan "we hebben hem weer terug kunnen plaatsen op een veilige locatie, hersteld en wel"). Van één dier dat een maand in je opvang aanwezig is, kun je al minimaal vier berichten maken.

5. Tips uit de praktijk

Ervaringen van dierenhulporganisaties

Deze tips zijn verzameld uit gesprekken met dierenhulporganisaties in het hele land. Ze helpen om effectief, vriendelijk en zichtbaar te blijven.

1. Werkbezoeken

Bereid ze goed voor. Kies drie plekken of situaties die het verhaal vertellen. Begin met een kort welkom, laat vrijwilligers aan het woord en eindig met één duidelijke boodschap.

“De burgemeester kwam op bezoek en had zijn vrouw meegenomen. Het was al direct duidelijk dat de burgemeester niet zoveel op had met dieren maar de burgemeestersvrouw daarentegen een groot hart had voor dieren, ze wilde elk dier vasthouden en knuffelen en eigenlijk het liefst alles adopteren. We kregen na afloop haar telefoonnummer omdat ze een dagje mee wilde werken. Uiteindelijk is ze een vaste vrijwilliger geworden en hebben we via haar echtgenoot de lokale politiek voor ons kunnen winnen.”

2. Contact met politici

Wees zakelijk maar menselijk. Politici krijgen veel informatie. Korte, positieve berichten vallen op. Vermijd druk, bied hulp aan.

“De wethouder gaf aan dat hij meer informatie nodig had om de raad te overtuigen van het belang financiële ondersteuning van onze organisatie. We hebben argumenten gegeven, veel voorbeelden waar de hoge kosten vandaan kwamen en wat er zou gebeuren als we geen ondersteuning zouden krijgen. Hij was heel blij met die samenwerking en belde ons 's avonds na een overleg met de raad om te laten weten dat het goed was gegaan.”

3. Omgaan met wisselende reacties

Sommige raadsleden reageren enthousiast, anderen nauwelijks. Dat is normaal. Blijf beleefd en herhaal je boodschap met een ander voorbeeld.

“De fractievoorzitter had duidelijk niets met dieren, hij was niet geïnteresseerd en totaal niet bereid om met ons te praten. Totdat we het gesprek aangingen over minimabeleid voor kattencastraties, mishandeling van dieren in relatie tot mishandeling binnen een gezin en toen was hij wel geïnteresseerd. Zijn aandacht lag meer bij het sociale domein en zag in eerste instantie de raakvlakken niet tussen dieren en mensen”.

4. Samenwerking met collega-organisaties

Eén gezamenlijke brief of actie heeft meer impact dan tien losse. Werk regionaal: gemeenten kijken graag naar gezamenlijke oplossingen.

“De gemeente gaf aan het prettig te vinden als de dierenhulporganisaties beter gingen samenwerken en er één aanspreekpunt zou komen. We hebben toen een onafhankelijke

penvoerder aangetrokken en een samenwerkingsovereenkomst opgesteld. De gemeente hoefde hierdoor niet met alle partijen individueel afspraken te maken: er kwam een subsidieregeling waar we als organisaties samen over de verdeling besloten.”

5. Media en zichtbaarheid

Gebruik lokale kranten, radio en sociale media. Houd de toon warm en feitelijk. Laat de mens achter de dierenhulp zien.

“Onze lokale media gebruiken regelmatig onze social media posts als basis voor een artikel. Zij zoeken één keer per maand een bericht uit onze tijdlijn en daarover worden we geïnterviewd voor een artikel. We laten dan een vrijwilliger aan het woord dat het meeste zich heeft beziggehouden met het dier waardoor het heel persoonlijk wordt.”

6. Deel kennis

Als dierenhulporganisatie heb je veel kennis en kunde in huis, en weet je ook wat de meeste inwoners van de gemeente én fractieleden niet weten. Deel die kennis.

“We merken dat er steeds meer schildpadden in een vijver in onze gemeente zitten en dat mensen daar regelmatig ook andere dieren zoals koi karpers bij zetten. We halen regelmatig deze dieren eruit maar dan krijgen we soms ook ruzie met buurtbewoners die de dieren zo leuk vinden. Samen met de wethouder en de ambtenaar dierenwelzijn hebben we een informatiecampagne opgezet waarbij we uitleggen dat deze dieren niet kunnen overleven in het koude water. Ook heeft de gemeente een bord geplaatst waardoor er nog amper nieuwe dieren worden vrijgelaten.”



6. Handige links en achtergrondinformatie

Waar vind je meer informatie

Kiesraad Verkiezingskalender 2026

www.kiesraad.nl/adviezen-en-publicaties/publicaties/2025/03/25/verkiezingskalender-gemeenteraadsverkiezingen-2026

Rijksoverheid Dierenwelzijn en gemeentelijke taken

www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/dierenwelzijn

NFDO Kennisbank voor Dierenhulporganisaties (toegankelijk voor leden)

www.nfdo.nl

DierenLot Ondersteuning en campagnes

www.dier.nu

Samen aan tafel

Dierenhulporganisaties zijn de stille motor achter lokaal dierenwelzijn. Zonder jullie werk kunnen gemeenten hun wettelijke taken niet waarmaken. Wie zich laat zien, wordt gehoord. Wie niets laat horen, wordt gemakkelijk vergeten tussen alle gemeentelijke thema's.

Gebruik dit document als gereedschapskist. Schrijf, nodig uit, vertel en deel. Samen zorgen we dat dieren, en de mensen die zich voor hen inzetten, structureel meetellen in gemeentebestuur.

7. Over de NFDO

De Nederlandse Federatie Dierenhulp Organisaties (**NFDO**) is de landelijke branchevereniging voor zelfstandige organisaties die zich inzetten voor hulp aan dieren in nood.

Wij verbinden, ondersteunen en vertegenwoordigen deze sector richting overheid, samenleving en fondsen. Samen bouwen we aan kwaliteit, samenwerking en maatschappelijke erkenning.

De NFDO doet dit door:

Belangenbehartiging richting gemeenten, provincies en het Rijk;

Kennisdeling via trainingen, publicaties en bijeenkomsten;

Ondersteuning bij beleid, organisatieontwikkeling en samenwerking;

Zichtbaarheid van de sector in media en politiek.

Meer informatie: www.nfdo.nl

Contact: info@nfdo.nl



Over deze tips en de samenwerking met DierenLot



Dit document is ontwikkeld door de NFDO als onderdeel van de Toolbox Gemeenteraadsverkiezingen 2026. Het doel is om dierenhulporganisaties praktisch te ondersteunen bij hun contact met gemeenten in aanloop naar en na afloop van de verkiezingen.

Dankzij de samenwerking met Stichting DierenLot kunnen we deze toolbox verder uitwerken en breed beschikbaar stellen binnen de sector én bij gemeenten. Deze tips vormen daarmee een onderdeel van de gezamenlijke gemeentelijke verkiezingscampagne die de NFDO en DierenLot momenteel uitvoeren.

Alle hoofdstukken mogen vrij gebruikt of aangepast worden door dierenhulporganisaties, zolang de bron wordt vermeld. Het materiaal is bedoeld om kennis, zichtbaarheid en samenwerking binnen de sector te versterken.

Aanbevolen gebruik:

Lees deze tips als leidraad voor planning en communicatie, of gebruik de losse hoofdstukken als download. Wil je voorbeelden delen van jullie eigen acties of successen? Stuur ze naar info@nfdo.nl zodat we ze kunnen opnemen in onze kennisbank.

Samen sterker in dierenhulp

De toekomst van dierenhulp in Nederland wordt lokaal bepaald. Elke brief, elk gesprek en elk bezoek helpt om dieren structureel een plek te geven in gemeentebestuur.

Of je nu werkt bij een dierenasiel, dierenopvang, dierenambulance of wildopvang: samen vormen we één sterke, zichtbare en gewaardeerde sector.

Samen zorgen we dat dieren meetellen.



