



Motion till Svenska Kennelklubben, KF 2019

SKKs Marknadsföring externt och internt

Vi vill att SKK omstrukturerar hela sin marknadsföring. SKK bör lägga stora resurser på att stötta uppfödarna och vara proaktiva i sin marknadsföring, inte bara i Hundsport, HS utan i all media. Detta istället för att gå i försvar vilket ofta blir fallet.

Motivering

Idag styr veterinärernas synpunkter i media i alltför hög grad den bild som ges av våra rashundars hälsa och välmående. Det är självklart en väsentlig del av hundhållningen att våra hundar mår så bra som möjligt men det får inte överskugga allt det positiva som också finns.

Bilden som ges är alltför ofta att uppfödaren är problemet men visar sällan på uppfödaren som en resurs och på all den tid, kraft, pengar och glädje de lägger ner för att människor ska få en frisk och trevlig hund till lycka och glädje i många år.

Vi yrkar därför att SKK KF måtte besluta:

-att se över sin marknadsföring för att förbättra den registrerade rashundens rykte och anseende

-att se över CS kommittéarbete i enlighet med första attsatsen

Göteborg 20190322

Styrelsen för Västra Kennelklubben

/Liz-Beth C Liljeqvist

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Liljeqvist'.

Motion från Västra Kennelklubben angående SKKs marknadsföring externt och internt

Motionären yrkar att SKK omstrukturerar hela sin marknadsföring och lägger stora resurser på att stötta uppfödare och vara proaktiva i sin marknadsföring. Detta ska göras i all media inte bara i Hundsport.

Motionären yrkar att

- SKK ska se över sin marknadsföring för att förbättra den registrerade rashundens rykte och anseende
- Se över CS kommittéarbete i enlighet med den första att-satsen

CS tillsatta arbetsgrupp, Arbetsgruppen Rashund, har under den senaste verksamhetsperioden tagit fram olika förslag för att marknadsföra SKKs uppfödare och fördelen med att välja rashund. Centralstyrelsen avser att fortsätta utveckla dessa förslag och idéer i den allmänna marknadsföringen av rashundar och SKKs uppfödare.

SKKs marknadsföring vilar idag på två ben; köpa rashund och att bli medlem. Ca två tredjedelar av den svenska hundpopulationen består av hundar registrerade i SKK vilket tydligt visar att SKKs marknadsföring i detta avseende är mycket lyckad. Som jämförelse kan nämnas att i vårt grannland Danmark, är endast en tredjedel av hundarna registrerade i Dansk Kennel Klub.

Den till synes negativa attityden från t.ex. Uppfödare- och Kennelkonsulentkommittés protokoll är ett resultat av att KF i början av 2000-talet beslutade att alla regelöverträdelser ska avgöras av förtroendevalda och inte av SKKs tjänstemän. CS konstaterar samtidigt att SKKs uppfödare föder upp hundar i enlighet med SKKs regelverk i mycket stor utsträckning då ca 98 % av kullarna registreras utan problem.

CS **föreslår** KF att bifalla motionen.

Konsekvenser:

Ekonomiska: Inga

Administrativa: Inga