



ROLIGT, ENKELT & HÅLLBART

för ett tryggt hundliv



2030

SVENSKA KENNELKLUBBEN



Roligt, enkelt och hållbart – för ett tryggt hundliv
remiss från SKKs visionsarbete – "SKK 2030"

Innehållsförteckning

Inledning	3
Om att arbeta med en strategi	5
Strategi 1: Ett tryggt hundliv	7
Strategi 2: Hundens plats i samhället	9
Strategi 3: En modern ideell organisation	11
Stödstrategi 1: Nya intäktskällor	13
Stödstrategi 2: Mer nytta genom teknikanvändning	14
Förhållningssätt	15
Hur organiserar vi strategins genomförande?	16
Om du har frågor och förslag	17
Bilaga: processen fram till strategin	18
Bilaga: omvärlds-, och hundanalys	21





Inledning

Första punkten i första paragrafen i SKKs stadgar ger oss målet att väcka intresse för och främja avel av mentalt och fysiskt sunda, bruksmässigt, jaktligt och exteriört fullgoda rashundar. Det handlar alltså om att rashunden ska stå i fokus och att vi har ett arv att förvalta. Det har inte skett så många förändringar under årens lopp, vi gör lite som vi alltid gjort. Över tid har vår tolkning av stadgarna gjort organisationen konservativ, men vare sig vi vill eller ej så förändras vårt samhälle och människors sätt att ha hund.

Svenska Kennelklubben behöver bli en mer modern och samtida organisation. För att lyckas behövs ett modernt ledarskap som är drivande, engagerat och har framtidsvisioner. Så vad är då Svenska Kennelklubbens framtidsvision? I vilken riktning vill vi gå? Vad behöver vi ta hänsyn till och vilka möjligheter har vi att ta oss dit vi vill? För att besvara de frågorna startade Centralstyrelsen projektet "SKK 2030", ett visionsarbete ämnat att ge SKK möjlighet att arbeta strategiskt och långsiktigt i större utsträckning än tidigare. Vi tror att arbetet leder till en bättre sammanhållning i organisationen, att vi får bättre förståelse för varandras olika roller och att vi alla kan se på organisationen i ett vidare perspektiv och med en långsiktigare blick.

För att få kvalitet i arbetet har vi tagit stor hjälp av strategikonsulter från företaget Kairos Future. De har varit vårt bollplank hela vägen, men särskilt i det inledande arbetet med omvärldsanalys. Den processen som gav oss svar på vad vi bör göra för att möta utvecklingen i samhället.

Under projektets gång har vi fått möjligheten och förmånen att resa runt i landet och diskutera hundens, hundägandets och Svenska Kennelklubbens framtid med våra medlemmar. Engagemanget har varit stort och många av de förslag som fördes fram under turnén finns med i den här remissversionen av en vision för Svenska Kennelklubben.

Under vintern har Centralstyrelsen jobbat intensivt med att utforma ett förslag. Att arbeta med blicken fäst mot framtiden har varit utvecklande och lett till många givande diskussioner.

Nu är det ni som medlemsorganisationer som genom den här remissen får möjlighet att tycka till om förslaget, det innehåller en övergripande vision och de strategier som ska ta oss mot visionen.

Centralstyrelsen skickar ut förslaget på remiss för att kunna lämna ett så bra förslag som möjligt vid höstens Kennelfullmäktige. Vi ber er att ta till er våra förslag med ett öppet sinne och att överväga vad som är bäst för Svenska Kennelklubben på lång sikt. Därefter vill vi att ni ger oss era synpunkter på vad som är bra eller mindre bra, vad som eventuellt saknas eller vad som kanske inte borde ha funnits med.



Thomas Uneholt

Thomas Uneholt, ordförande



Om att arbeta med en strategi

Vi har en lång tradition av att arbeta med hundavel och hundrelaterade frågor, men vi har i huvudsak förvaltat verksamheten – utveckling har kommit i andra hand.

En vision är ledstjärnan som beskriver vad vi vill att Svenska Kennelklubben ska kännetecknas av i framtiden. Strategierna beskriver vilka områden som har ett utvecklingsbehov inom Svenska Kennelklubben, för att på sikt uppnå visionen. Strategierna tillsammans med våra förhållningssätt utgör organisationens ledstänger för att förflytta Svenska Kennelklubben mot visionen.

Inledningsvis har vi formulerat tre strategier för att starta utvecklingsarbeten som i olika utsträckning och vid olika tidpunkter kommer att beröra hela organisationen. Under strategierna finns även ett antal åtgärder listade som vi ser som särskilt angelägna att adressera under strategiperioden.

Vi har dessutom formulerat två stödstrategier som vi bedömer behövs för att få kraft att genomföra de strategier som ska ta oss emot visionen. Stödstrategierna kommer också att prägla verksamheten, men deras resultat ska ge oss kraft att växa mot visionen snarare än att uppfylla den.

Utifrån de strategier som beskrivs i det följande byggs den verksamhetsplan som ska vägleda den dagliga verksamheten. Att ha en tydlig gemensam färdriktning som siktar mot visionen genom de strategiska målen är avgörande för att rätt aktiviteter bedrivs, särskilt över tid.



ROLIGT, ENKELT & HÅLLBART

för ett tryggt hundliv

HUVUDSTRATEGIER

Ett tryggt
hundliv

Hundens plats
i samhället

En modern ideell
organisation

STÖDSTRATEGIER

Nya
intäktskällor

Mer nytta
genom
teknik-
användning

FÖRHÅLLNINGSSÄTT

Optimism
&
mod

Vänlighet
& öppet
sinne

Kunskaps-
drivet &
långsiktigt
helhetstänk

Inkludering
&
respekt

Handlings-
kraft &
transparens



Svenska Kennelklubben ska 2030 vara en organisation som på alla plan arbetar för ett tryggt hundliv för hundar, uppfödare och hundägare. För att nå visionen finns det tre huvudstrategier, två stödstrategier och fem förhållningssätt som ska styra och leda verksamheten.



Strategi 1: Ett tryggt hundliv

I dagens svenska hem värderas hunden högt och ses som en individ, en familjemedlem bland andra. Svenska Kennelklubben ska, genom att ge hundar och uppfödare de bästa förutsättningarna och hundägarna det stöd de behöver vara garanten för ett tryggt hundliv i båda ändarna av kopplet.

Varför behöver vi den här strategin?

I ett historiskt perspektiv har hundens status aldrig varit högre än idag. Det gäller i familjen, men också i samhället i stort. Hundens status kommer fortsätta att öka framöver, något som tar sig uttryck i ökat engagemang kring hundars hälsa och välbefinnande, liksom en växande marknad för hundrelaterade tjänster och produkter.

I flera av våra grannländer har den här utvecklingen lett till att lagstiftare och myndigheter ingripit för att komma tillrätta med hälsoproblem inom vissa hundraser. Svenska Kennelklubben har en lång tradition av att främja hundars hälsa, ett arbete som ska intensifieras för att organisationen ska förbli hundens bästa vän.

I omvärlden har utbudet av alternativ till SKK-hundar ökat. Dels genom att vissa typer av oregistrerade hundar blivit mycket populära det senaste decenniet, men också som en följd av ökad efterfrågan under pandemin.

Under Sverigeturnén som Centralstyrelsen genomförde med visionsarbetet hösten 2022 framkom förslag på olika sätt att möta utvecklingen. Det handlade om stärkt utbildning av uppfödare, mer marknadsföring av SKK-hundar, och att organisationen ska ta större ansvar för arbetet med hundars hälsa. Det höjdes också röster för att Svenska Kennelklubben på något sätt bör ta ansvar för den snabbväxande och kvalitetsmässigt ojämna tjänstemarknaden för hundägare och hundintresserade.

Medlemmarna efterfrågade också enklare och mindre omfattande regelverk. Svenska Kennelklubbens kvalitetsarbete bygger idag i stor utsträckning på regler och tillsyn. Det kan vara en tidskrävande uppgift att hitta och förstå de regler som gäller för det egna intresset, särskilt för organisationens uppfödare. För kansliet och Centralstyrelsens kommittéer är det ett omfattande arbete att såväl upprätthålla som att kontrollera efterlevnaden av de regelverk som gäller för olika delar av verksamheten.

Vad ska strategin leda till?

Svenska Kennelklubben ska förknippas med ett tryggt hundliv och vara det självklara valet för alla som funderar på att köpa hund. Den som köper en hund av SKK-uppfödare ska få en mentalt och fysiskt sund hund som passar sin ägares livsstil. Ägare av SKK-hundar ska känna trygghet under hela hundens liv och kunna få rådgivning och utbildning i frågor som gäller den egna hunden, dess vård och fostran, men även de många val som hundägare ställs inför idag och i framtiden.



Uppfödarna är organisationens hjärta. Till dem ska Svenska Kennelklubben erbjuda stöd för den egna verksamheten och vara språkröret som förklarar vikten av och fördelarna med att välja rätt hund för framtidens valpköpare.

Hur ska strategin genomföras?

För att nå den avsedda effekten behövs handlingskraft och transparens i processer som präglas av kunskapsdrivet och långsiktigt helhetstänk. Några insatser framstår som särskilt viktiga och angelägna:

1. Hållbar avel

Svenska Kennelklubben ska, inom alla led i organisationen bedriva och premiera ett långsiktigt avelsarbete. Olika hundrasers exteriöra faktorer ska alltid främja en god hälsa och leda till utveckling som är hållbar över tid. Dialogen med domare och uppfödare ska fördjupas i syfte att ge hälsofrågor en än mer framskjuten roll i utbildningen av båda dessa grupper.

2. Genetisk variation i avelsbasen

För att trygga en framtid med sunda hundar behöver Svenska Kennelklubben bredda och tillvarata avelsbasen. Hälsoprogram ska användas för att uppnå målsättningar, och tester ska användas för de hundraser som behöver dem.

3. "Världens tryggaste hundköp"

Svenska Kennelklubbens uppfödare ska ha möjlighet att erbjuda det tryggaste hundköpet. Det ska ske genom fler möjligheter till bred utbildning, exempelvis inom genetik, hundars mentalitet, uppdateringar i juridik eller enklare djursjukvård. Men också på nya sätt, exempelvis genom mentorsprogram som kan vidareföra goda exempel i uppfödningens verksamhet. Dessutom behöver uppfödare ges större möjlighet att samarbeta med kansliet för att bättre dra nytta av den kompetens som finns där.

4. En övergripande certifiering av hundtjänster

Marknaden för hundtjänster präglas idag av ökande utbud och stor variation i kvalitet. Svenska Kennelklubben ska hjälpa hundägare genom att etablera en övergripande certifiering av hundtjänster som synliggör tjänster av god kvalitet. Den gedigna kunskap som finns inom organisationen ska användas för att utforma krav och utbildningskriterier för olika hundrelaterade verksamheter på ett sätt som skapar nytta för hundägare.

Det kan ske i en rådgivande roll, men det finns även möjlighet att ta initiativ till en branschorganisation som på sikt självständigt kan tillvarata hundbranschens intressen och bli certifieringsorganisation.



Strategi 2: Hundens plats i samhället

Hunden finns nästan överallt, den hjälper oss att utföra uppgifter och gör oss friskare, men framförallt är den vår bästa vän. Svenska Kennelklubben ska genom opinionsbildning och påverkansarbete öka samhällets acceptans och uppskattning av hundarna och hundägandet, men också trygga och marknadsföra den egna verksamheten.

Varför behöver vi den här strategin?

Hunden blir ett allt vanligare och mer accepterat inslag i samhället och vardagen. Antalet hundar och hundägare i Sverige har ökat den senaste tioårsperioden. Det är förståeligt, hundägare är generellt både friskare och lyckligare än människor som ännu inte har hund.

Vi ser också att fler nyttohundar kompletterar de traditionella tjänstehundarna och att hundar i vardagen har positiva effekter på människor, exempelvis på arbetsplatsen. Hundar sprider glädje i äldreboenden och ger läsro i skolor, hjälper diabetessjuka att uppmärksamma blodsockernivån och stöttar människor med psykisk ohälsa. På arbetsplatsen bidrar de till lägre stressnivåer och lyckligare medarbetare.

Men hunden står även inför utmaningar i samhället. Svenska Kennelklubben har en omfattande verksamhet som i delar är mycket utrymmeskrävande. Konkurrensen om det utrymmet ökar och kommer från flera håll, ökande rovdjursstammar, exploatering av naturresurser och ökande intresse för friluftsliv är några exempel. Även i städer och tätorter minskar utrymmet som hundägare ska dela med övriga allmänheten. Urbaniseringen ger förtätning av städerna där hundar och hundägare sällan har någon framskjuten plats i planeringen av nya bostadsområden.

En annan utmaning för hundägarna är veterinärvården. Många medlemmar ser idag en situation i djursjukvården med höga priser, långa väntetider och svårigheter med tillgång till akutvård i delar av landet. Utvecklingen har många orsaker såsom ägarstrukturer i veterinärvården och samhällets bristande ansvar för djursjukvård. Bland andra orsaker märks hundägares okunskap om grundläggande vård av den egna hunden och frånvaron av en etisk diskussion om hundens perspektiv och den bortre gränsen för behandling.

Vad ska strategin leda till?

Svenska Kennelklubben ska utifrån en tydlig plan bedriva aktivt påverkansarbete för att vara hundens och hundägarnas röst i samhällsdebatten. Målet är att etablera en ny norm som gör att hundars närvaro anses naturlig i alla delar av samhället genom att belysa de förtjänster hunden har, men även genom att upplysa och utbilda om det ansvar hundägare har för att skapa och bevara goda relationer med omvärlden.



Hur ska strategin genomföras?

För att nå den avsedda effekten behöver Svenska Kennelklubben ställa om sitt deltagande i debatten från att vara reaktivt, till att aktivt bedriva debatt. Det innebär att det arbete som ska göras måste genomföras med optimism och mod.

Utöver informationsinsatser ska Svenska Kennelklubben bedriva påverkansarbete i den nationella politiken och skapa förutsättningar för medlemsorganisationerna att bedriva sådant arbete. Internationellt ska organisationen samverka med andra kennelklubbar för att påverka politiken.

Fem prioriterade teman för påverkansarbete:

1. Tryggad tillgång till plats och mark

Hundar och hundverksamhet kräver utrymme. Svenska Kennelklubben ska bedriva aktivt påverkansarbete i syfte att trygga organisationens tillgång till plats för dagens och framtidens verksamhet.

2. Hunden – människans bästa vän

Svenska Kennelklubben ska belysa den stora tillgång som tjänstehundar och andra nyttohundar är för samhället, exempelvis eftersökshundar, terapihundar eller läshundar. I sammanhanget ska särskilt olika hundrasers stora variation i egenskaper föras fram.

3. Hundar överallt

Umgänge med hundar ger goda effekter för hälsan och välbefinnandet. Svenska Kennelklubben ska belysa dessa goda effekter, men också skapa förutsättningar för att hunden får tillgång till fler platser i samhället. Det kan exempelvis ske genom att skapa informationsmaterial för arbetsgivare som vill tillåta hundar på arbetsplatsen där arbetsgivarens förutsättningar och framförallt hundens villkor tas i beaktande.

4. Tryggad tillgång till veterinärvård

Svenska Kennelklubben ska bedriva påverkansarbete för att tillgången till veterinärvård ska vara god och jämlik över landet, men också initiera en diskussion om hur hundägare själva kan ta ansvar för att minska dagens vårdkonsumtion.

5. Hund på ålderns höst

Idag har hundägandet ett bäst-före-datum, det kan vara svårt att kunna behålla sin hund på ålderns höst. Svenska Kennelklubben ska informera om fördelarna med att vara hundägare i hög ålder och bidra med kunskap som gör att hundar kan må bra och ha en naturlig plats på särskilda boenden.



Strategi 3: En modern ideell organisation

Svenska Kennelklubbens verksamhet är omfattande och varierande, liksom de många klubbarna. Genom att hitta bättre struktur och arbetssätt för klubbverksamheten, samt en modell för medlemskap som är begriplig för den enskilda medlemmen och gynnsam för medlemsorganisationerna ska Svenska Kennelklubben bli en modern ideell organisation.

Varför behöver vi den här strategin?

Inget tyder på att det ideella engagemanget mattas i det svenska samhället, däremot förändras förutsättningarna för att fånga engagemanget. Viljan att sköta administrativa uppdrag blir mindre, medan det motsatta gäller för arbetsuppgifter i den faktiska verksamheten. Den yngre generationen är snabbriktig med kortare engagemangstider och den tekniska utvecklingen ställer å ena sidan nya krav, men erbjuder å andra sidan nya möjligheter för ideell verksamhet.

Svenska Kennelklubben är idag en organisation med bred och omfattande verksamhet, men organisationen med dess många klubbar och medlemskap är svår att överblicka. Organisationsstrukturen har över tid formats av kompromisser för att lösa enskilda utmaningar. Resultatet är att dagens organisation är demokratiskt otydlig och ineffektivt organiserad.

Med nuvarande organisationsstruktur är det svårt att ha en inkluderande dialog om frågor som rör Svenska Kennelklubbens uppdrag och verksamhet, både med medlemmar och klubbar. Samtidigt är tonen tidvis mycket hård, ofta över gränsen för vad som är acceptabelt.

Vad ska strategin leda till?

Svenska Kennelklubben behöver ta sats mot framtiden. Det gäller organisationen och det ideella arbetet, men också kommunikationen med medlemmar och medlemsorganisationer.

En framgångsrikt genomförd strategi innebär att vi skapar en attraktiv medlemsorganisation som är tilltalande för alla som delar organisationens värderingar, befintliga såväl som blivande medlemmar. Svenska Kennelklubben ska ha en tydlig organisationsstruktur som vilar på demokratiska principer och välkomnar alla som vill engagera sig.

Alla medlemmar ska ha möjlighet att delta i både verksamhet och beslut, oavsett ålder och förutsättningar. Det ska vara lätt att komma till tals och känna att en god tanke kan omvandlas till faktisk förändring. Svenska Kennelklubben ska ha en kultur där åsikter framförs i en god ton och där debatten är levande och respektfull.



Hur ska strategin genomföras?

För att nå den avsedda effekten behövs arbete som är inkluderande och respektfullt och bedrivs med vänlighet och ett öppet sinne. Några insatser framstår som särskilt viktiga och angelägna:

1. En tydlig och effektiv organisationsstruktur

Svenska Kennelklubben ska under strategiperioden genomföra en genomgripande och förutsättningslös översyn av sin organisering och systemet för medlemskap. En sådan översyn bör besvara flera frågeställningar, bland annat:

- Hur kan klubbverksamheten organiseras på ett sätt som minskar behovet av administrativt arbete, exempelvis genom att minska antalet juridiska personer utan att minska medlemsdemokratin och försvaga engagemanget?
- Hur kan medlemsorganisationernas roller och ansvarsområden fördelas på bästa sätt för att arbeta för organisationens gemensamma mål?
- Hur kan systemet för medlemskap förenklas för den enskilde medlemmen, utan att vara till nackdel för medlemsorganisationerna?

2. Modernt och effektivt föreningsarbete

Arbetsättet i den ideella verksamheten behöver moderniseras för att dra nytta av nya och framtida tekniska lösningar som kan minska den administrativa bördan. En sådan förändring gör arbetet bättre anpassat till fler och yngre målgrupper.

3. En ungdomlig övergång till vuxenverksamheten

Svenska Kennelklubben behöver underlätta övergången från ungdomsverksamhet till vuxenverksamhet med utgångspunkt i de ungas förutsättningar och med lyhördhet för deras önskemål.

4. Mer och djupare dialog

Dialogen mellan Svenska Kennelklubben, medlemsorganisationer och medlemmar behöver utvecklas och intensifieras. Det ska ske genom användning av nya tekniska lösningar och en bättre och vänligare organisationskultur.



Stödstrategi 1: Nya intäktskällor

Svenska Kennelklubben är en av Sveriges största intresseorganisationer sett till antalet medlemmar. Inom organisationen finns en bred och omfattande verksamhet som samlar många människor kring ett positivt intresse, hunden.

Organisationens ekonomi bygger i hög grad på intäkter från medlemmar och medlemsorganisationer i form av olika avgifter för tjänster och verksamhet. Dessa intäkter har förvaltats klokt vilket lett till att det såväl centralt som i många medlemsorganisationer råder en god ekonomisk situation.

För att Svenska Kennelklubben ska kunna ta sats mot framtiden behövs nya intäktskällor som möjliggör investeringar för att öka medlemsnyttan utan att riskera den ekonomiska stabiliteten. Idrotten har under många år varit mycket framgångsrik i arbetet med att hitta sponsorer som inte nödvändigtvis erbjuder produkter för just den idrotten. Det finns även möjlighet att hitta nya former av samarbete med kommersiella aktörer inom den snabbt växande hundbranschen.

Svenska Kennelklubben ska tidigt under strategiperioden utveckla principer för utvecklingen av nya intäktskällor. Bland annat genom att identifiera etiska riktlinjer och väga intäkter mot eventuella nackdelar med en ökad kommersialisering av varumärket.

De intäkter som skapas ska balanseras mellan olika verksamhetsområden för att ge organisationen nytta på lång sikt.



Stödstrategi 2: Mer nytta genom teknikanvändning

Teknikutvecklingen i samhället går fort, och den accelererar. Sedan 2010 har vi bland annat kunnat välkomna det breda användandet av smarta telefoner, surfplattan, digitala id-tjänster, swish-betalningar och digitala möten. För Svenska Kennelklubben har utvecklingen bland annat möjliggjort ett stärkt avelsarbete, ett mer levande föreningsliv, och högre servicenivå från kansliet.

Framtiden innebär ännu fler möjligheter. Vi kan förvänta oss en snabb utveckling av artificiell intelligens, allt fler uppkopplade produkter och snabbare och pålitligare mobila nätverk. Exempelvis pågår en snabb utveckling av hundhalsband som kan användas både för att följa hundens aktivitet och samla in hälsodata. Inom molekylärbiologin kommer DNA-tester att bli billigare och efter hand kunna avslöja allt fler bakomliggande orsaker till känd hälsoproblematik.

Samtidigt kan den snabba utvecklingen ge möjligheter vars nytta är svårbedömd och inte alltid positiv. Vilka DNA-tester kan man lita på? Vad händer med hälsodata som halsbandet samlar in? Och hur påverkas föreningsverksamheten när de fysiska mötena blir allt färre?

Svenska Kennelklubben ska under strategiperioden bli ännu bättre på att skapa verksamhetsnytta genom att använda sig av befintlig och kommande teknik. Organisationen ska även bevaka och utvärdera ny teknik för att kunna vägleda uppfödare och medlemmar i ett svårnavigerat landskap. Det kan handla om digitala verktyg som förenklar administrationen i klubbverksamheten eller insamling av hälsodata för att effektivisera avelsarbetet. I den praktiska verksamheten finns möjligheter att effektivisera processer inför, under och efter prov- eller tävlingstillfällen. Visst kan det kännas utmanande att vänja sig vid ny teknik, men det finns många vinster att hämta!



Förhållningssätt

Visionen är en målbeskrivning för Svenska Kennelklubbens utveckling mot 2030. Genomförandet av visionens strategier beror på hur vi som medlemmar, förtroendevalda och anställda arbetar tillsammans. Därför ingår fem förhållningssätt som bidrar till ett framgångsrikt genomförande.

Genom att sätta ord på dessa mjuka och viktiga värden vill Centralstyrelsen rikta ljuset mot Svenska Kennelklubbens kultur. Normer och bemötande spelar en avgörande roll om vi vill kunna engagera alla som brinner för våra frågor och vår verksamhet. En god kultur attraherar och bevarar människor i organisationen.

En vision innebär förändring. Hur mycket förändring är lagom och nödvändig? Följande förhållningssätt är ett försök att guida strategiernas genomförare i att hitta balansen mellan å ena sidan radikal förnyelse och å andra sidan återhållsamt bevarande.

1. Optimism och mod

Vår utgångspunkt är att vi lyckas med det vi företar oss och inte låter oss stoppas av rädsla.

2. Vänlighet och ett öppet sinne

Vi bemöter varandra med vänlighet och lyssnar till andras åsikter, nya fakta och möjligheter med ett öppet sinne.

3. Kunskapsdrivet och långsiktigt helhetstänk

Våra vägval avgörs av vad som är bäst för Sveriges hundar och för hela vår organisation, på lång sikt.

4. Inkludering och respekt

Alla med engagemang för Svenska Kennelklubbens mål ska ha möjlighet att bidra och all förändring sker med respekt för vår historia, dagens och morgondagens medlemmar och vår omvärld.

5. Handlingskraft och transparens

Vi agerar snarast på tagna beslut och är öppna med allt som planeras och sker.



Hur organiserar vi strategiernas genomförande?

Svenska Kennelklubben är en stor organisation med många medlemsorganisationer. Avsikten med visionen och strategierna är att vi på sikt gemensamt ska skapa förutsättningar för att arbeta tillsammans mot samma mål.

Inledningsvis ser vi att strategierna tydligast kommer att präglade den centrala organisationens verksamhet, det vill säga Centralstyrelsen och kansliet, men vi kommer inte att kunna slutföra arbetet utan hjälp från medlemsorganisationerna. Det gäller alla strategier, men särskilt "En modern ideell organisation" – som innebär att vi ska se över hur det ideella arbetet fungerar och om det finns anledning att organisera Svenska Kennelklubben på ett annat sätt. Ett sådant arbete måste ske brett och med djup förankring för att lyckas.

På lite längre sikt ser vi att vision och strategier ska kunna leda till specifika uppdrag för enskilda medlemsorganisationer. Alla strategier påverkar inte det dagliga arbetet i alla klubbar, men vår bedömning är att alla klubbar kommer att påverkas, om än i olika utsträckning.

Vi hoppas att visionen ska skapa en gemensam ledstjärna för hela vår verksamhet och ser fram emot att göra den resan tillsammans med hela organisationen, inte minst de yngre medlemmar som är framtidens SKK.



Om du har frågor och förslag

Det är Svenska Kennelklubbens direkta medlemsorganisationer (länsklubbar, specialklubbar, verksamhetsklubbar och avtalsklubbar) som har möjlighet att lämna sina synpunkter på vision och strategier i remissen. Remissen besvaras genom ett digitalt formulär som nås via den länk som varje klubb erhåller via e-post från undersökningsverktyget Survey Monkey.

Den direkta medlemsorganisationen svarar för hela sin organisation, inklusive indirekta medlemsorganisationer (distrikt, ras- eller lokalklubbar m.fl.). Remissvaren kommer att ligga till grund för det vidare arbetet med förslaget.

Utöver remissen finns det en [enkät](#) för enskilda medlemmar eller indirekta medlemsorganisationer som vill framföra egna förslag och idéer.

Eventuella frågor besvaras av Fredrik Bruno (fredrik.bruno@skk.se eller 08-795 31 17).



Bilaga: processen fram till strategin

Nedan följer en kortare redogörelse för de olika stegen som genomförts i visionsarbetet. Före sommaren ifjol lämnades en delrapport som uppdaterades i augusti. Delrapporten finns att läsa på Svenska Kennelklubbens webbplats och beskriver bland annat arbetet med visionsarbetets bakgrundsmaterial. En slutrapport om arbetet kommer att lämnas i samband med att Centralstyrelsen lägger sitt slutliga förslag inför Kennelfullmäktige 2023.

Omvärldsanalys

I mars 2022 samlades Svenska Kennelklubbens Centralstyrelse, kansliets ledningsgrupp, representanter för Kairos Future och ett antal inbjudna gäster till en workshop på kansliet. Målet var att diskutera och värdera utvecklingen i omvärlden och hundvärlden de kommande 10-15 åren.

Workshopen, ett antal efterföljande möten och Kairos Future gav oss den omvärldsanalys (se nedan) med tio viktiga trender som varit bärande i det efterföljande visionsarbetet.

Hundanalys

I samband med att omvärldsanalysen togs fram diskuterade visionsgruppen möjligheten att komplettera den med en analys av framtiden för hunden i allmänhet, och rashundar i synnerhet.

Kansliets avdelning för avel och hälsa fick i uppdrag att göra en spaning rörande konsekvenserna av den minskande genetiska variationen, den snabba utvecklingen inom molekylärbiologin och framtidens förväntningar på hundars mentalitet. Ur arbetet kom ytterligare tre trender som vi har arbetat med på samma sätt som de tio trender som omvärldsanalysen gav oss.

Målgrupps- och mediaanalys

Vi har anlitat en mediebyrå, Magna, för målgrupps- och mediaanalys. Målgruppsanalysen ger oss en bättre förståelse för vilka våra medlemmar är, men även viss insikt om vilka hundägare som valt att inte vara medlemmar i Svenska Kennelklubben.

Mediaanalysen hade till syfte att ge en ögonblicksbild av Svenska Kennelklubben i omvärldens ögon, men har även inneburit insikter i de möjligheter som finns i framtiden när det gäller att utnyttja det starka varumärke vi har idag.

Från medlemsanalysen tog vi särskilt med oss att 241 000 personer med hund i hushållet anger att de är medlemmar i Svenska Kennelklubben.

Siffran är högre än vi tidigare uppskattat antalet medlemmar till. Att inte veta hur många medlemmar som finns inom Svenska Kennelklubben, och att inte kunna



kontakta dessa medlemmar är en svaghet. Strategi 3 ger förutsättningar att adressera saken i framtiden, men redan nu har arbete påbörjats för att säkra en rättvis medlemsdemokrati.

Från mediaanlaysen tog vi bland annat med oss att Svenska Kennelklubbens varumärke är starkt och främst förknippas med kunskap och trovärdighet, men även att vi har ett arbete att göra när det kommer till öppenhet och inkluderande.

Enkätundersökning och personor

Den 29 april skickades en enkät ut med målet att nå samtliga medlemmar i Svenska Kennelklubbens organisation. Enkäten besvarades av ungefär 24 000 personer – resultaten ligger till grund för de medlemstyper som finns på framsidan av den här remissen och som följde med oss som affischer på turnén. I det avslutande arbetet med vision och strategier har vi också försökt testa våra idéer på respektive medlemstyp.

Turné

Den 13 september ifjol startade vi vår Sverigeturné i Höör. Innan turnén var klar hade SKK 2030 besökt 21 orter och genomfört tre digitala träffar med medlemmar och tre med representanter för specialklubbarna. Från varje träff finns en mind map sammanställd utifrån diskussionerna. Vi genomförde även en kortare enkät där deltagarna fick ge sin bild av Svenska Kennelklubbens styrkor och svagheter.

Från turnén har vi tagit med oss några tydliga önskemål från medlemmarna:

- Medlemmar som ägnar sig åt mer än en aktivitet med sin hund kan ibland vara tvungna att lösa en handfull medlemskap, det upplevs som dyrt och gör organisationen förvirrande för den enskilde medlemmen. Strategi 3 ger oss möjligheter att adressera frågan.
- Det finns önskemål om fler och fylligare IT-tjänster – en mer digital organisation helt enkelt. Stödstrategi 2 kommer att bidra till att ta Svenska Kennelklubben dit.
- Ökat påverkansarbete i allmänhet, och för att kunna behålla hunden senare i livet i synnerhet. Strategi 2 innehåller förslag som tar organisationen mot den förändring som efterfrågas.
- Mer utbildning av både uppfödare och hundägare, samt möjlighet till mentorsprogram för uppfödare. Strategi 1 adresserar dessa frågor.

Konferenser

Under 2022 och starten av 2023 har SKK 2030 deltagit vid ett antal konferenser och träffar med klubbar för att informera och inhämta idéer och synpunkter. Vi har bland



annat besökt läns- och specialklubbskonferenserna samt Svenska Kennelklubbens avelskonferens. Därtill har vi berättat om arbetet i samband med medlemsorganisationers fullmäktigemöten och konferenser vid en handfull tillfällen.

Deltagande på mässor

SKK 2030 hade en egen monter på Stockholm Hundmässan i slutet av 2022, på MyDog i början av januari 2023 var SKK 2030 på plats som en del i Svenska Kennelklubbens försäljningsmonter. I montern fanns möjlighet att läsa om våra omvärlds- och hundtrender men också att göra quiz och vinna muggar. I början av quizet fick deltagarna svara på några frågor om sitt hundägande, vilket framförallt gav oss vissa insikter om "vanliga hundägare".

Det visade sig att endast var tredje hundägare tar kontakt med sin uppfödare som första åtgärd när en ung valp har problem med magen men har ett gott allmäntillstånd, medan mer än hälften tar kontakt med veterinär. Resultaten visade också att hundägare i allmänhet är nöjda med veterinärvården i Sverige, de flesta gav betyget 8 av 10 och nästan 75 % gav betygen 7-10.

Visionsinternat

I början av 2023 samlades Centralstyrelsen, delar av kansliets ledningsgrupp, representanter för Sveriges Hundungdom och konsulter från Kairos Future till ett tvådagarsmöte för att utifrån det insamlade materialet lägga grunden till visionen och de strategier du läst om i det här dokumentet. Arbetet utgick från omvärlds- och hundanalyserna, alla turné-mind maps och medlemmarnas skattningar av Svenska Kennelklubbens styrkor och svagheter.

Efterföljande arbete

Visionsarbetets styrgrupp har bestått av Eva Lejdbrandt (SKK/CS), Thomas Uneholt (SKK/CS), Kees de Jong (kansliet) och Fredrik Bruno (kansliet). Styrgruppen arbetade efter visionsinternatet intensivt med att systematisera det material som arbetats fram, arbetet skedde under ledning av Kairos Future. I mitten av februari samlades Centralstyrelsen till ett avslutande visionsmöte för att fatta beslut om det förslag som nu presenteras.

Vi kan konstatera att Svenska Kennelklubben engagerar och att viljan till förändring är stor i organisationen. Det innebär att det finns förslag som har kommit fram i visionsarbetet som inte finns med i strategierna.

Några få saker har bedömts som alltför svåra att genomföra eller ge alltför begränsad nytta för hela organisationen, men många förslag har varit av karaktären att de behöver adresseras här och nu. De har istället hänskjutits till arbetet med verksamhetsplanen för den kommande perioden, förhoppningsvis kan vi genomföra flera av dem i ett kortare perspektiv än vad som gäller för det här arbetet.



Bilaga: omvärlds-, och hundanalys

Kairos Future har i samarbete med SKK identifierat tio trender som kommer påverka hunden och hundägandet under perioden fram till 2035. Det handlar om saker som händer i omvärlden, inte interna angelägenheter eller förändringar där SKK har stor möjlighet att påverka utvecklingen.

Vid aktiviteten "Trend Lab" som höll med CS, kansliets ledningsgrupp, Kairos Future och andra inbjudna personer identifierades ett större antal omvärldsförändringar som kunde förmodas påverka SKK i ett perspektiv som sträcker sig mot 2035.

Omvärldsförändringarna, eller *trenderna*, har sedan slagits ihop, delats, omarbetats och slutligen resulterat i trend 1-10.

Den grupp som arbetat med visionsarbetet har sedan, tillsammans med kansliets avdelning för avel och hälsa identifierat ytterligare tre trender som kommer att påverka verksamheten under den kommande tioårsperioden, dessa utgörs av trend 11-13.

1. Från nyttigt husdjur till individ med rättigheter

Idag uppfattas de flesta hundar inte bara som en familjemedlem utan också i allt högre grad som en individ med rättigheter liknande de som gäller en människa. Hundar följer med på fler arenor, får alltmer avancerad vård och blir mer accepterade i samhället och arbetslivet.

Hundens nya status och erkännandet av dess individualitet kan förväntas få konsekvenser i både opinion, lagstiftning och vilka tjänster och produkter som marknaden utvecklar.

2. Allt fler hundar i samhällets tjänst

Användningsområdena för hundar som nyttodjur har ökat explosionsartat under den senaste tioårsperioden. Diabeteshundar, covid-hundar, läshundar, terapihundar, listan kan göras lång.

Genom att vara en social och medicinsk resurs utan biverkningar blir hundar ett av många verktyg för att minska såväl mänskligt lidande som resursförbrukning i offentlig sektor. Vård och omsorgsbehovet väntas öka i samhället vilket innebär att fler hundar kan förväntas arbeta i samhällets tjänst framöver.

3. Algoritmstyrda informationsflöden och kunskapskällor

43 procent av svenskarna läser nyheter via sociala medier. Medan de scrollar på Facebook styrs innehållet de ser av finjusterade algoritmer som på bästa sätt ska fånga deras uppmärksamhet, den uppmärksamheten kan sedan säljas till annonsörer.



Bland konsekvenserna av algoritmstyrda informationsflöden och kunskapskällor finns en åsiktpolarisering i samhället, ökad tilltro till konspirationsteorier och så kallade filterbubblor som gör att människors åsikter bekräftas av likasinnade.

4. Individens och organisationers hållbarhetsansvar växer

I takt med samhällets ökande fokus på hållbarhet, både ekologisk, ekonomisk och social, ökar individens, företags och organisationers ansvar för helheten. Från att begreppet hållbarhet ursprungligen ofta avsåg ekologisk hållbarhet - "miljön" - har det breddats till att också omfatta social och ekonomisk hållbarhet.

Även hundägandet påverkas av hållbarhetsambitioner, både genom ett ökat intresse för att rädda gatuhundar men också i form av ifrågasättande av själva hundintressets miljöpåverkan. Om hundar bara är till för människors nöjes skull, hur rimlig blir deras klimatpåverkan genom matproduktion, transporter och annan hundrelaterad konsumtion?

5. Ökande medicinska möjligheter och kostnader

Tack vare medicinsk forskning och teknisk utveckling ökar ständigt möjligheterna att bota och lindra hundars sjukdomar och skador. I kombination med att hunden alltmer upplevs som en familjemedlem ställer hundägarna högre krav på mer kvalificerad vård allt senare i djurets liv. Den här utvecklingen väcker frågor om vad som är etiskt, både ur hundens och hundägarens perspektiv. Exempelvis kan behandlingar med syfte att förlänga livet vara smärtsamma för djuret, är det då rimligt att ge sådana till äldre hundar?

Sammantaget leder den här utvecklingen till att allt fler hundägare riskerar att inte ha råd att vare sig försäkra eller ge sin hund den vård som lagen föreskriver, eller den vård som de själva anser att deras hunds förtjänar.

6. Ideell organisering på nya villkor

Sättet människor organiserar sig och hur människor vill delta och bidra har förändrats. Ett tydligare kundperspektiv kan märkas bland medlemmar där den egna nyttan eller glädjen av medlemskap sätts i första rummet. Ökande levnadsstandard innebär möjligheter att köpa tjänster föreningar tidigare kunde tillhandahålla och innebörden av medlemskap devalveras av diverse kundklubbar för konsumenter.

Samtidigt erbjuder teknikutvecklingen nya möjligheter att hålla möten med mindre inverkan på privatlivet, och det finns heller inget som tyder på att det totala engagemanget för ideell verksamhet försvagas. Framtiden innebär med säkerhet ett nytt landskap med nya utmaningar för att kunna tillvarata det engagemang som finns.



7. Alltmer pengar i hundar och hundägande

Hundägande och hundintresse är en marknad som attraherar alltmer pengar. Inte bara från köpglada hundägare som vill bjuda sina hundar på skraddarsydd kost och tillskott. Ett ökande antal professionella aktörer ser en möjlighet att tillgodose behov som hundägare är villiga att betala för. Hundägare erbjuds kurser, träningar och tävlingar av företag när medlemsföreningar inte kan leverera. Hundintresserade ungdomar erbjuds gymnasieutbildningar med hundtematik.

En avart är den ökande smugglingen med hundar, uppfödda under dåliga villkor och med dåliga förutsättningar för ett gott liv. Ett växande hundintresse och, åtminstone fram till den senaste inflationsvågen, en ökande levnadsstandard har bidragit till att det finns alltmer pengar i hundar och hundägande. Att antalet hundägare i samhället ökat de senaste åren förstärker utvecklingen framåt.

8. Rasavelstraditionen utmanas

Traditionen med rasavel utmanas från flera håll, både ur tekniska och värderingsmässiga perspektiv. Trenden ska ses som relativt omogen, men högst relevant för SKK:s medlemmar och verksamhet.

Den genetiska inavelsgraden ökar till följd av slutna stamböcker, vilket riskerar att medföra hälsoproblem vilket i sin tur väcker frågan om rashundars fördelar. På senare år har också livsvillkoren för vissa raser med hälsomässigt ofördelaktig anatomi uppmärksammats i media och av djurrättsaktivister. Det har i exempelvis Norge och Tyskland lett till ingripanden från domstolar och lagstiftare för att komma till rätta med problemen.

Själva begreppet ras och dess historiska koppling till ojämlikhet och rasism har uppmärksammats mycket i delar av den allmänna debatten. I dagsläget är rasbegreppets problematik och hundavel inte en del av den allmänna debatten, men debatten om ras och rasism är ett av de fenomen som utmanar rasavelstraditionen.

9. Digitalisering av hundägandet

Samhällets digitalisering, alltså det ökande användandet av digitala och intelligenta maskiner påverkar även hundägandet. Bland de redan etablerade företeelserna finns internetbaserade utbildningar och distansmedicin (exv. Agria Vårdguide).

Med så kallade wearables, exempelvis halsband med sensorer, kan hälsodata kontinuerligt samlas in, liksom hundens position och rörelser i terrängen.



Dessutom kan hundens sinnestillstånd klargöras, något som påstås kunna underlätta relationen mellan människa och djur. Liksom på många andra områden kommer insamlandet och analys av användardata leda till helt nya tjänster och erbjudanden.

10. Tilltagande konkurrens om plats och mark

Urbanisering, växande befolkning, klimatförändringar som kräver ytor för att öka den naturliga motståndskraften mot exempelvis extremväder, ökat intresse för friluftsliv, konflikter mellan renägare och andra aktörer, vikande biologisk mångfald som kräver orörda områden.

Allt pekar på en tilltagande konkurrens om platser och marker, vilket får konsekvenser för hundägandet som behöver rastgårdar, promenadstråk, tävlingsplatser med mera. Platsbrist betyder ökade markpriser och hyror samt en ökad risk för konflikter med andra aktörer med liknande behov. Samarbeten och koordinering är viktiga nycklar för framtiden.

11. Minskande genetisk variation

Våra rashundars genetiska variation minskar. Stängda stamböcker och riktad avel inom snäva populationer har inte bara medfört större likhet i utseende och egenskaper inom respektive ras, utan även likhet på insidan.

Vårt sätt att mäta inavelsgrader idag är begränsat och visar egentligen bara ökningen av inavelsgrad de senaste fem generationerna. Med hjälp av nya molekylärgenetiska metoder har forskare kunnat visa att de faktiska inavelsgraderna ligger betydligt högre än vi tidigare trott.

12. Explosiv teknisk utveckling

Den senaste 20-årsperioden har inneburit en explosion i kunskapsläget avseende molekylärgenetik. Det har lett till en ökande tillgång på DNA-tester som i vissa fall kan vara till stor nytta i avelsarbetet, men också tester som i praktiken gjort det svårare för uppfödare att välja avelsdjur. Under den kommande tioårsperioden kan vi vänta oss att den här utvecklingen fortsätter och ger oss verktyg som vi inte kan föreställa oss idag.

Även om den tekniska utvecklingen kommer att leda till många användbara nya verktyg i avelsarbetet finns det utmaningar förknippade med den. Det kan handla om att avgöra tillförlitligheten av olika tester eller DNA-tester med svårtolkade resultat.



13. Förändrade förväntningar på hundars mentalitet

Vi tror att morgondagens samhälle kommer att se annorlunda ut, även för hundarna. De kommer följa med på allt fler arenor, oftare stöta på arbetande hundar och betraktas som individer med rättigheter i allt högre utsträckning.

Samhället kommer att förvänta sig att hundar och framförallt hundägare kan hantera de nya situationer de ställs inför. I det sammanhanget blir det extra viktigt att den blivande hundägaren väljer en hund eller hundras som har förutsättningar att klara av de krav och förväntningar som framtidens vardag innebär.