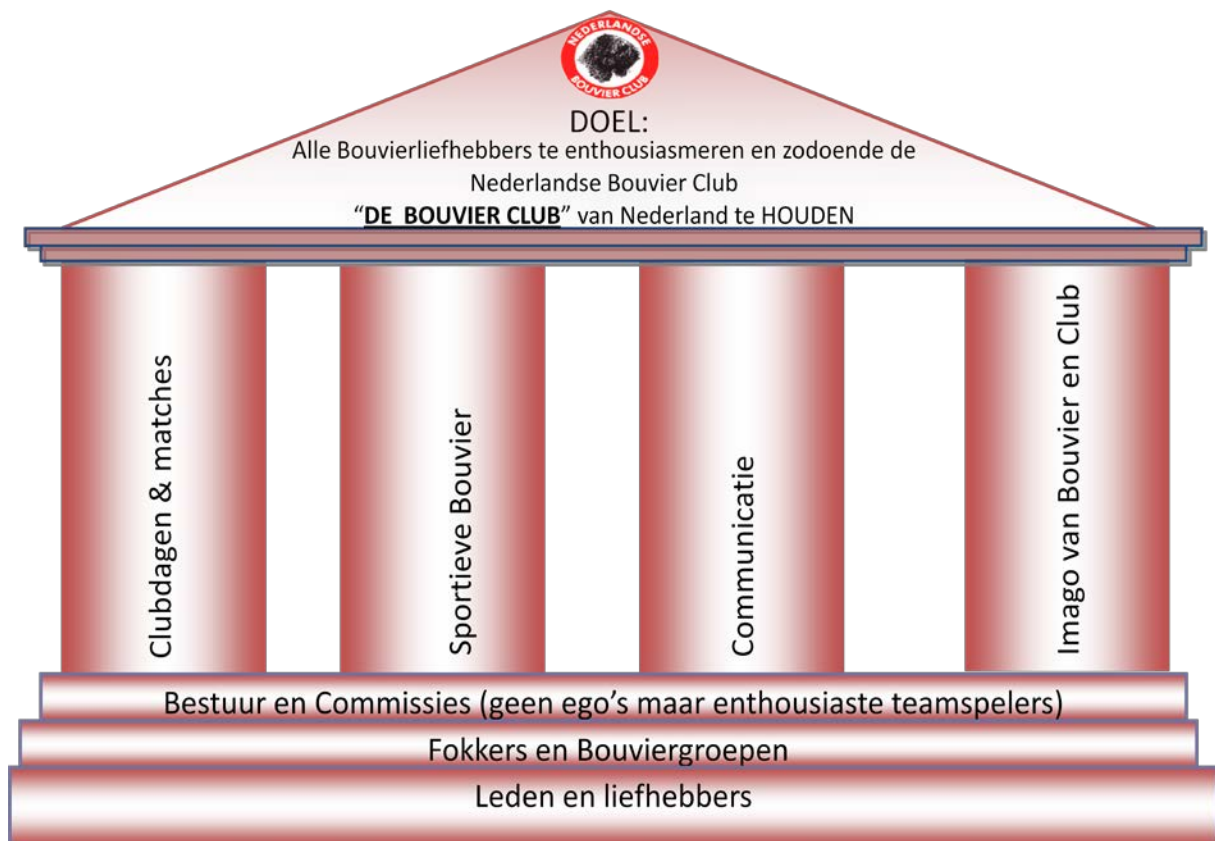




2015/2018

## Toekomstvisie en Meerjarenplan



## Voorwoord

Ondergetekende personen zijn door het bestuur a.i. gevraagd om voor de komende jaren een visie te ontwikkelen die de NBC uit de ontstane impasse gaat leiden.

Wij hebben getracht een visie en een meerjarenplan te ontwikkelen die onze Nederlandse Bouvier Club naar en door de toekomst zal leiden.

Er zullen in deze visie wat nieuwe benamingen vermeld staan die niet iedereen zal kunnen plaatsen en wellicht wat uitleg nodig hebben. Wij zijn vanzelfsprekend gaarne bereid aan een ieder die deze uitleg nodig heeft, verheldering te verschaffen.

Mevr. Jantina Oltwater  
Dhr. Pieter van Leeuwen  
Dhr. Rob van Dongen

## Inhoud

Voorwoord	2
Inhoud	2
Inleiding	3
Kernpunten / Structuur / De te verwezenlijken doelen	4
Focusgebieden / Huisstijl / Regiovorming	5
Ledenwerving/-behoud / Imago van de vereniging	6
Imago van de Bouvier	7
Imago analyse	8
Werking ALV / Probleemstelling / Conclusie / Doelstelling / Analyse / Voorstellen	8
Automatisering	9
95 jarig jubileum / Voorbeelden waar een Bouvier sportief in kan zijn	9
Organigram	10
Verklaring gebruikte afkortingen	11



## **OP NAAR 2018**

In 2018 viert de Nederlandse Bouvier Club (NBC) haar vijftienjarige bestaan. Als hoogtepunt willen wij ons richten op het organiseren van een groots opgezette KCM en de organisatie van de Bouvier World Cup (BWC) in Nederland. Dat kan alleen in een stabiele vereniging. Vanuit een stabiele omgeving willen wij ons met u gezamenlijk richten op dit doel.

## **BELEID – VISIE – STRATEGIE NBC**

Het bestuur heeft de afgelopen 10 jaar, mede door de vele bestuurswisselingen, veel tijd besteed aan o.a. brandjes blussen, knippen, lijmen en zalven binnen de NBC. Dit alles uiteraard met de bedoeling om de balans en rust terug te brengen in onze vereniging. Wat dan ook zeer zeker nodig was. Er zijn binnen onze vereniging drie "stromingen":

1. De show Bouvier
2. De sportieve Bouvier
3. De huis- en plezier Bouvier

Er was uiteraard ook veel aan de hand binnen onze NBC. Door binnen de verschillende commissies, maar ook in het bestuur de communicatie aan te gaan en openheid te creëren met betrokkenen hebben we samen redelijk wat voor elkaar gekregen. Maar dit heeft tegelijkertijd ook veel van onze energie gevegd en weinig ruimte gelaten om nieuw beleid te ontwikkelen. Nu moeten wij, als bestuur ons gaan richten op het maken van beleid.

## **HOE MAAK JE VERENIGINGSBELEID?**

Het is belangrijk om te beginnen met het ontwikkelen van een visie. In de visie van de vereniging moet beschreven worden hoe de vereniging denkt over haar imago, communicatie, de doelgroepen, leden en potentiële leden, het gewenste organisatie- en bestuursmodel. Wij beschrijven hiermee in grote lijnen de koers die de vereniging wil varen. Vervolgens maken we een zogenaamde sterkte - zwakte analyse (interne analyse). Waar de NBC goed in en waar de vereniging minder goed in is. Maar ook waar liggen kansen die benut kunnen worden en waar liggen bedreigingen (omgevingsanalyse), waar de vereniging voor op moet passen. Meegenomen moet worden wat momenteel de ontwikkelingen in de maatschappij, kynologische wereld en de hondensport zijn. Aan het bepalen van een strategie en het formuleren van beleid gaat altijd een analyse van de vereniging vooraf. Vanuit deze analyse kunnen vervolgens strategische doelstellingen omschreven worden, die middels deel doelstellingen worden vervolgd. Hierbij mag niet worden vergeten of de doelstellingen te toetsen of ze specifiek voor de NBC zijn voor ons ras, meetbaar, acceptabel voor de achterban, realistisch en tijdgebonden zijn.

En tevens in acties of werkplannen verder kunnen worden uitgewerkt. Met een beleidsplan beschikt de vereniging over een instrument dat duidelijkheid geeft voor zowel het bestuur, de commissies, de leden, Bouviërgroepen, sponsors en andere belanghebbenden.

Kortom; de NBC weet waar zij voor staat en kan dat ook aan haar leden en anderen duidelijk maken.

Dit gaat echter niet vanzelf en vraagt om goed bestuur. Het is de taak van de bestuurders om de NBC zo in te richten, te besturen dat deze een unieke en bijzondere plaats in blijft nemen in de kynologische wereld. Als NBC sta je voor de uitdaging om je in te onderscheiden van andere verenigingen en een toegevoegde waarde te creëren. Wij hebben reeds langdurig bewezen een voorloper en voorbeeld voor andere verenigingen te zijn. Hieraan werken is geen eenmalige aangelegenheid, maar een continu proces van positioneren en herpositioneren. Een heldere strategie is nodig om constant met de toekomst van de vereniging bezig te zijn. Beleid is nodig om daar handen en voeten aan te geven. Het verenigingsbestuur is hiervoor verantwoordelijk, en bepaalt zo het gezicht en de koers van de vereniging.

Het NBC beleid is nu vastgelegd in een vijfjarenplan en onderverdeeld in een jaarplan / evenementenkalender. De verantwoording naar de Algemene Leden Vergadering (ALV) van de behaalde doelstellingen wordt jaarlijks vermeld in de verslagen van bestuur en haar commissies.

## **KERNPUNTEN**

- Het ras de Bouvier
- Doestellingen van de NBC
- Imago
- Communicatie
- Doelgroepen
- Leden
- Potentiële leden
- Gewenst organisatie- en bestuursmodel
- Waar is de NBC goed in
- Waar is de NBC minder goed in
- Bedreigingen van buitenaf
- Maatschappelijke ontwikkelingen
- Ontwikkelingen binnen de kynologische wereld
- Ontwikkelingen specifiek gericht op de hondensport
- Brede -hondensport

Hierbij mag niet worden vergeten om de doelstellingen te toetsen of ze specifiek voor de NBC het ras, meetbaar, acceptabel voor de achterban, realistisch en tijdgebonden zijn.



## **BESTAANDE VERENIGINGSSTRUCTUUR**

- Algemene leden Vergadering
- Het bestuur
- Commissies
- Bouviërgroepen
- Sponsors
- Andere leden
- Verenigingsvolgers en belangstellenden
- Rekening houden met RvB en FCI

## **TE VERWEZELIJKEN DOELEN**

- Mogelijkheid tot creëren van regio's (regiovorming, echter niet meer dan vier),
- ALV: moderniseren werking, structuur en hiërarchie,
- Commissies 'Clubdagen en Matches' en 'sportieve Bouvier': inhoud geven aan structuur, draagvlak en systematiek,
- Aanwerving, interne doorstroming naar en verjonging van leden, Bouviërgroepen,
- Jeugd: doorstroming in de fokkerij, Clubdagen en Matches (CM) en sportieve Bouvier (SB) *(voor een overzicht van diverse sportieve Bouviërs zie bladzijde 12)*
- Bouviërgroepen: betere identificering met algemeen NBC beleid en belangen,
- Ledenbehoud en ledenaanwas,
- Imago en Identiteit van de NBC,
- Imago van de Bouvier
- Communicatiemiddelen: twee maandelijks Bouviërnieuws, website en digitale maandelijks nieuwsbrief, social media (Facebook/Twitter)
- Sponsoring en adverteerders
- Huisstijl, zoals logo's, kleurcodes en lettertypes. Deze visuele kenmerken vormen samen onze huisstijl, waarmee we uitdragen wie we zijn (identiteit) en waar wij voor staan als NBC
- De Bouviërgroepen als kraamkamer van evenementen

## **FOCUSGEBIEDEN**

- De Commissies (CM. en SB.) geven inhoud aan structuur, draagvlak en systematiek
- Verenigingsfokreglement
- Bouvier Experience (verzamelnaam van allerlei activiteiten van workshops, lezingen en allerlei informatie bijeenkomsten)
- Regiovorming
- Communicatiemiddelen

Middenlange termijn 2015-2017

- ALV: moderniseren werking, structuur en hiërarchie
- Imago
- Huisstijl: uniformering van briefpapier, gebruikte lettertypes en ontwikkeling van een jubileumlogo
- Automatisering: website, digitale nieuwsbrief, digitaal BN en eventueel een programma voor het maken van catalogi t.b.v. evenementen

Lang termijn 2015-2018

- 23 april 2018: 95 jaar NBC
- Uitzonderlijke KCM
- Bouvier World Cup in Nederland

## **HUISSTIJL**

"Werk in stijl"

De visuele kenmerken zoals logo's, kleurkeuze en lettertype vormen samen onze huisstijl, waarmee we uitdragen wie we als NBC zijn (identiteit) en waar wij voor staan als vereniging.

Voor het 95-jarig jubileum van de vereniging zal een logo ontwikkeld kunnen worden dat (tijdelijk) het huidige logo zal vervangen.

## **REGIOVORMING**

Structurele vermindering van het aantal leden en Bouviertgroepen maakt herpositionering noodzakelijk. Het verloop is daarbij groot, wat zeer slecht is voor de kwaliteit en continuïteit.

Een alternatief is te komen tot een viertal sterke regionale afdelingen van ca 250 leden en rond de 15 Bouviertgroepen of meer. Op dit moment zijn er de volgende Bouviertgroepen:

- Noord Oost
  1. BD Groningen (BHN programma met diverse rassen)
  2. BD Almere-Haven (IPO programma met diverse rassen)
- Noord West
  3. BD Hilversum (IPO programma met Bouviers)
  4. BD Haarlemmermeer (IPO programma met diverse rassen)
  5. BD Woerden (IPO programma met diverse rassen)
- Zuid West
  6. BD Spijkenisse (IPO programma met diverse rassen)
  7. BD Klundert (IPO programma met diverse rassen)
  8. BD Prinsenbeek (IPO programma met Bouviers)
- Zuid Oost
  9. BD Elshof (IPO programma met diverse rassen)



## LEDENWERVING / -BEHOUD

Dat de exposanten op shows en de Bouviergroepen de kraamkamer van de NBC zijn, is een veelgebruikte uitspraak. De fokkers, exposanten en Bouviergroepen spelen een belangrijke rol in het werven en behouden van leden. Gezocht zal worden naar manieren waarop het bestuur de Bouviergroepen kan ondersteunen in het op een juiste manier voorlichten van potentiële leden.

In het idee voor een Regiovorming zou een financiële paragraaf opgenomen moeten/kunnen worden dat Regio's een vergoeding kunnen krijgen per lid. Hiermee hopen wij de Regio's te stimuleren om zelf initiatieven te ontwikkelen om leden te werven en te behouden. (bijvoorbeeld door de contributie te verhogen met een klein bedrag en dit ten gunste van de regio te laten vallen. Het financiële beheer blijft echter ten alle tijden onder de verantwoording van het NBC bestuur)

Fokkers spelen uiteraard ook een belangrijke rol bij het werven van leden. Bij de verkoop van een Bouvierpup kan een fokker de NBC promoten en kopers adviseren zich aan te sluiten bij een Bouviergroep. Onderzocht zal worden hoe wij fokkers hiervoor kunnen motiveren en hierin kunnen ondersteunen. (bijvoorbeeld door ze een vergoeding te geven bij ieder nieuw lid)



## IMAGO EN IDENTITEIT VAN DE VERENIGING

Wat is imago? Het is een beeld, dat leden van de NBC hebben. Bij de afkorting denk je al snel aan Nederlandse Bouvier- Boxer-, Briard-, Beauceron Club. Is deze afkorting onze identiteit? Zeker niet het imago, daar zorgt ieder lid voor. Wanneer het imago en de identiteit in overeenstemming zijn, betekent dat een optimale situatie (te mooi om waar te zijn in de praktijk van alle dag). Het publiek (inclusief leden), denkt dan namelijk over de vereniging zoals de vereniging dat wenst. Je moet als vereniging continue werken aan behoud en verbetering van je imago.

Er zijn drie instrumenten, waarmee je het imago kan vormen:

1. Gedrag = Hoe staat de vereniging in haar omgeving, hoe worden de diensten aangeboden bij de leden en eventuele nieuwe leden.
2. Communicatie = Alle vormen van communicatie met de doelgroepen, zowel intern als extern. **Vooral interne communicatie is hierbij zeer belangrijk.**
3. Symboliek = logo's, uitstraling Clubblad (maandelijks) (digitaal), website, nieuwsbrief, briefpapier, kortom de huisstijl.

Door middel van deze drie instrumenten, kan de vereniging reageren op signalen vanuit de omgeving en het imago aanpassen (indien gewenst). Beeldvorming wordt gevormd door directe en indirecte ervaringen met de NBC. Deze worden gevormd op basis van eigen ervaringen. De indirecte ervaringen zijn niet te beïnvloeden. Alle communicatie-uitingen vormen namelijk het beeld dat men van een vereniging heeft. De NBC kan, afhankelijk van de gewenste doelstelling, verschillende imago's hebben bij alle verschillende doelgroepen. Het beeld wordt o.a. beïnvloed door het optreden en de presentatie van de vereniging als geheel. Het wordt in hoge mate bepaald door emoties, meningen en indrukken. Naast de naam van de vereniging, komen we binnen onze club de woorden tegen oudste club, fokkers, liefhebbers en Bouvier.

Als fokker en liefhebber (ieder lid) bent u verantwoordelijk voor uw hond(en). Beiden zorgen en dragen bij aan het imago. Het maandblad, website en/ de nieuwsbrief, die u leest, zijn onze communicatiemiddelen.

De laatste jaren is er op diverse niveaus gesproken over ledenbehoud. Naast behoud is het zeer belangrijk hoe wij omgaan met nieuwe leden, ieder potentieel lid en bestaand lid heeft een bepaald verwachtingspatroon van wat bijvoorbeeld een Bouviergroep kan bieden. Kunnen wij daaraan voldoen? Niet altijd, dat zou ook onmogelijk zijn. We moeten wel alert zijn en streven om de leden veel te bieden en aan ons te binden.

Bouviergroepen zijn daar zeer belangrijk bij. Helaas ontvangt het bestuur diverse uiteenlopende klachten die, samengevat, veelal betrekking hebben op de opvang van nieuwe leden bij Bouviergroepen. Ook ontvangt het bestuur regelmatig klachten over fokkers inzake het kopen van een pup.

Iedere negatieve beeldvorming wordt sneller uitvergroot en geprojecteerd naar de gehele NBC dan positieve beeldvorming, dat wordt veelal als gewoon / normaal ervaren. Laten we samenwerken aan een goed imago.

Samen met de redactie zal het bestuur trachten het imago van zowel de Bouvier als van de NBC te verbeteren. Het gehele bestuur zal zich met dit onderdeel van het meerjarenplan moeten bezighouden.

### **IMAGO VAN DE BOUVIER**

Onze Bouvier heeft een slecht imago ?  
We kunnen met zijn allen onze kop in het zand steken en pretenderen dat er niets aan de hand is, of denken dat er niets aan de hand is. We moeten snel pro-actief nadenken en de nodige acties ondernemen.



We constateren al jaren achtereen een achteruitgang in fok en verkoop van de Bouvier.

Wat er zich op en rond Bouviergroep terreinen afspeelt is voor ons niet altijd goed in te schatten. Zo worden nieuwe bezitters regelmatig geconfronteerd met Bouviergroepen die hun eigen parochies erop nahouden. Een aantal Bouviergroepen functioneert niet zoals mag worden verwacht.

Mensen die de Bouvier kiezen, kiezen deze voor zijn verschijning, veelzijdigheid, zijn betrouwbaar karakter en intelligentie. Kortom zijn sterke kwaliteiten. Zij kiezen hier bewust voor. Er wat mee gaan doen op een Bouvier groep of als huishond behandelen zijn twee uitersten.

Daarnaast merken we ook meer en meer, dat er met dit ras een toenemende broodfok ontstaat en dat nesten zonder papieren worden aangeboden. Deze honden zijn niet gekeurd en voldoen niet aan de hoog gestelde eisen over hun gezondheid, structuur en karakter.

Dit kan uitmonden in een toename van heup- en elleboogdysplasie, oogafwijkingen en karakterproblemen. Deze honden worden in verband gebracht met kwaliteitshonden, die wel een hele reeks proeven hebben ondergaan om hun bewijs van fokgeschiktheid te verkrijgen en zetten de professionele fokkers die wel heel bewust fokken met een juist gebruik van bloedlijnen, bouw en karakters te kijk. Deze fokkers en hun honden worden vervolgens meegetrokken in het beeld wat van de Bouvier is ontstaan. Overigens zien we ook bij onze fok een neerwaartse spiraal ontstaan als het gaat om het promoten van het imago van onze Bouvier.

Dit alles met als gevolg een slecht imago bij de buitenwereld, mindere verkoop van kwaliteitshonden, toename van broodfok, achteruitgang van het ras, afname van kopers, afname van leden bij de NBC,

vermindering in opkomst bij evenementen en afname interesse van sponsors. Deze laatste groep wil niet in verband gebracht worden met een negatief imago.

Een goed Verenigings Fok Reglement (VFR) dat kort geleden is goedgekeurd door de RvB, en de juiste communicatie over de kwaliteitsfokkerij die door dit reglement ontstaat, moeten de basis vormen van verbetering van het ras en het imago van onze Bouvier. Het bestuur gaat ook nadenken over een "sterrensysteem" voor fokkers die zich aan het Verenigings Fok Reglement houden.

## **IMAGO**

Om Imago te kunnen analyseren, moeten we alle onderwerpen na benoeming onderbrengen bij de drie hoofdonderwerpen.

A.	B.	C.
Organisatie	Product	Communicatie
ALV	Bouvier	Bouviernieuws
Bestuur	Fokkers	Website
(Regio)	Lid	Social Media / Nieuwsbrief
Bouvier groepen	Lid, eigenaar/geleider	Brief, E-mail en nieuwsbrief

De navolgende vragen moeten wij ons hierbij stellen:

- Beeld van NIET leden t.o.v. onze rashond de Bouvier
- Beeld van de LEDEN met / zonder hond, t.o.v. de hond en de NBC
- Beeld van actieve leden, die Bouviervgroep gebonden zijn t.o.v. hun BG/regio/bestuur
- Hoe kijken adverteerders en sponsors aan tegen de Bouvier
- Hoe kijken sponsors aan tegen de NBC
- Wat zijn de persoonsgebonden verwachtingen over de hond, fokker, NBC, Bouviervgroep, Bouviernieuws, website en nieuwsbrief
- Klachten en vragen van leden, hoe gaan we daar mee om en hoe lossen wij die op
- Hoe krijgen we NBG leden omgeschakeld naar NBC leden

## **WERKING ALGEMENE LEDEN VERGADERING (ALV)**

### **PROBLEEMSTELLING**

- De ALV functioneert niet goed
- Bij de laatste ALV (maart 2015) was 6 % van de leden passief aanwezig, er is te weinig communicatie over en weer
- Eigenbelang boven het algemeen NBC belang
- Waar blijft het creatief meedenken of proactief beslissen
- Belangstelling voor welk onderwerp dan ook is minimaal
- Een lid meldt zich te snel of helemaal niet af voor de ALV
- Sommige commissies reageren minimaal op bepaalde zaken
- Schriftelijke rondvragen, worden minimaal gesteld

### **CONCLUSIE**

- De ALV mist draagkracht, slagvaardigheid, dynamiek, pro-activiteit en inventiviteit
- Geen verrijkende initiatieven, (verlies van leden en toenemend budget tekort)

### **DOELSTELLING**

- Het komen tot meer leden die de ALV bezoeken en proactief gaan meedenken, en die de NBC kunnen opwaarderen



## **ANALYSE**

- Geen diepte- en breedtebehandeling onderwerpen
- Dominante sprekers blokkeren functioneren andere leden
- Normen, waarden en respect tegenover het bestuur
- Er wordt geen orde gehouden iedereen praat door elkaar
- Geen duidelijke missie en rol in de ALV
- Gemis van communicatieve vaardigheden
- Slecht op de hoogte van de agendapunten
- Geen voorbereiding op de stukken
- Veel eigen belang

## **VOORSTELLEN**

- Balans zoeken waardoor alle doelgroepen adequaat worden vertegenwoordigd
- ALV meer interactief met meer het SAMEN / WIJ gevoel

## **AUTOMATISERING**

Het maken van catalogi voor evenementen is een tijdrovende bezigheid, waarbij veel informatie verwerkt moet worden. Dit is een grote last voor organisatoren van evenementen en vaak blijken er (veel) fouten in de gegevens van de honden te zitten. Dit laatste komt enerzijds door slecht ingevulde inschrijfformulieren (vaak ontbreekt het bij degene die de catalogus maakt ook aan kennis om ontbrekende informatie aan te vullen dan wel om foutieve informatie te corrigeren), anderzijds door tijdsdruk.

Het bestuur zal, in nauwe samenwerking met de redactie, een programma ontwikkelen dat ingevoerde gegevens in een digitaal formulier omzet in een catalogus. *( wij zijn er niet zeker van of we al zoiets hebben. Volgens ons zijn er de afgelopen twee jaar al digitale inschrijvingen voor bijvoorbeeld de KCM mogelijk geweest, maar wij weten niet wat er daarna gebeurde)*



## **95-JARIG JUBILEUM**

Het jubileum zal in 2018 spectaculair gevierd worden met o.a. de organisatie van de Bouvier World Cup. Maar ook zal gekeken worden naar andere manieren om dit lustrum te vieren. Met name naar de organisatie van een uitgebreide KCM. In 2016 zullen hiervoor plannen worden gepresenteerd.

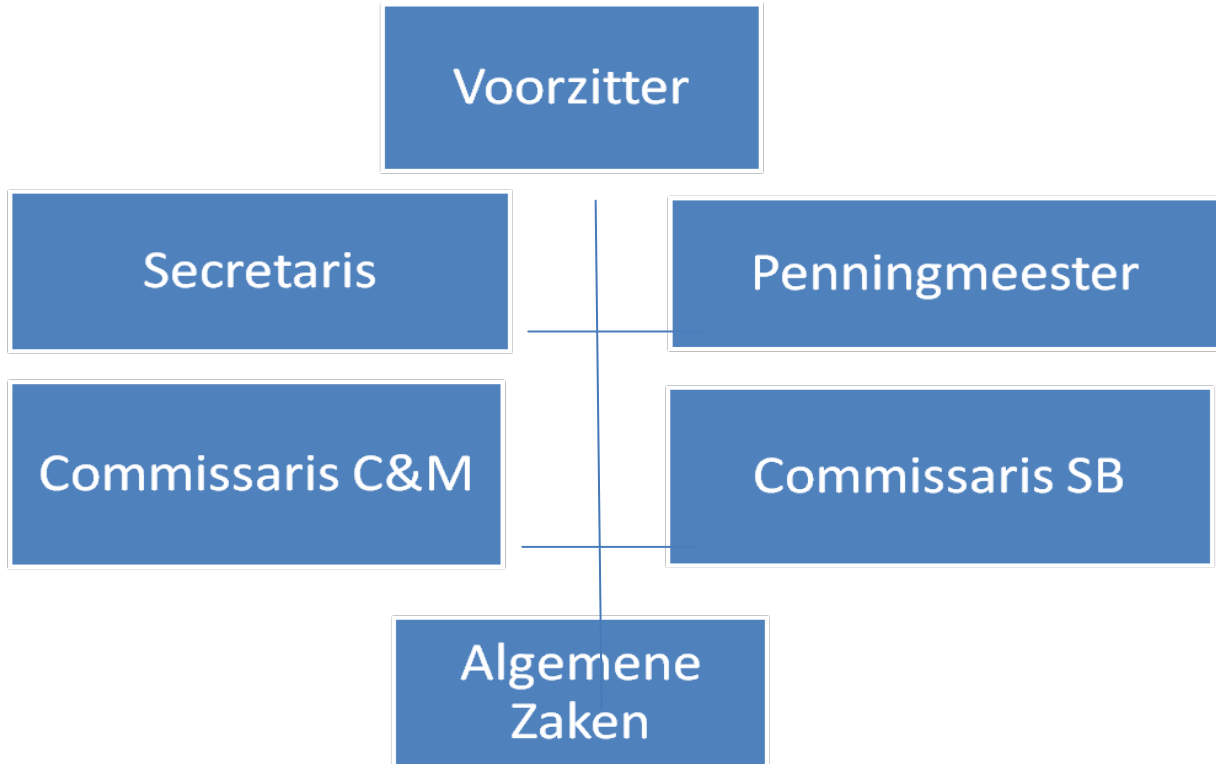
Voorbeelden waarin een Bouvier o.a. actief kan zijn:

- Behendigheid
- Reddingshond
- I.P.O. programma
- K.N.P.V. programma
- Flyball
- Doggy dance
- Frisbee
- Clickertraining
- Speurhond
- B.H.N. programma
- Herding (schapen drijven)
- G&G programma
- Dog diving
- Apporteersport
- Treibball



## ORGANOGRAM

Mogelijke organisatie structuur:



Korte Taakomschrijvingen:

Voorzitter :Algehele leiding en stuurt zijn/haar medebestuurders aan. Leid ook alle vergaderingen. Tevens ook verantwoordelijk voor het pakket van Algemene zaken.

Secretaris :Verantwoordelijk voor alle Inkomende en uitgaande correspondentie.

Penningmeester :Verantwoordelijk voor alle financiële handelingen namens de vereniging en zorgt voor een gedegen en gesloten boekhouding.

Com. C&M : Verantwoordelijk voor de organisatie van de clubdagen en matches incl. de wandelingen en fokkersbijeenkomsten (Bouvier Experience).

Com. SB :Verantwoordelijk voor de organisatie van alle sport en spel wedstrijden en opleidingen.

AZ : Verantwoordelijk voor Website, Bouviernieuws, Nieuwsbrieven, Sociale Media, Winkel en Huisstijl (bewaking)

De Commissarissen C&M en SB zijn het aanspreekpunt voor hun commissies. Het bestuur is verantwoordelijk.

## **VERKLARING GEBRUIKTE AFKORTINGEN**

Op alfabet:

- ALV Algemene Leden Vergadering.
- BG Bouvier Groep – voorheen bekend als Bouvier Dressuurgroep. Met deze nieuwe naam komt de weg vrij voor de Bouvier groepen om ook de andere disciplines te gaan geven op de diverse verenigingen.
- BHN Bond voor Hondendressuur Nederland – Tak van sport met de Bouvier.
- BN Bouvier Nieuws - twee maandelijks cluborgaan.
- BWC Bouvier World Cup – Jaarlijkse wedstrijd om de officiële wereldtitel.
- CCM Commissie Clubdagen & Matches – voorheen bekend als de Commissie Kynologie. Met deze nieuwe naam brengen we onderscheid op de term Kynologie. Tenslotte zijn alle honden zaken samen te vatten onder Kynologie.
- CSB Commissie Sportieve Bouvier –voorheen bekend als de Commissie Africhting. Met de nieuwe naam worden alle sportieve zaken die er mogelijk zijn met een Bouvier onder een noemer gebracht.
- FCI Federation Cynologique Internationale.
- G&G Gedrag en Gehoorzaamheid – cursus van Cynophilia.
- KCM Kampioenschaps Club Match – Op deze schoonheidswedstrijd krijgt de winnaar de titel Clubwinnaar met jaartal.
- KI Kynologisch Instructeur.
- KNPV Koninklijk Nederlandse Politiehonden Vereniging – Tak van sport met de Bouvier.
- NBC Nederlandse Bouvier Club.
- NBG Nederlandse Bond voor Gebruikshonden.
- RvB Raad van Beheer.
- SpL Spoorlegger
- SpU Spooruitzetter
- VFR Verenigings Fok Reglement
- VZH Verkeers Zekere Hond – is een te behalen officieel certificaat met je Bouvier. Het bevat zowel een praktijk- als een gehoorzaamheid gedeelte

