

Jaarverslag 2010

www.licg.nl
over houden van huisdieren



LICG
landelijk informatiecentrum gezelschapsdieren



2010: Een bijzonder jaar

Afgelopen jaar was een bijzonder jaar. Zo waren er bijvoorbeeld de ongekend spannende verkiezingen voor de Tweede Kamer en de gemeenteraad. Lange tijd was met name in de landelijke politiek onduidelijk hoe de nieuw te vormen coalitie er uit zou komen te zien.

Hoe zo'n nieuwe coalitie er uit komt te zijn, lijkt misschien niet zo belangrijk voor het LICG. Maar dat is het wel. Het bepaalt het politieke klimaat. Het bepaalt de politieke kleur van een ministerie. Het bepaalt op welke wijze inhoud aan het beleid gegeven zal worden. En daarmee is zo'n nieuw te vormen coalitie bepalend voor de werkzaamheden en – nog belangrijker – de toekomst van het LICG.

Ongeacht de precieze samenstelling van de coalitie was al wel duidelijk dat met een financiële krimp rekening gehouden moest worden. In de loop van 2010 werd duidelijk wat de omvang van de te realiseren krimp was. Zoals verwacht bleek het te gaan om een substantieel bedrag. Het bestuur gaf daartoe de penningmeester en de directeur opdracht om de krimp te realiseren. Geen leuke opdracht, maar het LICG heeft dit op een correcte, transparante manier gerealiseerd. De effecten daarvan zullen in de loop van 2011 zichtbaar zijn.

Uiteraard was 2010 méér dan politiek en krimp. Zo werd er in 2010 door het LICG hard gewerkt aan het ontwerpen en het bouwen van de nieuwe website van het LICG. Ook werd het lespakket "Minder hondenbeten" voor de groepen 1 tot en met 4 uit het basisonderwijs geïntroduceerd. En er werd een recordoplage van meer dan 387.000 boekjes ter gelegenheid van de Week van het Huisdier verspreid.

Dit alles uiteraard met als doel om er voor te zorgen dat kopers en eigenaren van huisdieren de weg naar het LICG weten te vinden. Want op de website van het LICG vinden ze een schat aan informatie. Informatie, die op een toegankelijke manier geschreven en direct toepasbaar is. Informatie, die het kopers en eigenaren zo eenvoudig mogelijk maakt om op een verantwoorde manier huisdieren aan te schaffen en te verzorgen. Want wat is er nu leuker dan te zorgen voor een dier dat voor jou de X-factor heeft?

Het LICG kijkt tevreden terug op 2010 en is inmiddels al weer hard aan de slag gegaan om van 2011 een minstens net zo mooi jaar te maken, waarin we nóg weer meer kopers en houders gaan bereiken met onze informatie!

Prof. dr. F.J. van Sluijs
Voorzitter LICG

A close-up photograph of a bird's head, focusing on its long, wispy, light-colored feathers. The feathers are dense and have a soft, downy texture. The background is blurred, showing more of the bird's body and feathers. In the bottom left corner, there is a decorative graphic consisting of several overlapping, semi-transparent circles of varying shades of gray.

Onze dromen

Missie

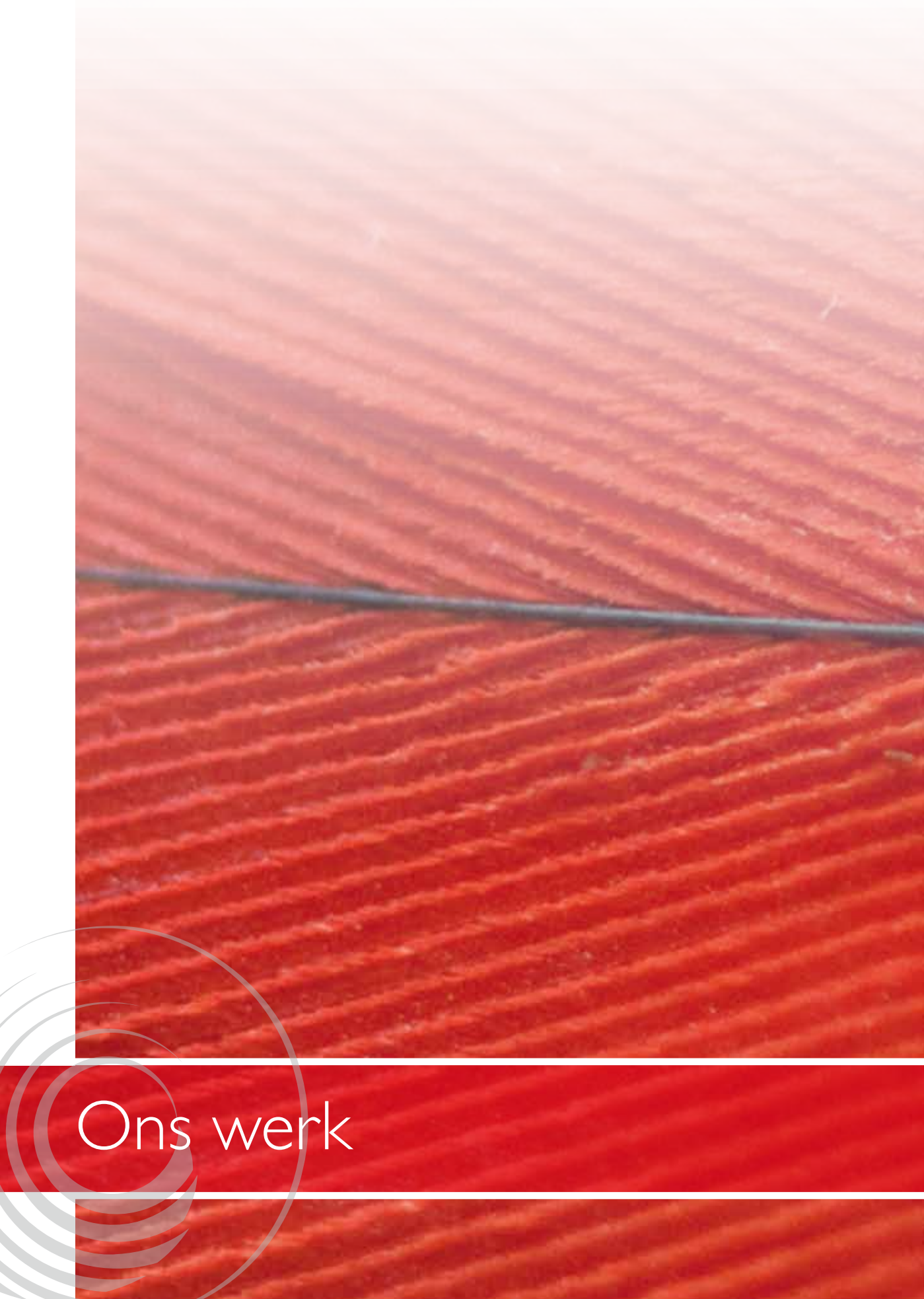
De mens als fokker, verzorger, handelaar of eigenaar van huisdieren speelt een belangrijke rol als het gaat om het welzijn van het dier. Die moet de wil en de kennis hebben om op verantwoorde wijze met huisdieren om te gaan. De missie van het LICG klinkt dan ook vrij eenvoudig: Het bieden van deskundige, betrouwbare, onafhankelijke en op de praktijk gerichte informatie die op wetenschappelijke wijze is getoetst aan alle huidige en toekomstige huisdierenbezitters en aan iedereen die op professioneel gebied in de huisdierenbranche werkzaam is. Daarmee voorziet het LICG in een maatschappelijke behoefte. Zo simpel als dit klinkt, zo omvangrijk is deze missie in de uitvoering. Met aansprekende campagnes en projecten, goede documentatie en een gemotiveerd team zet het LICG hier graag zijn schouders onder.

Visie

Het LICG van de toekomst staat voor één centrum waar iedereen met vragen over het houden van huisdieren terecht kan. Eén centrum dat zowel voor de professional als voor de particulier zeer toegankelijk is. Waar mensen heldere en betrouwbare informatie kunnen vinden en snel antwoord krijgen op hun vragen. Waar mensen het gevoel hebben zo snel en persoonlijk benaderd te worden dat zij in hun contacten met anderen als ambassadeurs van het LICG optreden. Over enkele jaren weet iedereen dat het aanschaffen van een huisdier begint met het bezoeken van de website van het LICG: op de website van het LICG staat immers betrouwbare informatie die helpt om tot een afgewogen besluit te komen. Vanzelfsprekend downloadt iedereen de huisdierenbijsluiter over het dier dat men wil gaan kopen. Iedereen weet óók dat als men eenmaal een huisdier heeft en men tegen vragen aanloopt, men bij het LICG nog steeds aan het juiste adres is. Op de website vindt men immers allerlei relevante informatie en doorverwijzingen en de huisdierenbijsluiters zijn een handig naslagwerk. De ervaren huisdierenbezitter en de professional waarderen het LICG om zijn deskundigheid en klantvriendelijkheid en ervaren hem als de betrouwbare adviseur over het houden van huisdieren. Het LICG van de toekomst is daarbij niet alleen de vraagbaak, maar voert ook actief campagnes om de relatie tussen mens en dier te verbeteren. Samenvattend is onze visie dan ook: Het LICG is voor iedereen hét vanzelfsprekende informatiepunt voor deskundige, betrouwbare, onafhankelijke en duidelijke informatie over huisdieren en alles wat daaraan gerelateerd is. Een ambitieuze droom... maar mede dankzij velen die de doelen van het LICG van harte steunen zeker haalbaar.

Doel

Uiteindelijk gaat het erom dat mens en dier samen een fijn en gezond leven hebben. Houden van dieren kan mensen plezier geven. Huisdieren zijn een bindende factor in de samenleving: maar liefst 56% van de gezinnen heeft een huisdier. Maar het kopen en houden van dieren brengt ook een verantwoordelijkheid met zich mee: een huisdier “kost” immers aandacht, tijd en geld. Het doel van het LICG is dat mensen, of ze nu koper, bezitter of professional zijn, op verantwoorde wijze met huisdieren omgaan en zo hun verantwoordelijkheid nemen om zorg te dragen voor het welzijn van dieren. Eerlijke informatie en goede voorlichting dragen bij aan (het zorgen voor) een goed dierenwelzijn. Het LICG bundelt daarom beschikbare informatie en ontwikkelt voorlichtingscampagnes. Zo is iedereen in staat om goed voor huisdieren te zorgen en kan iedereen een bijdrage leveren aan een beter dierenwelzijn.



Ons werk



Om een beter welzijn voor huisdieren te realiseren, gaan we dag in dag uit hard aan het werk. We maken huisdierenbijsluiters, praktische documenten en spreekbeurten. We schrijven teksten voor folders. We zorgen er voor dat de website steeds up to date blijft. We maken lespakketten voor basisscholen. We bedenken en realiseren campagnes. En we doen nog veel meer!

Al onze activiteiten hebben we hieronder op een rijtje gezet.

Website

De website www.licg.nl is voor het LICG onmisbaar in zijn contacten met de buitenwereld. Dankzij de website is het LICG in staat om 24 uur per dag, 7 dagen per week informatie te verstrekken. Het is dan ook belangrijk dat de website voldoet aan de informatiebehoefte van zijn bezoekers: de gezochte informatie moet snel en eenvoudig gevonden worden, gemakkelijk leesbaar zijn en aantrekkelijk ogen. Bovendien verwachten bezoekers tegenwoordig een proactieve website: de site moet met suggesties komen van documenten die voor de bezoeker misschien óók interessant zijn. Zo wordt de bezoeker van de website nóg beter geholpen in zijn zoektocht naar de juiste informatie.

Eind 2009 is begonnen met het ontwerpen van een nieuwe website, omdat de toenmalige website van het LICG uit zijn jasje groeide. De website bevatte inmiddels zoveel informatie dat de ontsluiting daarvan een probleem was geworden: bezoekers van de website konden de gezochte informatie niet gemakkelijk meer vinden. Bovendien dacht de website niet proactief mee.

Omdat de eindigheid van de website duidelijk werd, hebben we een wensenlijstje geformuleerd waaraan de nieuwe website moest gaan voldoen. We wilden een website waarop de gezochte informatie weer gemakkelijk te vinden was. Maar we wilden meer dan dat: we wilden de informatie op verschillende manieren kunnen aanbieden. We wilden een 'slimme' website die zelf suggesties doet van andere mogelijk relevante documenten. We wilden bezoekers van de website kunnen laten zien welke pagina's het meest populair zijn. We wilden met andere woorden een website die gebruikersvriendelijk is en die voldoet aan de hoge eisen die de bezoekers aan onze website stellen.

In 2010 is het grafisch design en het functional design van de website ontworpen. Het gebruikersvriendelijk ontsluiten van de grote hoeveelheid informatie zodanig dat het LICG daarnaast een verdere groei van het informatieaanbod kan realiseren, bleek een uitdaging, maar met de nodige creativiteit is hiervoor een goede oplossing gevonden. Nadat het grafisch design en het functional design voor het algemene deel, het kids deel en het professionals deel gereed waren, is begonnen met de bouw van de website. Dat bleek door de complexiteit een pittige klus die uiteindelijk begin 2011 afgerond kon worden.

Met het gereedkomen van het content management systeem – de feitelijke structuur van de website waaraan alle informatie gekoppeld wordt – kon begonnen worden met het overzetten van alle informatie van de oude website naar de nieuwe. De bouw van de nieuwe website was bovendien een mooi moment om alle informatie daar waar nodig te reviseren of volledig opnieuw te schrijven. Daarnaast zijn (vrijwel) alle documenten opnieuw opgemaakt zodat een herkenbaar en consistent beeld van het LICG neergezet wordt.

Huisdierenbijsluiters, praktische documenten en spreekbeurten

Om kopers en bezitters van huisdieren te helpen bij het kopen en verzorgen van dieren, maakt het LICG huisdierenbijsluiters. In de huisdierenbijsluiters wordt voor iedere diersoort op een rijtje gezet waar je bij het kopen van het dier op moet letten, wat het dier eet, wat voor huisvesting het nodig heeft, wat veel voorkomende ziekten en aandoeningen zijn en wat je zelf kunt doen om deze te voorkomen en wat een dier ongeveer kost. Een soort “gebruiksaanwijzing” voor dieren dus. Belangrijk om te weten als je een dier wilt gaan kopen en handig als naslagwerk als je het dier al hebt!

Andere informatie wordt rondom thema’s aangeboden in de vorm van praktische documenten. Voor kinderen worden er van de huisdierenbijsluiters en praktische documenten spreekbeurten gemaakt.

De huisdierenbijsluiters, de praktische documenten en de spreekbeurten hebben een positieve toonzetting, maar bij het LICG houden we zorgvuldig in de gaten dat dit de objectiviteit en onafhankelijkheid van onze organisatie en ons werk niet in de weg staat. De positieve toonzetting uit zich niet alleen in de tekst, maar ook in de vormgeving van de diverse documenten. Naast platte tekst biedt het LICG veel documenten namelijk ook aan als fraai opgemaakte pdf, zodat ze gemakkelijk gedownload en geprint kunnen worden.



In 2010 is er een beperkt aantal nieuwe huisdierenbijsluiters en praktische documenten verschenen. Dit komt omdat alle bestaande documenten volledig gereviseerd en opnieuw opgemaakt zijn. Bij de spreekbeurten zijn er wel veel nieuwe documenten verschenen; de achterstand die we begin 2010 hadden, hebben we in de loop van 2010 grotendeels ingelopen. Bovendien zijn alle spreekbeurten aantrekkelijk opgemaakt. Dit was voorheen niet het geval. Door de revisie en de nieuwe opmaak hoopt het LICG nog beter herkenbaar, open en klantgeoriënteerd over te komen. In 2011 zullen er weer diverse nieuwe huisdierenbijsluiters, praktisch documenten en spreekbeurten verschijnen.

Campagne “Het aanschaffen van een huisdier”

Als centraal thema voor 2010 is gekozen voor het aanschaffen van huisdieren. In het voorjaar stond de campagne over het aanschaffen van huisdieren in het teken van de Week van het Huisdier (zie hierna) en zou deze in het najaar een vervolg krijgen. Uiteindelijk is besloten om de materialen die voor het najaar ontwikkeld waren en de ingekochte advertentieruimte niet in 2010 in te zetten, maar in 2011, omdat deze materialen aansluiten op de nieuwe website en deze eind 2010 nog niet gereed was. Ten behoeve van deze campagne zijn onder andere internetbanners gemaakt om te plaatsen op de websites van Donald Duck, Viva, Zylom en Marktplaats en is geïnvesteerd in zoekmachinemarketing. Ook is een huisdierenspel ontwikkeld met 300 interessante vragen over allerlei soorten dieren. Deze middelen zullen nu worden ingezet ten behoeve van de corporate campagne die op 1 april 2011 van start gaat en in het teken van feit of fabel staat.

Deelcampagne “Week van het Huisdier”

Omdat in 2010 de activiteiten van het LICG in het teken van het aanschaffen van huisdieren stonden, had de Week van het Huisdier dit jaar als thema “Een huisdier, iets voor jou?”. De Week vond plaats van 15 tot en met 23 mei.

Met de Week van het Huisdier willen we ieder jaar iedereen op een leuke, aansprekende manier informeren over het verantwoord houden van huisdieren. De Week van het Huisdier is dus geen dierendag die een week duurt en waarin huisdieren extra verwend worden, maar een week waarin mensen op diverse manieren handreikingen krijgen om goed voor hun huisdier te kunnen zorgen.

In een speciaal voor de Week gemaakt boekje met cartoons en strips van “Jan, Jans en de kinderen” konden huisdierenbezitters alles lezen over waar je bij het aanschaffen van een huisdier aan moet denken. De oplage van de boekjes van de Week van het Huisdier bedroeg in 2010 387.200, een stijging van 11% ten opzichte van 2009. De boekjes werden via dierenspecialzaken, dierenartspraktijken, dierenasiels, dierenpensions, kinderboerderijen, afdelingen van de Dierenbescherming, kynologenclubs en dierenambulances aan geïnteresseerden meegegeven. Voor het eerst konden ook basisscholen de boekjes bestellen. Van die mogelijkheid werd gretig gebruik gemaakt.

Op lokaal niveau vonden er door het hele land tal van activiteiten plaats die in het teken van “Een huisdier, iets voor jou?” stonden. Zo waren er informatiebijeenkomsten, konden baasjes een gezondheidscheck bij hun dier laten uitvoeren, was er een aankoopkeuring en waren er kleur- en fotowedstrijden. Een overzicht van deze activiteiten was terug te vinden op de website www.weekvanhethuisdier.nl.

Campagne "Chipmaand"

Op 1 juni 2010 ging de campagne "Juni Chipmaand" van start. Tijdens deze jaarlijkse campagne informeren we huisdierenbezitters (in spé) een maand lang over het belang van het laten chippen en registreren van hun huisdier. Veel huisdierenbezitters moeten er ten slotte niet aan denken dat hun dier wegloopt. En al helemaal niet dat het misschien wel niet meer thuiskomt. Het LICG laat huisdierenbezitters zien dat ze daar gelukkig zelf wat aan kunnen doen: door het dier te laten chippen en het bij een databank te registreren. Daarnaast maken we huisdierenbezitters er op attent dat je er dan nog niet bent: het is belangrijk om de gegevens in de databank regelmatig te controleren, zodat de gegevens altijd up-to-date zijn.

De Chipmaand vindt altijd kort voor de zomervakantie plaats, omdat juist in de vakantieperiode veel huisdieren zoek raken. Huisdieren die mee gaan naar de camping of een vakantiehuiseje verdwalen eerder in een nieuwe omgeving. Huisdieren die thuisblijven of bij een oppas worden achtergelaten, lopen wel eens weg omdat de situatie vreemd is of omdat de oppas niet zo goed bekend is met het dier. Een dier dat gechipt is én bij een databank geregistreerd staat, kan gemakkelijk met zijn baasje herenigd worden. Zonder chip kan het dier niet geïdentificeerd worden en zonder correcte registratie bij een databank zijn de adresgegevens van de eigenaar niet bekend. De kans is dan groot dat het dier in het asiel belandt. Daarom was ook dit jaar de slogan: "Maak van je dier geen asielzoeker. Chip je dier!".

Om huisdierenbezitters er toe aan zetten om hun dier te laten chippen en registreren, zijn er gedurende de Chipmaand allerlei acties. Veel dierenartspraktijken en dierenasiels bieden het chippen dan met korting aan. Zo is de drempel om je dier te laten chippen nog wat lager.

Campagne "Minder hondenbeten"

Nederlanders zijn gek op honden: er zijn er ongeveer 1.9 miljoen in Nederland. Ongeveer 1 op de 5 huishoudens heeft één of meer honden. Honden en mensen is een combinatie die gelukkig meestal



† Campagnebeeld "Chipmaand"



† Campagnebeeld "Minder Hondenbeten"

goed gaat. Maar soms gaat het ook wel eens mis. Hoewel niet precies bekend is hoeveel mensen er gebeten worden door honden, zijn er schattingen dat er ieder jaar wel zo'n 150.000 Nederlanders door een hond gebeten worden. Kinderen zijn vaker het slachtoffer dan volwassenen en worden dan vooral in het gezicht gebeten. Een bijtongeluk kan blijvende invloed op het slachtoffer hebben. Daarom heeft het toenmalige Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit het LICG in 2009 gevraagd om een drie jaar durende campagne te ontwikkelen waarin volwassenen en kinderen leren hoe ze veilig met honden moeten omgaan.

Omdat het spreekwoord niet voor niets "Jong geleerd is oud gedaan" luidt, vinden wij het belangrijk dat kinderen al jong leren dat een huisdier geen wegwerpartikel is, maar een levend wezen dat – als je het eenmaal in huis hebt – aandacht, liefde en tijd "kost". Dat ze leren dat je niet even snel afscheid kunt nemen en er niet meer naar om kunt kijken als je het dier niet meer leuk vindt. Dat ze leren hoe ze veilig en verantwoord met huisdieren moeten omgaan. En vooral ook dat ze leren dat het heel leuk is om een huisdier te hebben en dat er heel veel tegenover staat als je op een goede manier voor je dieren zorgt. Omdat kinderen op allerlei plaatsen honden tegenkomen – thuis, bij familie, bij een vriendje of vriendinnetje, op straat... - heeft het LICG in 2010 de campagne sterk ingestoken op het onder de aandacht brengen van het lespakket "Minder hondenbeten".

Dit lespakket, dat al eerder geschreven was, is in 2010 volledig gereviseerd en in de herziene huisstijl opgemaakt. Het lespakket is zodanig herschreven dat het geschikt is voor kinderen uit de laagste groepen (kleuterbouw en onderbouw) van het basisonderwijs. Met het lespakket leren kinderen onder andere de lichaamstaal van een hond te begrijpen. Want voor kinderen is het begrijpen van de lichaamstaal van een hond vaak erg moeilijk. Het lespakket werd bijzonder goed ontvangen. Meer dan 70.000 kinderen zijn er op Dierendag mee aan de slag gegaan. Op het grote werkblad dat ze mee naar huis mochten nemen, stonden de tien gouden regels om hondenbeten te voorkomen nog eens samengevat. Aan het einde van de les tekenden de kinderen de speciale oorkonde, waarmee zij beloofden zich aan de tien gouden regels te zullen houden.

De materialen van de campagne "Minder hondenbeten" zijn ook aangeboden aan hondenscholen, kinderdagverblijven en peuterspeelzalen. Ook zij reageerden enthousiast en maakten gebruik van de mogelijkheid om materialen te bestellen.

Beurzen

Bij het LICG komen we graag in contact met de mensen voor wie wij ons werk doen. Wij willen graag horen wat iedereen van het LICG vindt, wat er gemist wordt, waar behoefte aan is. Kortom: wij willen graag aangesproken worden op ons werk en daarover discussiëren. Vandaar dat het LICG met zekere regelmaat aanwezig is op beurzen.

Wel kijkt het LICG bij iedere mogelijke beursdeelname van tevoren kritisch naar de kosten die het voor deelname moet maken en de verwachte opbrengst. Omdat in het verleden is gebleken dat de kosten-batenverhouding bij bijvoorbeeld de Libelle Zomerweek scheef lag, is besloten in 2010 niet langer aan deze beurs deel te nemen. Op basis van eenzelfde afweging is ook besloten om niet deel te nemen aan de Huishoudbeurs. Het LICG is wel naar de Voorjaarsdagen, het Fokkerscongres, Animal Event, de Dibevo vakbeurs en de Winner geweest. Hoewel het LICG ook graag gehoor zou geven aan alle uitnodigingen die het ontvangt voor open dagen, jaarmarkten en andere kleinschalige evenementen, is deelname hieraan vanwege de kleine personele bezetting onmogelijk.

An aerial photograph of a dense forest, showing a network of tree trunks and a thick canopy of green leaves. The image is slightly hazy, giving it a soft, ethereal quality. At the bottom of the image, there is a solid green horizontal band. On the left side, there are several overlapping, semi-transparent circular lines that create a spiral effect, partially overlapping the green band and the forest image.

Onze rapportcijfers

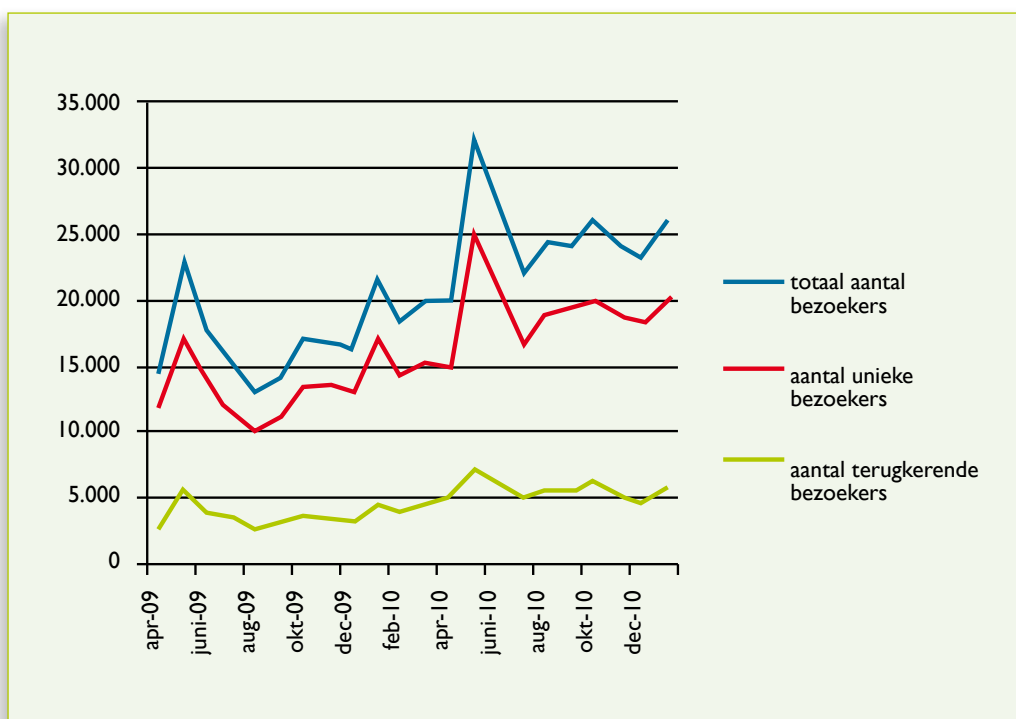
Als de inspanningen van het LICG zouden worden uitgedrukt in rapportcijfers, dan zou het LICG royaal doorgaan naar de volgende klas.

Naamsbekendheid

De naamsbekendheid van het LICG onder alle Nederlanders bedroeg in 2009 5% en in 2010 14%. Uit onderzoek door een extern bureau is bovendien gebleken dat de naamsbekendheid in 2010 is gestegen tot 22% onder onze primaire doelgroep, namelijk (potentiële) kopers en houders van huisdieren. Onder mensen die zowel een hond als een kat hebben, was de naamsbekendheid eind 2010 zelfs 34%.

Website

In 2009 kwamen er volgens Google Analytics 160.990 unieke bezoekers op de website www.licg.nl. In 2010 bezochten 219.708 unieke bezoekers deze website. Dit is een stijging van 36%. In totaal bezochten in 2009 bijna 180.000 bezoekers de LICG-website; in 2010 steeg dit met ongeveer 57% tot 283.009 bezoekers. Terwijl er in 2009 op de website www.licg.nl ongeveer 576.000 paginaweergaves waren, nam in 2010 het aantal paginaweergaves toe tot 888.582. Dit is een stijging van meer dan 50%. We zien dus dat zowel het aantal unieke als het aantal terugkerende bezoekers toeneemt en dat ook het aantal paginaweergaves groeit. Dit blijkt ook uit onderstaande grafieken. De pieken in de maanden mei en juni vallen samen met de Week van het Huisdier en de Chipmaand. De gemiddelde tijd die men op de website bleef, bleef constant.



† Totaal aantal bezoekers, aantal unieke bezoekers en aantal terugkerende bezoekers van de website www.licg.nl.

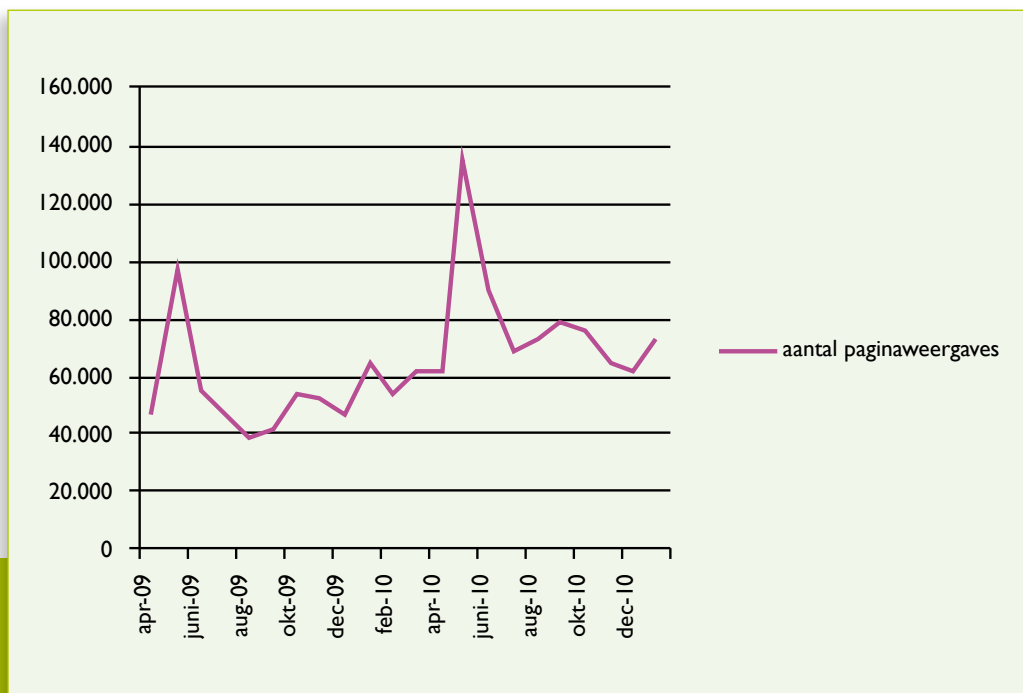
Uiteraard trokken ook de andere websites van het LICG, zoals www.minderhondenbeten.nl, www.weekvanhethuisdier.nl en www.chipjedier.nl bezoekers. De aantallen bezoekers zijn hier wel iets teruggelopen. Dit is het gevolg van het feit dat het LICG besloten heeft om in alle uitingen alleen nog www.licg.nl te communiceren. De stijging van het aantal bezoekers op de website www.licg.nl is hiermee ten dele te verklaren. Een andere verklaring wordt gevonden in de groeiende naamsbekendheid van het LICG.

Campagnes

De campagnes van het LICG worden allemaal positief gewaardeerd, zowel door huisdierenbezitters als door professionals.

Huisdierenbezitters zijn in het algemeen iets positiever dan professionals, maar de cijfers laten zich niet helemaal vergelijken omdat er onder huisdierenbezitters een meting over 2010 heeft plaatsgevonden en deze vanwege financiële redenen niet onder professionals is uitgevoerd. De meest recente meting onder professionals heeft betrekking op 2008. Daarom worden hier alleen de bevindingen onder huisdierenbezitters uit 2010 weergegeven.

Huisdierenbezitters geven de Week van het Huisdier, de Chipmaand en de huisdierenbijsluiters allemaal een 8. Prachtige cijfers dus waar we erg trots op zijn.



† Aantal paginaweergaves op de website www.licg.nl.

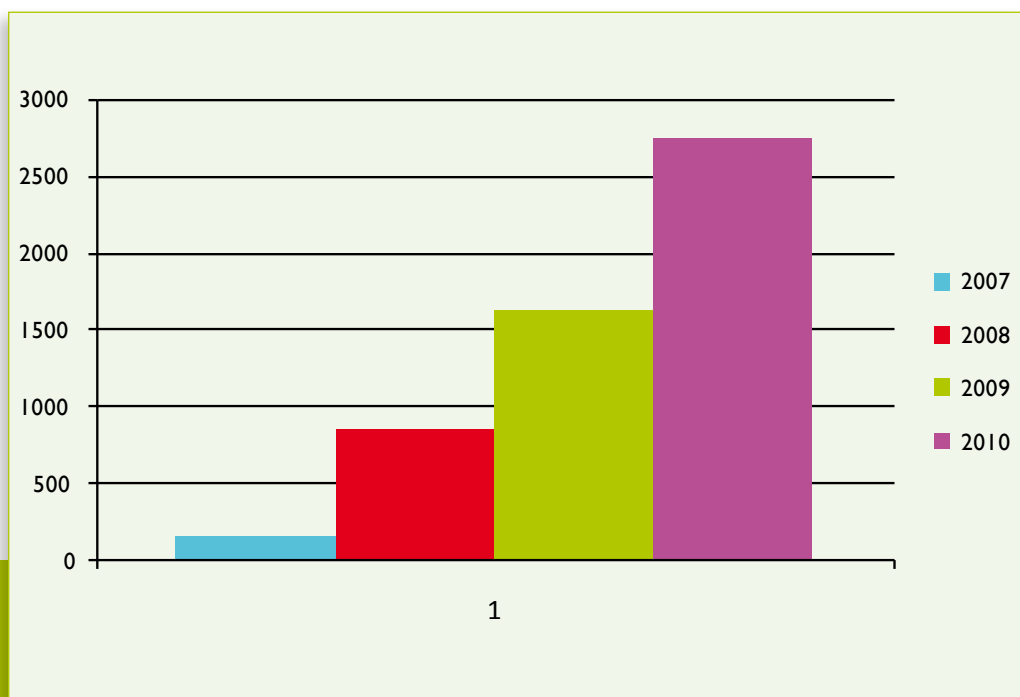
Bestellingen

Zowel particulieren als professionals kunnen bij het LICG materialen bestellen. Een deel van deze materialen wordt tegen verzendkosten aangeboden, terwijl voor luxere producten zoals de puppy- en de kattenkalender, het boekje Ik mis mijn huisdier en het grote huisdierenspel betaald moet worden. Bestellen kan via de webshop, maar ook via een bestelformulier.

Van de mogelijkheid om materialen bij het LICG te bestellen, maken zowel particulieren als professionals dankbaar gebruik (zie grafiek). Ten opzichte van 2009 werd een groei in het totaal aantal bestellingen gerealiseerd van 69% en bedroeg het verwerkte aantal bestellingen 2.751.

Maar niet alleen het aantal bestellingen groeit, ook de omvang van de bestellingen neemt toe. Met name professionals willen vaak meer exemplaren van een bepaald product hebben en bestellen ook vaker verschillende producten. De bijdragen die het LICG ontving voor de geleverde producten, hebben we in de verschillende campagnes geïnvesteerd.

Voor de materialen van de campagne “Minder hondenbeten” werden veel besteld. Van de folder “Hond en kind” werden er 96.869 exemplaren besteld, van het werkblad van het Iespakket werden er 76.810 stuks besteld en van de bijbehorende instructiegid voor leerkrachten 3.215 stuks.



† Totaal aantal bestellingen van professionals en particulieren samen.

Media

Met onze activiteiten weten we regelmatig de media te interesseren en hen te verleiden om over het LICG te schrijven. Hoe vaak en hoe veel er over het LICG geschreven wordt, kan worden uitgedrukt met de som van de advertentiewaarden van alle artikelen over het LICG. De advertentiewaarde van een nieuwsartikel geeft aan hoeveel de ruimte van dit nieuwsartikel in een krant of tijdschrift waard is. Een hoge advertentiewaarde voor een artikel betekent dat het gaat om een groot artikel of een kleiner artikel in een krant of tijdschrift met een hoge oplage. Als de advertentiewaarden van alle losse artikelen tot een totaal worden opgeteld, ontstaat een indruk van hoeveel aandacht er aan het LICG is besteed door de geschreven media. De advertentiewaarde van het LICG in 2010 was € 539.578,-. Dit is een daling ten opzichte van de voorgaande twee jaren. De belangrijkste verklaring hiervoor is dat we in de voorgaande jaren spraakmakende persberichten hadden, bijvoorbeeld over het meebrengen van zwerfdieren uit het buitenland, terwijl dat in 2010 niet het geval was. Bovendien was het voor sommige berichten lastig om een nieuwe insteek te vinden. Dit laatste geldt met name voor de berichten over identificatie en registratie ter gelegenheid van de Chipmaand.

Bij het bepalen van de advertentiewaarde worden overigens niet alle tijdschriften meegenomen. Artikelen over het LICG in bijvoorbeeld *Dier & Vriend*, *Dibevo Vakblad*, *Dier!*, *Hart voor Dieren* en *Over Dieren* komen niet terug in de advertentiewaarde. In deze tijdschriften wordt steeds structureler over het LICG geschreven. Zo staat er in vrijwel iedere *Dier & Vriend*, *Dibevo Vakblad* en *Over Dieren* iets over het LICG of kopij van het LICG. Als de artikelen in deze tijdschriften uitgedrukt zouden worden in een advertentiewaarde, zou de totale advertentiewaarde hoger uitkomen en wordt het verschil met de advertentiewaarde van de voorgaande jaren kleiner.

Niet alleen in de gedrukte media werd aandacht besteed aan het LICG. Ook op radio, televisie en internet stond men stil bij ons werk, bijvoorbeeld bij www.libelle.nl, www.jeugdjournaal.nl en RTV Noord Holland. Ook dit wordt niet meegenomen in de advertentiewaarde. Met name internet wordt steeds belangrijker. Dit komt niet terug in de advertentiewaarde.



Kamercorrespondentie

Bij het LICG doen we ons werk graag en met veel plezier. Wij dragen graag ons steentje bij aan een beter welzijn van huisdieren in Nederland. Dat we op de goede weg zijn, weten we niet alleen uit de rapportcijfers hierboven, maar zien we ook terug in de correspondentie van de minister en staatssecretaris met de Tweede Kamer. Zo schreef de toenmalige Minister van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit onder andere dat het LICG voorlichting geeft over vogels naar aanleiding van Kamervragen over het houden van roofvogels en uilen als huisdier. In antwoord op vragen over een dierentehuis in Aarle-Rixtel en een dierentehuis in Oldenzaal verwees de toenmalige Minister eveneens naar de voorlichting van het LICG. Ditzelfde deed zij bij vragen van de Tweede Kamer over bijvoorbeeld de illegale hondsmokkel vanuit Oost-Europa en rondvliegende zebra-vinken in een café in Breda.



Onze toekomst

Ook voor de toekomst hebben wij allerlei plannen. In de eerste plaats zal in het voorjaar van 2011 de nieuwe website online gaan. Dit gaat samen met de lancering van de corporate campagne “Feit of fabel”, waarbij mensen worden uitgedaagd om te testen hoeveel ze nu eigenlijk precies over huisdieren weten. Deze corporate campagne start op 1 april 2011 en eindigt met de Week van het Huisdier. De Week vindt plaats van 14 tot en met 22 mei 2011 en staat uiteraard ook geheel in het teken van “Feit of fabel”. De campagne krijgt in het najaar een vervolg en omdat deze korter van duur zal zijn, zal meer gefocust worden op een beperkt aantal onderwerpen. Erfelijke aandoeningen is zo'n onderwerp.

In juni zullen wij op verzoek van het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie wederom de Chipmaand organiseren. Hierbij zullen wij honden- en kattenbezitters het belang van identificeren, registreren en controleren onder de aandacht brengen. Potentiële hondenbezitters informeren wij daarnaast over de aankomende I&R-verplichting voor pups.

In het najaar zal de campagne “Minder hondenbeten” voor het laatste jaar georganiseerd worden. Na in 2010 een lespakket voor groep 1 tot en met 4 te hebben aangeboden aan basisscholen, zullen wij nu een lespakket rondom dit thema maken voor de groepen 5 tot en met 8.

Op kantoor zullen de effecten van de krimp voelbaar worden, maar we hebben er alle vertrouwen in dat we dit als team op professionele wijze zullen kunnen opvangen. Nieuw is het tijdschrijven, waarmee in de loop van 2011 zal worden begonnen. Door tijd te schrijven worden de feitelijke personele kosten voor de diverse activiteiten van het LICG beter inzichtelijk.

A detailed microscopic image of plant tissue, showing a grid of rectangular cells with thick, brownish cell walls. The cells are filled with a yellowish-green cytoplasm and contain small, dark, oval-shaped structures, likely chloroplasts. The overall appearance is that of a cross-section of a leaf or stem.

Onze organisatie

Bestuur

Zoals al aangekondigd was, heeft de Koninklijke Nederlandse Maatschappij voor Diergeneeskunde in 2010 een nieuwe vertegenwoordiger aangewezen, namelijk de heer Van Rossem. Hij vervangt de heer Den Otter, die tevens voorzitter van het LICG was.

Het vertrek van de heer Den Otter betekende tevens dat een nieuwe voorzitter gezocht moest worden. Deze werd gevonden in de persoon van de heer Van Sluijs, die reeds vanaf het begin bestuurslid van het LICG was.

Deze mutaties hebben er toe geleid dat de bestuurssamenstelling er op 31 december 2010 als volgt uitzag: de heer Van Sluijs (voorzitter, namens Faculteit Diergeneeskunde (Universiteit Utrecht) en Wageningen University & Research Centre), de heer De Jongh (secretaris en penningmeester, namens Dibevo), mevrouw Van Veen (algemeen lid, namens de Dierenbescherming), de heer De Haas (algemeen lid, namens het Groenhorst College Barneveld) en de heer Van Rossem (algemeen lid, namens de Koninklijke Nederlandse Maatschappij voor Diergeneeskunde). De heer Van Dongen en/of mevrouw Fröling waren aanwezig bij de bestuursvergaderingen als waarnemer namens het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie.

Het team op de werkvloer

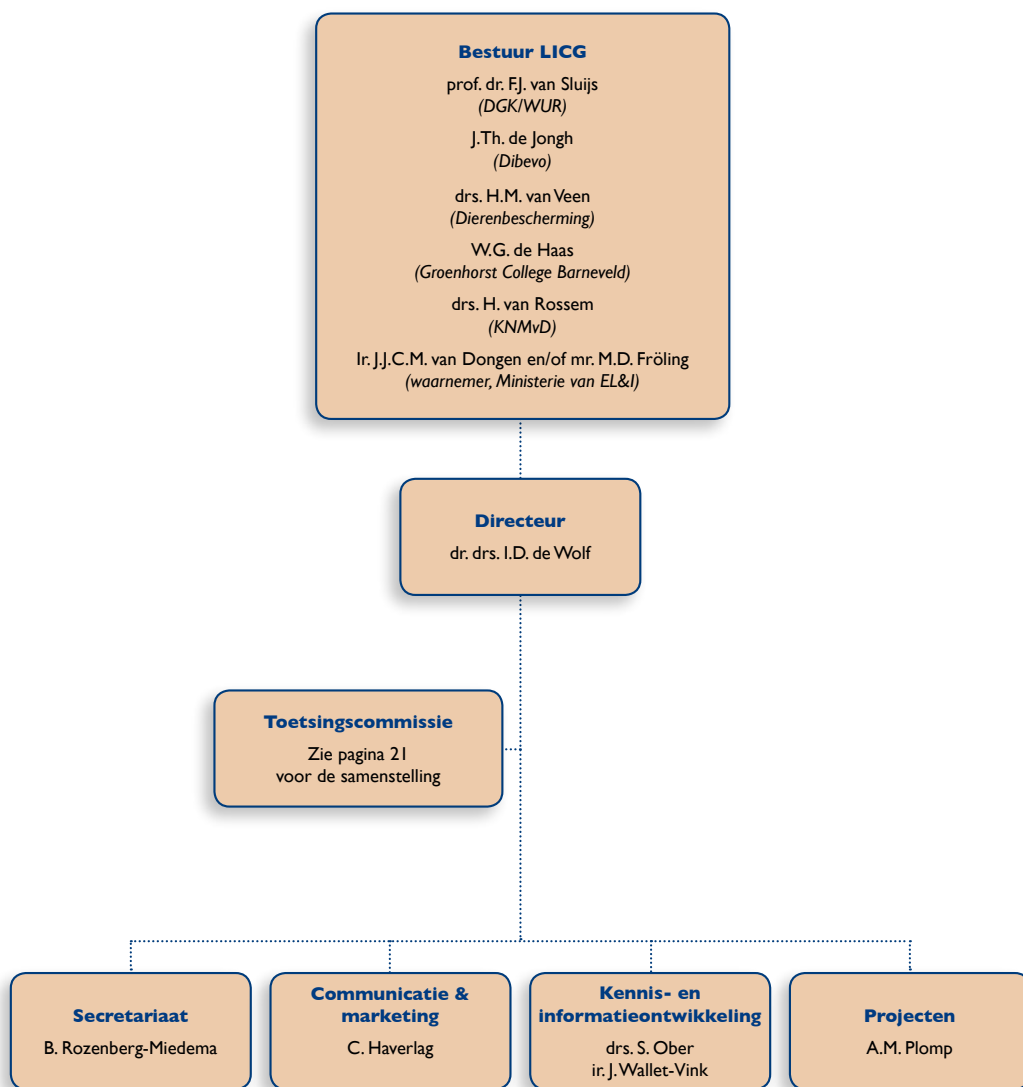
Per 1 januari 2010 is mevrouw Rozenberg-Miedema aangetreden als secretaresse bij het LICG. In 2010 zijn er verder geen mutaties geweest in het personele team van het LICG.

De toetsingscommissie

De toetsingscommissie toetst op wetenschappelijke wijze informatie die door het LICG wordt samengesteld en waarvoor toetsing relevant is. Op 31 december 2010 was de samenstelling als volgt: dr. H.F. Egberink, dr. N.J. Schoemaker, drs. J.B.G. Stumpel, drs. R.J. Corbee, dr. I. Westerhof, dr. E. Teske, dr. M.B.H. Schilder, drs. K. Wolthers, drs. E.G.H. Wouters, dr. H.E. Booij-Vrieling, ing. P. van Eldik, dr. Y.M. Schlotter en dr. ir. O.L.M. Haenen.

Financiering

Het LICG werd in 2010 gefinancierd door het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie, de Koninklijke Nederlandse Maatschappij voor Diergeneeskunde – Groep Geneeskunde Gezelschapsdieren, de Nederlandse Vereniging tot Bescherming van Dieren en de Vereniging Landelijke Organisatie DIBEVO. Een in natura bijdrage aan het LICG werd geleverd door de Faculteit Diergeneeskunde (Universiteit Utrecht) samen met Wageningen University & Research Centre en het Groenhorst College Barneveld.



Landelijk InformatieCentrum Gezelschapsdieren
Postbus 86, 3770 AB Barneveld
info@licg.nl

www.licg.nl
over houden van huisdieren