

Betreft: samenvatting beleidsplan 2017  
Datum: november 2016

---

## Samenvatting beleidsplan 2017

Dit jaarplan geeft een beschrijving van de voorgenomen activiteiten van het LICG in 2017 onderverdeeld in:

- De missie, het doel en de resultaten van het LICG
- de exploitatie
- de basisactiviteiten aan de hand van de drie werkpakketten

### 1. HET LICG

#### *Missie*

Houden van huisdieren geeft mensen plezier: maar liefst 59% van de gezinnen heeft een huisdier. Maar het houden van dieren brengt ook een verantwoordelijkheid met zich mee: een huisdier “kost” aandacht, tijd en geld. Eerlijke informatie over het houden van huisdieren draagt bij aan 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.

#### *Doel*

Het doel van het LICG is dat mensen op verantwoorde wijze met huisdieren omgaan. Goede publieksvoorlichting is van essentieel belang voor het verantwoord houden van huisdieren. Huidige en toekomstige huisdierbezitters kunnen bij het LICG deskundige, onafhankelijke en op de praktijk gerichte informatie vinden, die op wetenschappelijke wijze is getoetst. Hiermee zijn zij in staat een weloverwogen keuze te maken voor een huisdier en beschikken zij over voldoende kennis om goed voor het dier te kunnen zorgen. Ook de professionals in de gezelschapsdierenbranche kunnen via het LICG beschikken over online en offline tools en materialen om hun klanten een goed en actueel advies te kunnen geven.

#### *Resultaten*

Het LICG is inmiddels uitgegroeid tot een belangrijk voorlichtingsorgaan voor het verantwoord houden van huisdieren. Iedere maand trekt de website gemiddeld ongeveer 177.000 mensen. Opnieuw een stijging van 15% ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. We bereiken daarmee zowel (toekomstige) huisdierenbezitters als overheidsambtenaren, professionals vanuit de gezelschapsdierensector, pers en media. Daarnaast is er een grote online zichtbaarheid op diverse kanalen, zoals online handelsplaatsen en social media.

## 2. EXPLOITATIE

Voor 2017 zijn opnieuw ambitieuze doelstellingen geformuleerd. De personele kosten worden op basis van een tijdregistratiesysteem aan de basisprojecten toegeschreven. Er is uitgegaan van 4 medewerkers (2,76 FTE), namelijk twee op inhoud en informatievergaring, één op secretariaat en één op communicatie & marketing. Deze laatste is tevens eindcoördinator en eerste aanspreekpunt voor externe partijen.

## 3. BASISACTIVITEITEN

Binnen de basisactiviteiten van het LICG onderscheiden we drie werkpakketten.

- Werkpakket 1, informatieverstrekking via huisdierbijsluiters en praktische documenten
- Werkpakket 2, voorlichting via website, folders, digitale nieuwsbrieven en social media
- Werkpakket 3, actieve campagnevoering op issues zoals de puppyhandel, chippen en registreren, voorkomen bijtincidenten, risico's zoönosen etc.

Onderstaand geven we per werkpakket een beschrijving van de doelstelling, de doelgroepen, betrokken organisaties en samenwerkingsrelaties, de uitvoering en het gewenste resultaat.

## 4. WERKPAKKET 1: INFORMATIEVERSTREKKING VIA HUISDIERENBIJSLUITERS EN PRAKTISCHE DOCUMENTEN

### *De doelstelling*

Met dit werkpakket wil het LICG bereiken dat mensen die een huisdier aan willen schaffen beter geïnformeerd beginnen aan het houden van huisdieren. Daarnaast willen we mensen die al een huisdier hebben een handvat bieden om beter voor het dier te kunnen zorgen.

### *De doelgroepen*

Het LICG wil met het ter beschikking staande beperkte budget precies de juiste doelgroep bereiken: namelijk huisdierbezitters en mensen die in de nabije toekomst een huisdier zullen aanschaffen. Uit onderzoek blijkt dat het hebben van kinderen van positieve invloed is op het hebben van huisdieren. 73% van de huishoudens met kinderen heeft een huisdier tegenover 45% bij kinderloze huishoudens. Ook leeftijd speelt een rol. Gezinshoofden in de leeftijd van 35 tot en met 54 jaar hebben vaker dan gemiddeld huisdieren. Het vrouwelijk gezinshoofd is dé persoon die de verzorging van de huisdieren voor haar rekening neemt (71%) (Bron: TNS NIPO, 2009). Jongeren die studeren of fulltime werken hebben minder vaak huisdieren. Het LICG richt zich daarom bij de inzet van de communicatiemiddelen met name op moeders en jonge gezinnen. In de slipstream van de communicatie wordt echter een veel bredere doelgroep bereikt.

Daarnaast zijn de professionals in de gezelschapsdierenbranche belangrijk. Zij vormen niet zozeer een doelgroep op zich, maar vooral een kanaal tussen het LICG en de consument. Zij vormen zowel offline als online de belangrijkste knooppunten waar de consument bereikbaar is voor voorlichting. Hun betrokkenheid en deelname in de voorlichting van het LICG is onmisbaar in het bereiken van de consument.

## ***Uitvoering***

### **Huisdierenbijsluiters**

Om (toekomstige) huisdierbezitters goed te informeren maakt het LICG voor ieder huisdier dat in Nederland gehouden mag worden huisdierenbijsluiters. Hierin wordt 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 een dier ongeveer kost.

De ontwikkeling van huisdierenbijsluiters van de zoogdieren die op de positieflijst staan zal in 2017 hoge prioriteit hebben. Daarbij wordt capaciteit gereserveerd voor het aanpassen van de bestaande huisdierenbijsluiters conform de nieuwe richtlijnen die gaan gelden voor de dieren op de positieflijst. Bij de keuze voor nieuwe huisdierenbijsluiters zullen de zoogdieren die op de positieflijst worden geplaatst en nog geen bijsluiter hebben, prioriteit krijgen. Er zullen 12 huisdierenbijsluiters en 4 praktische documenten geschreven of aangepast worden.

### **Samenvatting huisdierenbijsluiters**

Daarnaast wil het LICG capaciteit vrijmaken voor het produceren van samenvattingen van de huisdierenbijsluiter. In het Besluit houders van dieren wordt gesteld dat bij de verkoop of aflevering van een gezelschapdier aan de koper schriftelijke informatie over het verkochte of afgeleverde dier dient te worden verstrekt. Het meegeven van de LICG huisdierenbijsluiters in print zou hiervoor een goed middel zijn.

In de praktijk blijkt het echter voor veel dierenspecialisten kostbaar en tijdrovend om de gehele huisdierenbijsluiters zelf te moeten kopiëren en in print mee te geven. Een kortere samenvatting op A4 formaat met een QR code en een duidelijke verwijzing naar meer online informatie op de LICG website zou efficiënter zijn. Branchevereniging Dibevo verwacht dat er dan veel meer gebruik gemaakt zal worden van de bijsluiters van het LICG. Doordat deze schriftelijke informatie breder verspreid gaat worden zal er tegelijk meer verkeer naar de LICG website getrokken worden, wat gelegenheid biedt om ook andere zaken en campagnes onder de aandacht te brengen. Voor veel (nieuwe) huisdierbezitters zal het gelijk een eerste kennismaking met het LICG zijn. Het LICG wil in 2017 starten met samenvattingen voor die huisdieren die veel via de dierenspecialist verkocht worden.

### **Rassenbijsluiters**

Voor honden- en kattenrassen maken we de zogenaamde rassenbijsluiters met onder andere per ras informatie over het karakter, de nodige beweging, de opvoeding, risico's op erfelijke aandoeningen en benodigde ervaring. Er zijn inmiddels 39 rassenbijsluiters van honden en 4 van katten. Zodra er een akkoord komt op de uitvoering van Fase 2 van de Rashondengids zullen er nog 5 rassenbijsluiters bij komen. Daarnaast worden de huidige 39 rassenbijsluiters geüpdate naar aanleiding van eventuele veranderde inzichten op basis van de resultaten van de incidentiemetingen.

### **Praktische documenten**

Naast de huisdierenbijsluiters bieden we ook informatie rondom thema's aan. Dit doen we in de vorm van praktische documenten. Bijvoorbeeld over de aanschaf van een hond of over de risico's van zoönosen. Maatschappelijke trends en actualiteiten kunnen soms een risico voor het dierenwelzijn vormen en aanleiding geven tot een verdiepingsdocument. Bijvoorbeeld de import van pups uit het buitenland. Voor 2017 willen we een verdiepingsdocument schrijven over "Hoe kun je ondersteuning krijgen als je niet meer voor je dier kunt zorgen". Dit document geeft meer informatie over armoede en het houden van huisdieren en afstand doen van je huisdier. Indien er speciale

houderijvoorwaarden komen voor bepaalde rassen 'risicohonden' dan willen we hier ook een document van maken.

Het LICG stimuleert professionals, zoals dierspecialisten, fokkers, asielen en rasverenigingen om deze documenten online onder de aandacht te brengen. Hiervoor kunnen de professionals ook de widgets gebruiken. Dit zijn kleine webapplicaties die ervoor zorgen dat de documenten op de website van de professional getoond worden. Het LICG behoudt het beheer. Het gebruik van de widgets door professionals wordt steeds populairder. Het LICG zal deze mogelijkheid in 2017 onder de aandacht blijven brengen via de nieuwsbrieven en de brief bij de bestellingen.

## **5. WERKPAKKET 2: VOORLICHTING VIA WEBSITE EN EXTERNE PR**

### ***De doelstelling***

Het doel van dit werkpakket is dat mensen zich beter voorbereiden op de aanschaf van een huisdier. Iedereen moet weten dat het aanschaffen van een huisdier begint met het bezoeken van de website van het LICG. Huisdierenbezitters weten ook dat als ze tegen vragen aanlopen het LICG hét vanzelfsprekende informatiepunt is voor deskundige, betrouwbare, onafhankelijke en duidelijke informatie over huisdieren en alles wat daaraan gerelateerd is.

### ***De doelgroepen***

De doelgroepen zijn gelijk aan de doelgroepen van werkpakket 1. Wij willen dat het LICG zowel voor de professional als voor de particulier zeer toegankelijk is en waar men 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.

### ***Uitvoering***

#### ***Website***

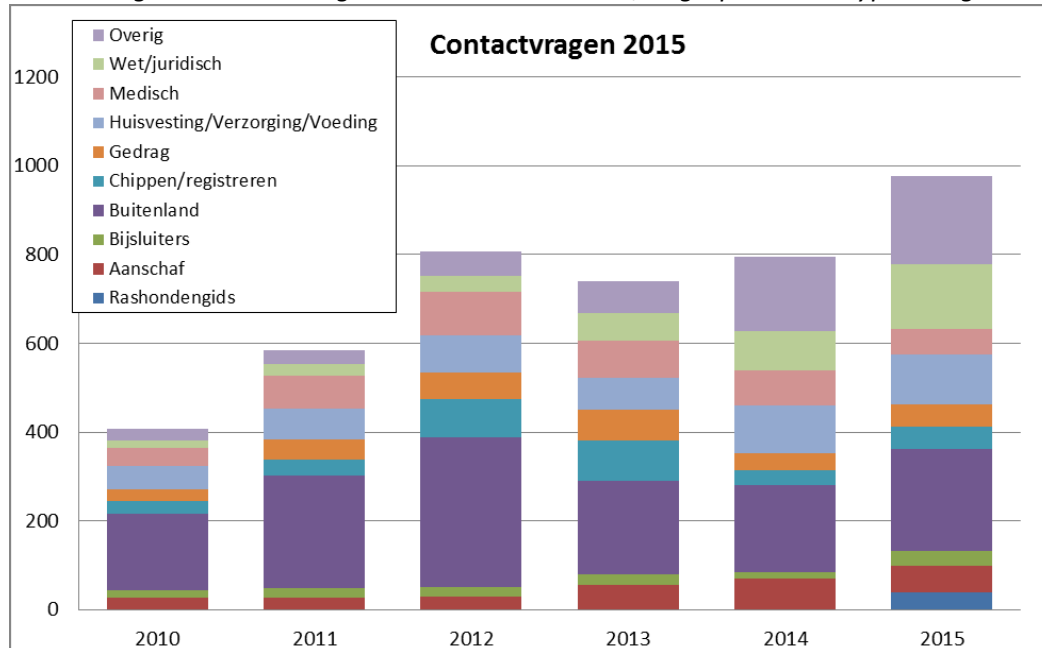
De website is het belangrijkste communicatiemiddel van het LICG. Deze trekt maandelijks circa 177.000 bezoekers. Een waardevol kanaal dus voor de voorlichting en een effectief middel om diverse onderwerpen onder de aandacht te brengen van een groot publiek. Uit de binnengekomen mails blijkt dat men de site zeer waardeert vanwege de volledigheid en de toegankelijkheid van de informatie.

Inmiddels gebruikt meer dan 40% van de mensen onze website met een mobiele telefoon. Gezien dit grote, en nog steeds groter wordende, aandeel van mobiele bezoekers van de LICG website zal er in 2017 een flinke optimalisatie slag moeten plaatsvinden op de website. We willen de indeling toegankelijker en meer intuïtief maken voor de gebruiker en we moeten de site responsive maken zodat hij beter geschikt is voor gebruik met een mobiele telefoon.

#### ***Behandeling vragen***

Via de website bereiken ons veel vragen over het houden van huisdieren en alles wat daarbij komt kijken. Wij zien een stijgende lijn in het aantal mails met vragen. In 2015 waren dat er bijna 1.000. De vragen zijn zeer divers van aard. Er blijven veel vragen over het reizen met huisdieren vanuit of naar Nederland. Tevens constateerden we een toename van het aantal vragen in de rubriek Wet en regelgeving, die onder andere veroorzaakt wordt door het ingevoerde Besluit houders van dieren en de positieflijst. Nieuw zijn vragen over de rashondengids. Wij hebben de vragen hierover in een extra rubriek toegevoegd. Wij verwachten ook in 2017 weer vele vragen over belangrijke thema's zoals de positieflijst, het chippen en registreren van honden én katten en het aanschaffen van (zwerf)dieren uit het buitenland of pups te kunnen beantwoorden.

### Aantal vragen dat is binnengekomen en beantwoord, uitgesplitst naar type vraag



### **Social media**

Het LICG zal actief aanwezig zijn op Social Media als Facebook en Twitter. Uit de profielen en reacties van mensen kunnen we constateren dat we daarmee hele nieuwe doelgroepen bereiken van mensen die nog niet eerder van het LICG gehoord hadden en die niet zelf actief op zoek zijn naar informatie over huisdieren. Vanwege de goede resultaten bij campagnes willen we in 2017 gestructureerd social media marketing technieken in gaan zetten voor corporate doeleinden.

Daarnaast zullen we maandelijks onze eigen digitale nieuwsbrief verzenden. De LICG Nieuwsbrief heeft momenteel 8.950 abonnees waaronder ook de pers en vele professionals en stakeholders in de gezelschapsdierenbranche. Belangrijk nieuws kan op deze wijze adequaat voor het voetlicht worden gebracht. In 2017 gaan we in onze communicatie nog meer sturen op het abonneren op onze nieuwsbrief. Op die wijze creëren we een vaste groep van betrokken mensen die het LICG nieuws ook weer bij hun achterban, familie en vrienden onder de aandacht kunnen brengen.

Vanwege kosteneffectiviteit nemen we deel aan een zeer beperkt aantal beurzen. Wel zullen we aansluiting zoeken met beursorganisaties om voorlichtingsmaterialen te verspreiden en redactionele informatie te verstrekken.

## **6. WERKPAKKET 3: CAMPAGNES VERANTWOORD HOUDEN VAN HUISDIEREN**

### **De doelstelling**

Het LICG is niet alleen een informatiebalie en vraagbaak, maar wil ook actief campagnes voeren om mensen bewust te maken van hun verantwoordelijkheid met betrekking tot het aanschaffen en houden van huisdieren. Wij zetten hiervoor in 2017 diverse middelen in.

### **De doelgroepen**

Met deze campagnes willen we juist de doelgroepen bereiken die normaal gesproken zelf niet actief op zoek gaan naar informatie over huisdieren. Deze mensen kopen veelal huisdieren in een impuls of ondoordacht en blijken later vaak tegen problemen aan te lopen. De meeste mensen die een huisdier

willen kopen kijken eerst op internet wat het aanbod is. Het LICG wil daarom ook juist daar heel nadrukkelijk zichtbaar zijn met waarschuwende advertenties.

### ***Methode, toepassing en uitvoering***

#### ***Internet en social media campagne***

In 2017 zal het LICG onverminderd blijven inzetten op internet en social media om zodoende een groot bereik onder de doelgroep te realiseren. Onze kernboodschap met betrekking tot het verantwoord houden van huisdieren zal in alle uitingen doorklinken.

Gebleken is dat de inzet van social media via Facebook veel bereik onder nieuwe doelgroepen kan genereren. In het 2017 zullen social media daarom een belangrijk middel vormen om inhoud te geven aan de campagnes. Dit is een effectieve manier om actief bij nieuwe doelgroepen bekend te worden.

De laatste jaren is het moeilijk om professionals te betrekken bij de Week van het Huisdier. In het verleden verstrekten het LICG boekjes van Jan Jans en de kinderen en puzzelposters. Dankzij deze gratis gifts waren veel dierenartspraktijken enthousiast om deel te nemen. Door het wegvallen van budget voor deze gratis geschenkjes was deelname de afgelopen jaren minimaal, ondanks inspanningen om de professionals via diverse kanalen te bereiken. Het LICG zal daarom de organisatie van de Week van het Huisdier laten vervallen en een eigen voorjaarscampagne organiseren waarbij deelname van professionals, anders dan delen van nieuws en social media berichten, niet meer noodzakelijk is. Het LICG wil deze voorjaarscampagne dan ook iets eerder in het jaar in april houden, zodat we iets meer tijd hebben tussen deze campagne en de Juni Chipmaand.

Het thema voor 2017 wordt "Gedrag". Daarbij gaat het zowel om menselijk gedrag als het gedrag van dieren. Hieraan kunnen vele onderwerpen gekoppeld worden. Bijvoorbeeld over menselijk aanschafgedrag en de frictie tussen emotie en ratio. Maar ook over hondengedrag en het voorkomen van bijtincidenten. Ook het natuurlijk gedrag van dieren, het belang daarvan voor hun welzijn en de positieflijst zoogdieren en het waarom van bepaalde voorwaarden kan onder de aandacht gebracht worden.

#### ***Webvertising***

De samenwerking met Marktplaats zal in 2017 worden gecontinueerd. Het LICG zal waarschuwende banners tonen bovenaan de pagina's waarin dieren aangeboden worden. Mensen die een zoekopdracht geven op een soort huisdier krijgen een banner te zien die aansluit op hun zoekopdracht.

Bijvoorbeeld bij zoeken op hamsters: "Knaagdier kopen? Voorkom spijt! Check eerst de informatie van het LICG".



Lees eerst de betrouwbare informatie van het LICG!



Daarnaast worden tekstlinks ingezet. Naast de foto van de aangeboden dier komt de tekst “Hond (of ander dier afhankelijk van rubriek) kopen? Let op! Check eerst de LICG info”. Zodra ze op de banner of tekstlink klikken, verschijnt er een pop-up met een tekst die waarschuwt.

### **Display advertising**

Er is een reeks banners en advertenties ontwikkeld worden die gedurende het jaar geplaatst worden op allerlei sites waar mensen met interesse voor huisdieren komen. Dit kan zijn op sites die informatie over huisdieren bevatten maar de advertenties worden ook getoond op andere advertentiesites. Mensen die van plan zijn om een huisdier aan te schaffen en mensen die vragen hebben over het houden van huisdieren zullen steeds beter weten dat het LICG bestaat en als eerste onze website raadplegen.

*Voorbeelden van huidige inzet Display advertenties in diverse formaten  
En voor diverse diergroepen:*



Tot nu toe zijn in 2016 de advertenties vertoond op een grote diversiteit van websites. Ook in 2017 zullen we blijven zoeken naar steeds andere kanalen om weer bij nieuwe doelgroepen onder de aandacht te komen.

### **Zoekmachinemarketing**

Internet is een zeer belangrijk kanaal voor mensen om zich te oriënteren op de aanschaf van een huisdier. Ook als er problemen ontstaan of men zit met vragen over de verzorging van een huisdier zullen velen eerst op internet zoeken. De drempel is zeer laag en internet is 24 uur per dag beschikbaar. Het LICG wil daarom bij iedere zoekopdracht op “aanschaf”, “kopen” of “gezondheid” en “verzorging” per huisdiersoort de juiste informatie op maat aanbieden. Dat is hét moment om mensen te beïnvloeden en door te verwijzen naar de informatie op onze website.

#### **[Hamster kopen - LICG.nl](#)**

[www.licg.nl/knaagdier-aanschaffen](#)

Weet waar u op moet letten bij de aanschaf van een knaagdier.

[Tips keuze voor huisdier](#) - [Overzicht huisdieren](#)

In 2016 heeft het LICG een ANBI status (Algemeen Nut Beogende Instelling) weten te behalen. Dit biedt de mogelijkheid om gebruik te maken

van Google Grants. Dit heeft gezorgd voor een groot extra bereik waardoor we minder betaald budget hoeven in te zetten. Dit restant budget wordt in 2017 besteed aan het toegankelijker en responsive maken van de website voor mobiel gebruik.

Er zullen op maat gesneden tekstadvertenties van het LICG verschijnen bij allerlei variaties van zoekopdrachten over huisdieren. Zowel algemeen op huisdieren als soort-specifiek en op aanschaf, gezondheid, huisvesting, verzorging etc.

### **Campagnesite Minder hondenbeten**

Goed passend binnen het thema 'gedrag' is ook een update van de campagnewebsite Minder Hondenbeten. Deze website trekt, zeker als bijtincidenten met honden actueel zijn, nog steeds veel websitebezoekers. De site bestaat echter al enkele jaren en is zowel qua ontwerp als (mobiele) toegankelijkheid en content toe aan actualisatie.

### **Chipmaand**

De afgelopen jaren vond in Juni de Chipmaand plaats. Dan staat het identificeren en registreren van dieren en het controleren van de gegevens van dier en houder in de databank centraal. In de afgelopen jaren zijn leaflets, posters en de website Chipjedier.nl ontwikkeld. De algemene leaflets Chipjedier zijn in 2016 opnieuw geüpdate en gedrukt en er is nog genoeg op voorraad voor 2017. In 2017 zal de nadruk in de communicatie liggen op het checken van het registratiebewijs van verkopers van honden. Een belangrijke stap voorwaarts in het tegengaan van de illegale puppyhandel uit het buitenland.



### **Rashondengids**

In 2014 en 2015 is de rashondengids ontwikkeld. Daarvoor was aanvullend budget. Vanaf 2017 willen we de resultaten van de geautomatiseerde incidentiemeting van het ExpertiseCentrum Genetica Gezelschapsdieren aan de rashondengids toevoegen, waarmee ook kwantitatieve gegevens getoond zullen worden.

### **10 jarig bestaan LICG**

Op 4 oktober 2017 bestaat het LICG 10 jaar. Het LICG wil hier via nieuwsberichten, social media en een feestelijke uitstraling van onze homepage aandacht aan besteden. Het LICG zal hier een klein deel van het internet en social media budget voor reserveren.