

Betreft: beleidsplan 2019
Datum: 2 oktober 2018

Beleidsplan 2019

Dit beleidsplan geeft een beschrijving van de voorgenomen activiteiten van het LICG in 2019 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

Maar liefst 53% van de gezinnen heeft een huisdier en mensen ontlenen daar veel plezier aan. Maar het houden van dieren brengt ook een verantwoordelijkheid met zich mee. Vaak is een gebrek aan kennis over het houden van huisdieren de oorzaak van welzijnsproblemen. Om goed voor een dier te kunnen zorgen is correcte en betrouwbare informatie over de dieren nodig. Het LICG biedt die informatie en ontwikkelt daarnaast doelgroepgerichte voorlichtingscampagnes.

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. De website trekt jaarlijks meer dan 1,8 miljoen mensen. 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

Per werkpakket wordt een beschrijving van voorgenomen activiteiten gegeven, met de daaraan gekoppelde kosten. Daarnaast worden er kosten gemaakt die niet rechtstreeks aan de werkpakketten toe te schrijven zijn.

3. BASISACTIVITEITEN

Binnen de basisactiviteiten van het LICG onderscheiden we drie werkpakketten.

- ***Werkpakket 1, informatieverstrekking via huisdierbijsluiters en praktische documenten***

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 nog beter voor het huisdier te kunnen zorgen.

Om (toekomstige) huisdierbezitters goed te informeren maakt het LICG voor huisdieren die in Nederland gehouden mogen worden huisdierenbijsluiters.

Daarnaast wil het LICG in 2019 capaciteit inruimen voor het produceren van samenvattingen van de huisdierenbijsluiter.

Zodra er nieuwe input is vanuit het Expertisecentrum Genetica Gezelschapsdieren van de Faculteit Diergeneeskunde kan het aantal rassenbijsluiters uitgebreid worden.

Naast de huisdierenbijsluiters bieden we in de vorm van praktische documenten ook informatie rondom thema's aan. Deze documenten geven aanvullende informatie over bepaalde aspecten van het houden van specifieke dieren.

Onderwerpen die voor het LICG prioriteit hebben zijn:

- Rauw voeren honden
- Adoptie honden via zwerfdierstichtingen
- Hoog risico honden

Het LICG stimuleert professionals, zoals dierenpeciaalzaken, fokkers, asielen en rasverenigingen om zowel de huisdierenbijsluiters als de praktische documenten online onder de aandacht te brengen.

Kosten werkpakket 1 102.692

Werkpakket 2, voorlichting via website, folders, digitale nieuwsbrieven en social media

Het doel van dit werkpakket is dat mensen zich beter voorbereiden op de aanschaf van een huisdier. De website is het belangrijkste communicatiemiddel van het LICG. Deze trekt maandelijks circa 160.000 unieke bezoekers. Een waardevol kanaal dus voor de voorlichting en een effectief middel om diverse onderwerpen onder de aandacht te brengen van een groot publiek.

Het LICG is actief aanwezig op Facebook, Instagram, You Tube en Twitter. Daarnaast zullen we maandelijks onze eigen digitale nieuwsbrief verzenden.

Het LICG ontvangt via de website veel vragen over het houden van huisdieren en alles wat daarbij komt kijken.

Internet is een zeer belangrijk kanaal voor mensen om zich te oriënteren op de aanschaf van een huisdier. Het LICG wil daarom bij iedere zoekopdracht op "aanschaf", "kopen" of "gezondheid" en "verzorging" per huisdiersoort de juiste informatie op maat aanbieden.

In 2016 heeft het LICG een ANBI status (Algemeen Nut Beogende Instelling) gekregen. Dit biedt de mogelijkheid om gebruik te maken van Google Grants.

Het LICG gaat in 2019 meer budget van werkpakket 2 investeren in zoekmachinemarketing in de vorm van Google Adwords.

De samenwerking met Marktplaats zal in 2019 worden gecontinueerd.

Zodra mensen op de banner of tekstlink van het LICG klikken, verschijnt er een pagina met een tekst die waarschuwt. Dit is niet alleen zeer effectief voor het genereren van bezoeken naar onze site, maar heeft ook een sterke signaalfunctie voor mensen om alert te zijn bij de aanschaf van een huisdier.

Vanwege kosteneffectiviteit nemen we deel aan een zeer beperkt aantal beurzen.

Kosten werkpakket 2: 163.263

Werkpakket 3, campagnevoering verantwoord huisdierbezit (issues zoals de puppyhandel, chippen en registreren, voorkomen bijtincidenten, voorkomen impulsaanschaf huisdieren etc.)

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. In 2019 zal er worden ingezet om deze informatie via allerlei kanalen, intermediairs en media bekend te maken bij ouders en kinderen.

We zullen inventariseren aan welke informatie kinderen nog meer behoefte hebben zodat het aantal spreekbeurten en handig documenten uitgebreid kan worden.

Er zal een eenvoudig (digitaal) lespakket worden ontwikkeld. Het LICG heeft al werkbladen "minder hondenbeten" beschikbaar. Ook die krijgen een update.

Indien haalbaar willen we de huisdierentest ook voor kinderen maken.

Het LICG zal daarnaast extra op ouders inzetten via internet en social media om zodoende een groot bereik onder deze doelgroep te realiseren.

Daarnaast wil het LICG een deel van het budget gebruiken om te adverteren op media als Facebook en Youtube.

Er is een reeks banners en advertenties ontwikkeld die gedurende het jaar geplaatst worden op speciaal geselecteerde sites waar mensen met interesse voor huisdieren komen.

De advertenties zullen worden vertoond op een grote diversiteit van websites.

In 2019 willen we daarnaast een bannerreeks voor ouders ontwikkelen met een verwijzing naar de spreekbeurten en andere informatie over huisdieren, speciaal voor kinderen. Wij willen deze banners plaatsen op sites voor ouders.

Net als in de afgelopen jaren zal in Juni de campagne Chipjedier weer gehouden worden.

Het LICG en de KNMvD zullen zich in 2019 gezamenlijk inspannen om het pakket 'Hoera een pup' te promoten.

Zodra er nieuwe resultaten komen van het Expertisecentrum Genetica Gezelschapsdieren kan de vervolgfase van de website rashondengids.nl starten.

Kosten werkpakket 3: 152.545