

Jaarplan 2020

Dit jaarplan geeft een beschrijving van de voorgenomen activiteiten van het LICG in 2020 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 ontleen daar veel plezier aan. Maar het houden van dieren brengt ook een verantwoordelijkheid met zich mee. Vaak zijn een gebrek aan kennis over huisdieren en het niet willen aanpassen van ingesleten gedrag de oorzaak van welzijnsproblemen. Om goed voor een dier te kunnen zorgen is correcte en betrouwbare informatie over de dieren nodig en bereidheid bestaand gedrag om te buigen. 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. Via bewustwordingscampagnes worden zij gestimuleerd om ongewenst gedrag om te buigen. 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 2 miljoen mensen. Daarnaast is er een grote online zichtbaarheid op diverse kanalen, zoals online handelsplaatsen en social media. We bereiken daarmee zowel (toekomstige) huisdierenbezitters als overheidsambtenaren, professionals vanuit de gezelschapsdierensector, pers en media.

2. DE DOELGROEPEN

Mensen zijn verschillend en het LICG wil de verschillende doelgroepen via diverse kanalen en boodschappen zo effectief mogelijk bereiken. Zo is er een groep eigenaren die al op verantwoorde wijze dieren houden en geen probleem vormt. Deze mensen kunnen belangrijke beïnvloeders zijn voor anderen die het minder goed doen. Daarnaast zijn er eigenaren die te weinig kennis hebben over het houden van huisdieren en zij die wel voldoende weten maar daar door omstandigheden niet naar kunnen handelen. Tenslotte zijn er mensen die wel weten hoe het zou moeten, maar niet bereid zijn te veranderen. Voldoende kennis hoeft niet altijd een garantie te zijn voor welzijnsverbetering.

Beginnende huisdiereigenaren staan veelal meer open en nemen boodschappen makkelijker tot zich dan gevorderde huisdiereigenaren die soms vastgeroest zijn in een bepaalde gewoonte. De beginners zijn vaker nog op ontdekking en daardoor nog plooibaar in hun keuzes. De effectiviteit van voorlichting is daarom ook verschillend. De beginnende huisdiereigenaren zijn wellicht meer gevoelig voor het creëren van bewustwording door kennisoverdracht en het bieden van een concreet handelingsperspectief. De gevorderde eigenaren lijken meer gevoelig voor het inspelen op emoties en nemen eerder iets aan van organisaties of individuen die ze kennen en sympathiek vinden. De directe sociale omgeving van deze huisdiereigenaren lijkt een effectievere manier van beïnvloeding.

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 zijn belangrijke beïnvloeders en vormen zowel offline als online een essentieel knooppunt 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.

3. BASISACTIVITEITEN

Hierna 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

Via de ontwikkeling van huisdierenbijsluiters, rassenbijsluiters, samenvattingen, praktische documenten en spreekbeurten 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 als ze tegen problemen aanlopen of om beter voor het huisdier te kunnen zorgen.

De doelgroepen

Met dit werkpakket zullen we met name de beginnende huisdiereigenaren bereiken. Uit onderzoek blijkt namelijk dat beginnende huisdiereigenaren het belangrijk te vinden om zich voorafgaande aan de aankoop intensief te informeren over de eigenschappen en behoeftes van het dier en hoe daar het beste aan te voldoen (zie RDA Inventarisatie kennislandschap inzake het op welzijnsverantwoorde wijze houden van gezelschapsdieren aug 2017). Boeken worden nauwelijks meer gekocht. Voor het zoeken van informatie wordt met name internet gebruikt. Eigenaren vinden het daarbij vaak moeilijk om de betrouwbaarheid van informatie te beoordelen, met name omdat zij zien dat op verschillende plekken en zeker op fora veel tegenstrijdige meningen verkondigd worden. Het LICG ziet het gevaar van deze bronnen en zal nog nadrukkelijker op haar website de betrouwbaarheid en wetenschappelijke onderbouwing van de informatie onder de aandacht gaan brengen in 2020.

Uitvoering

Huisdierenbijsluiters

Om (toekomstige) huisdierbezitters goed te informeren maakt het LICG voor huisdieren die in Nederland gehouden mogen worden huisdierenbijsluiters. Hierin wordt overzichtelijk op een rij gezet wat men moet weten voordat men aan het betreffende huisdier begint, bijvoorbeeld 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 planning van ontwikkeling van nieuwe huisdierenbijsluiters is afhankelijk van de actualiteit, zoals bijvoorbeeld de samenstelling en de ingangsdatum van de positieflijst of een toename in populariteit van het dier waardoor welzijnsproblemen kunnen ontstaan. Ook wordt jaarlijks bekeken welke bestaande huisdierenbijsluiters moeten worden aangepast in verband met nieuwe inzichten of nieuwe regels.

De afgelopen jaren is het aantal documenten gestaag gegroeid. Bovendien is er regelmatig sprake van nieuwe inzichten of veranderde regelgeving. Het LICG constateert dat er, met de toename van het aantal documenten, ook steeds meer tijd gemoeid is met het actualiseren en updaten van al die documenten. We zullen de komende jaren dus relatief meer tijd besteden aan bestaande documenten en, aangezien de capaciteit van het team gelijk blijft, dus minder tijd aan nieuwe

huisdierenbijsluiters. Tevens zien we dat er inmiddels voor een groot deel van de veel gehouden diersoorten een bijsluiter is. Een bijsluiter voor nieuwe soorten betekent dat er veel capaciteit gaat naar kennisvergaring en informatie-ontwikkeling van dieren die slechts door een enkeling gehouden worden.

Samenvatting huisdierenbijsluiters

In het Besluit houders van dieren wordt gesteld dat bij de verkoop of aflevering van een gezelschapsdier aan de koper schriftelijke informatie over het verkochte of afgeleverde dier dient te worden verstrekt. In de praktijk bleek dat er voor dit doel behoefte was aan een korte samenvatting van de huisdierenbijsluiter op A4 formaat met een duidelijke verwijzing naar meer online informatie. Vandaar dat het LICG is gestart met de ontwikkeling van samenvattingen. In 2020 willen we deze reeks verder aanvullen voor alle regelmatig via dierenpeciaalzaak verkochte dieren.

Rassenbijsluiters

Voor honden- en kattenrassen heeft het LICG zogenaamde rassenbijsluiters met onder andere per ras informatie over het karakter, de benodigde beweging, de opvoeding, risico's op erfelijke aandoeningen en benodigde ervaring. Er zijn inmiddels 40 rassenbijsluiters van honden en 4 van katten.



Praktische documenten

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. Bijvoorbeeld informatie over het koppelen van konijnen. Maar het kunnen ook diersoort overstijgende items zijn zoals bijvoorbeeld door teken overgedragen ziekten. Maatschappelijke trends en actualiteiten kunnen soms een risico voor het dierenwelzijn vormen en aanleiding geven tot een verdiepingsdocument. Denk aan brachycephalie bij kortsnuiten en adoptie van honden via zwervdierstichtingen.

Zodra er meer duidelijkheid is over het beleid van de overheid met betrekking tot de veranderingen op het gebied van I&R hond zal het LICG haar bestaande documenten aanpassen. Indien extra verdiepingsdocumenten nodig zijn zal onderzocht worden of extra capaciteit en budget noodzakelijk zijn.

Het LICG stimuleert professionals, zoals dierenpeciaalzaken, fokkers, asielen en rasverenigingen om zowel de huisdierenbijsluiters als de praktische 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 2020 onder de aandacht blijven brengen via de nieuwsbrieven en de brief bij de bestellingen.

Gewenste resultaat

In 2018 hielden circa 4,3 miljoen huishoudens ongeveer 25 miljoen gezelschapsdieren. Al deze eigenaren en toekomstige huisdierbezitters hebben op snelle en toegankelijke wijze de beschikking over de informatie die ze zoeken. Hiermee bereikt het LICG dat mensen een bewuste keuze kunnen maken voor het al dan niet aanschaffen van een huisdier en zich goed voorbereiden als ze een dier gaan aanschaffen. Het LICG zal zich er voor inspannen om adequaat in te springen op nieuwe inzichten, actualiteiten en trends die problematisch kunnen worden, zodat mensen zich altijd op een juiste wijze kunnen laten informeren.

5. WERKPAKKET 2: VOORLICHTING VIA WEBSITE EN EXTERNE PR

De doelstelling

Beginnende huisdierbezitters moeten weten dat het aanschaffen van een huisdier begint met het bezoeken van de website van het LICG. Daarnaast wil het LICG tegenwicht bieden aan de niet altijd betrouwbare en objectieve informatie die gegeven wordt via diverse internet fora, blogs, vlogs en social media. Ook huisdiereigenaren die al langer een dier hebben of in het verleden vaker huisdieren gehad heeft moet weten dat het LICG hét deskundige, betrouwbare en onafhankelijke kenniscentrum is voor duidelijke informatie over huisdieren en alles wat daaraan gerelateerd is.

De doelgroepen

De doelgroepen zijn gelijk aan de doelgroepen van werkpakket 1. Het LICG wil zowel voor de beginnende als voor de gevorderde huisdierbezitter en voor professionals zeer toegankelijk zijn. Zowel via de websites als via de social media kanalen van het LICG krijgt men snel deskundige, heldere en betrouwbare informatie op vragen. Het LICG streeft ernaar dat mensen een positief gevoel overhouden aan het contact met het LICG en daardoor ook weer zelf als ambassadeurs van het LICG optreden in contacten met hun eigen sociale netwerk.

Uitvoering

Website

De website is het belangrijkste communicatiemiddel van het LICG. Deze trekt maandelijks circa 212.000 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. Aangezien het LICG constateerde dat meer dan de helft van de bezoeken met een smartphone plaatsvonden, heeft het LICG in 2017 en 2018 al haar websites, inclusief de site voor professionals en de kids site volledig voorzien van een nieuw ontwerp en is de website responsive gemaakt. De wijze waarop de inhoud wordt weergegeven wordt nu automatisch optimaal aangepast aan het apparaat waarmee men de website bezoekt. In 2020 zullen er geen grote investeringen meer gedaan hoeven te worden op het ontwerpen en bouwen van site.

Social media

Het LICG zal ook in 2020 weer actief aanwezig zijn op social media. Afgelopen jaar bleken 87.000 mensen die onze website bezochten afkomstig te zijn van social media, waarvan de meesten (97%) vanuit Facebook. 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 hadden gehoord. Tegenwoordig maken bepaalde doelgroepen veel meer gebruik van hun eigen sociale netwerk en bekende influencers om informatie te vergaren. Het is voor het LICG belangrijk tijd te blijven investeren in mensen die ons als organisatie waarderen en onze berichtjes delen met hun eigen netwerk..

Het LICG heeft in 2018 videofilmpjes ontwikkeld over het verantwoord houden van huisdieren. Visuele content heeft voor bepaalde doelgroepen meer effect dan tekst en visuele content deelt men vaker op sociale platformen. Wij zullen deze filmpjes in 2020 opnieuw inzetten.

Behandeling vragen

Het LICG ontvangt via de website veel vragen over het houden van huisdieren en alles wat daarbij komt kijken. De vragen zijn zeer divers van aard. Er blijven veel vragen over het reizen met huisdieren vanuit of naar Nederland.

Ook in 2020 verwacht het LICG weer vele vragen over belangrijke thema's zoals bijtincidenten en overlast van dieren, het chippen en registreren van honden én katten, voeding en verzorging en juridische vragen over eigendom en garantie te kunnen beantwoorden.

Nieuwsbrief

We zullen maandelijks onze eigen digitale nieuwsbrief verzenden. De LICG Nieuwsbrief heeft, ondanks het feit dat een deel van het abonneebestand zich opnieuw heeft moeten aanmelden vanwege de AVG, bijna 8.000 abonnees. Hierin zitten ook mensen van de pers en vele professionals en stakeholders in de gezelschapsdierenbranche. Wij zullen in 2020 in veel van onze communicatie-uitingen blijven sturen op het abonneren op onze nieuwsbrief, om zodoende een vaste groep van betrokken mensen te creëren.

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.

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.



In 2016 heeft het LICG een ANBI status (Algemeen Nut Beogende Instelling) gekregen. 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. De bezoekersaantallen op onze

website hebben in de loop van 2019 een sterk stijgende lijn laten zien. Dit kwam onder andere omdat we het restant budget hebben ingezet op meer inzet op alle zoektermen in verband met de aanschaf van pups. Daarmee zijn we als LICG vaker bij zoekopdrachten naar pups op een prominente plaats in Google zichtbaar geweest.

In 2020 blijven we op ons basisniveau. De verwachting is dat we door het na-ijleffect van onze nieuwe responsive websites en de inspanningen die we in 2019 hebben gedaan in 2020 ondanks deze beperking nog een lichte groei zullen zien.

Webvertising

De samenwerking met Marktplaats zal in 2020 worden gecontinueerd. Het LICG zal waarschuwende banners tonen in de zijbalk naast de pagina's waarin dieren aangeboden worden.



Zeer lieve Franse Hangoor rammetjes in de kleur Chinchilla!

816 x gezien 14 x bewaard sinds 08 sep. '18, 22:36

Bewaar



Mensen die een zoekopdracht geven op een soort huisdier krijgen een banner te zien die aansluit op hun zoekopdracht. Bijvoorbeeld bij zoeken op een puppy: “Puppy kopen? Voorkom spijt! Lees eerst de betrouwbare informatie van het LICG”.

Daarnaast worden tekstlinks ingezet. Naast de foto van het aangeboden dier, komt de tekst “Konijn (of ander dier afhankelijk van rubriek) kopen? Let op! Check eerst de LICG info”.

Zodra mensen op de banner of tekstlink klikken, verschijnt er een pagina met een waarschuwende tekst. 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.

Beurzen

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. Zo zullen we zichtbaar zijn op bijvoorbeeld het Animal Event, de jaarlijkse bijeenkomst Dierenhulpverlening en de Dag van de Hond (RvB). Tegen geringe kosten zullen we ook een stand hebben op de Dibevo Vakbeurs.

Gewenste resultaat

De websites van het LICG hebben de laatste jaren een groei laten zien van gemiddeld 6%. Dankzij de jarenlange inspanningen in bekendheid en online zichtbaarheid via allerlei kanalen is de verwachting dat een lichte groei voor 2020 nog steeds haalbaar is.

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. Het LICG zal waar mogelijk gebruik maken van haar eigen netwerk. Wij zullen zoveel mogelijk onze partners, redacties van bladen, bekende journalisten en onze huidige achterban op social media inzetten om free publicity te genereren.

De doelgroepen

Met deze campagnes willen we juist de doelgroepen bereiken die normaal gesproken zelf niet actief op zoek gaan naar informatie over huisdieren en die het LICG nog niet kennen. In 2020 willen we tegenwicht gaan bieden aan de hypes en vaak onbetrouwbare informatie die via fora, blogs, vlogs en social media over mensen heen spoelt. We willen duidelijk maken dat het LICG zich daarin onderscheidt. We willen dat mensen zich ervan bewust zijn dat het dierenwelzijn in gevaar kan komen indien men klakkeloos overneemt wat men via dit soort bronnen hoort.

Mensen moeten weten dat de informatie van het LICG door wetenschappers of deskundigen getoetst is. Men moet op zijn minst informatie die men via vrienden of bekenden hoort, checken bij het LICG. Daarnaast zal het LICG waarschuwen voor populaire trends, zoals bijvoorbeeld ineens zeer gewilde pups, en aantonen wat het effect daarvan in het verleden is geweest. Denk aan het doorfokken op kortsnuiten. Daarbij geldt “herhaling is de kracht van de boodschap”. Wij zullen ons ervoor inspannen om de boodschap dat het LICG onafhankelijk, betrouwbaar en deskundig is zoveel mogelijk in onze bestaande middelen en communicatie-uitingen te verweven.

Betrokken organisaties en samenwerkingsrelaties

Het LICG zal aanspraak doen op ons eigen netwerk voor een maximaal bereik. We willen gebruik maken van onze, nu al, grote achterban om nog een veel groter publiek te bereiken. Daarnaast willen we meer gebruik maken van de regionale media om dichterbij de leefomgeving van de doelgroep aanwezig te zijn.

Methode, toepassing en uitvoering

Middelen

We zullen in 2020 waar mogelijk gebruik maken van de bestaande materialen. Daarnaast zullen we optimaal gebruik gaan maken van onze vernieuwde website voor professionals. Via onze nieuwsbrief zullen we regelmatig specifiek professionals aanschrijven om onze boodschap te helpen uitdragen. We willen professionals op deze manier nog meer mobiliseren om als ambassadeurs van het LICG op te treden. Denk aan het plaatsen van onze documenten als ‘widget’ op de eigen website, het delen van onze social media berichten, het publiceren (eventueel via RSS) van onze nieuwsberichten en het doorverwijzen van klanten en relaties naar de website van het LICG.

Documenten

We zullen inventariseren aan welke informatie professionals behoefte hebben om hun rol als ambassadeur goed uit te kunnen voeren. Bijvoorbeeld met meer op maat gemaakte kant-en-klare redactionele artikelen over actuele of populaire onderwerpen om via de eigen media onder de aandacht te brengen.

Internet en social media

Het LICG zal daarnaast extra inzetten via internet en social media om zodoende een groot bereik onder deze doelgroep te realiseren. Wij zullen contact opnemen met redacties van websites.



Daarnaast wil het LICG een deel van het budget gebruiken om te adverteren op media als Facebook en Youtube. Er zal vooraf een agenda gemaakt worden waarin we vastleggen met welke onderwerpen we op bepaalde momenten bepaalde doelgroepen willen bereiken.

Display advertising

Er is een reeks banners en advertenties ontwikkeld die de afgelopen jaren geplaatst werden op geselecteerde 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 sites. Denk bijvoorbeeld aan buienradar.nl, infonu.nl, nu.nl, rtlnieuws.nl, bokt.nl, startpunthonden.nl, tvguids.nl, 112meldingen.nl en hondenpage.com.

Het plaatsen van dit soort advertenties is vooral een investering in de toekomst. Hiermee vergroten we de bekendheid van het LICG. Het resultaat is minder direct zichtbaar. Maar mensen die ooit van plan zijn om een huisdier aan te schaffen of in de toekomst tegen vragen aanlopen zullen het LICG al kennen en weten dat het verstandig is om eerst onze website te raadplegen.

Chipmaand

Net als in de afgelopen jaren zal in Juni de campagne Chipjedier weer gehouden worden. Dan zet het LICG 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 en de website Chipjedier.nl ontwikkeld. Wederom zal ook het belang van het checken van het registratiebewijs van verkopers van honden onder de aandacht gebracht worden. Dit om de illegale puppyhandel uit het buitenland tegen te gaan.

Indien de regels betreffende I&R in 2020 worden veranderd, zal bekeken moeten worden wat de consequenties zijn voor onze bestaande middelen. De website kunnen we redelijk gemakkelijk aanpassen en actualiseren maar voor het herdrukken van bijvoorbeeld de leaflets zullen extra kosten moeten worden gemaakt. Indien het gewenst is om via een campagne de nieuwe regels bij professionals en particulieren onder de aandacht te brengen zullen we een aparte kostenbegroting maken. Dit kan namelijk, vanwege de noodzakelijke bezuiniging in 2020, niet uit het bestaande budget gefinancierd worden.

Presentatie aanschaf pup

In 2018 is een pakket ontwikkeld, waarmee de dierenartsenpraktijken consulten over de aanschaf van een hond kunnen organiseren. Deze voorlichtingspakketten, bestaande uit een advies voor de organisatie, een handleiding voor de presentator, 4 digitale presentatiemodules en 4 digitale hand-outs kunnen op de professionals website van het LICG gedownload worden. Het LICG zal zich in 2020 inspannen om het pakket onder de dierenartsenpraktijken te promoten.

Gewenste resultaat

Met de focus op de doelgroep professionals en via de inzet van bestaande middelen en media zal het LICG bereiken dat steeds meer mensen het LICG weten te vinden en zich goed laten informeren vóórdát een huisdier wordt aangeschaft. Bovendien zal er een groter bewustzijn ontstaan bij huisdierenbezitters van hun verantwoording voor hun huisdier.

