

Betreft: driejarenplan 2021, 2022, 2023

Driejarenplan 2021, 2022 en 2023

Dit plan geeft een beschrijving van de voorgenomen activiteiten van het LICG in 2021, 2022 en 2023 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

Ongeveer de helft van de gezinnen in Nederland heeft een huisdier en mensen ontlenen daar veel plezier aan. Huisdieren kunnen ook een belangrijke bijdrage leveren aan het welzijn van hun eigenaren. Maar het houden van dieren brengt ook verantwoordelijkheden met zich mee. Soms heeft de eigenaar niet voldoende kennis over huisdieren of hij ziet er de noodzaak niet van in zijn ingesloten gedrag aan te passen of bij te stellen. Dit zijn vaak de oorzaken 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 men op verantwoorde wijze met huisdieren omgaat. Goede publieksvoorlichting is van essentieel belang voor het verantwoord houden van huisdieren. Mensen die al een huisdier hebben 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 om een huisdier aan te schaffen 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 gebruik maken van online en offline tools en materialen van het LICG om hun klanten een goed en actueel advies te 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 bezoekers. Daarnaast is er een grote online zichtbaarheid op diverse kanalen, zoals online handelsplaatsen en social media. We bereiken daarmee zowel (toekomstige) huisdierbezitters als overheidsambtenaren, professionals vanuit de gezelschapsdierensector en pers en media.

2. EXPLOITATIE

In dit driejarenplan worden de voorgenomen activiteiten en kosten beschreven, onderverdeeld in drie werkpakketten. Daarnaast zijn er exploitatiekosten die niet rechtstreeks aan de werkpakketten toe te schrijven zijn.

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 kennis- en informatieontwikkeling, één op secretariaat en één op communicatie & marketing. Deze laatste is tevens eindcoördinator.

De overhead wordt naar rato van capaciteitsbeslag verdeeld over de drie werkpakketten. De overheadkosten bedragen ongeveer 60% van de gehele exploitatie van het LICG en de partners van het LICG zullen hieraan ieder ook 60% bijdragen.

De huisvesting en een deel van de kantoorkosten zijn opgenomen in de in natura bijdrage van Aeres Barneveld. De Faculteit Diergeneeskunde Utrecht stelt kosteloos capaciteit en kennis beschikbaar voor de wetenschappelijke toetsing en de toegang tot de bibliotheek met wetenschappelijke literatuur, waarmee ook zij hun bijdrage in natura leveren.

3. DE DOELGROEPEN

Voldoende kennis hoeft niet altijd een garantie te zijn voor welzijnsverbetering. Gedragsverandering vergt langdurige herhaling en bevestiging. We moeten onze boodschap aanpassen aan verschillende doelgroepen zodat we bij verschillende mensen de juiste snaar weten te raken. Eigenaren die hun huisdier op een goede en verantwoorde manier houden kunnen daarbij belangrijke beïnvloeders zijn voor eigenaren die het minder goed weten of doen. Via diverse (social media) kanalen, sociale community's, liefhebbersverenigingen en verschillende mediatypen zullen we de verschillende doelgroepen proberen te bereiken.

Mensen zijn verschillend en maken ook nog eens verschillende keuzes in diverse levensfasen. De uitdaging is om op het juiste moment, met de juiste boodschap en via het juiste kanaal de doelgroep te bereiken. Zo zal men het meest geneigd zijn om de informatie tot zich te nemen en het gedrag aan te passen. De beïnvloeding vanuit de directe sociale omgeving van huisdiereigenaren is het meest effectief.

De website van het LICG biedt enorm veel content, wat erg belangrijk is. Mensen moeten te allen tijde op elke vraag een deskundig en volledig antwoord kunnen krijgen. Tegelijkertijd merken we dat de meeste mensen geen lange teksten willen lezen. De uitdaging voor het LICG is om de mensen op een toegankelijke en slimme wijze via zoekmachines op internet snel van deskundig antwoord te voorzien. Vervolgens worden zij op de website van het LICG ook doorverwezen naar nog veel meer voor hen relevante informatie. De aanwezigheid van het LICG op internet, zoals Google en huisdierebsites moet mensen naar onze website trekken waarbij we vervolgens de aandacht moeten zien vast te houden zodat ze andere voor hen relevante informatie ook gaan lezen.

Een verantwoorde manier van aanschaffen en houden van huisdieren begint met goede informatie voor kinderen en hun ouders. Zij zijn dan ook een belangrijke doelgroep voor het LICG. Maar ook andere typen huisdierbezitters zullen worden benaderd. Het LICG wil via differentiatie dicht bij de belevingswereld van diverse doelgroepen aansluiten.

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 van waaruit de consument bereikbaar is voor voorlichting. Hun betrokkenheid en deelname aan de voorlichting van het LICG is onmisbaar in het bereiken van de consument.

4. BASISACTIVITEITEN

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

5. WERKPAKKET 1: INFORMATIEVERSTREKKING VIA HUISDIERENBIJSLUITERS EN PRAKTISCHE DOCUMENTEN

De doelstelling

Met 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 huisdierbezitters 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 startende huisdiereigenaren bereiken. Uit onderzoek blijkt dat mensen die voor het eerst of sinds lange tijd weer aan een huisdier beginnen het belangrijk vinden om zich voorafgaande aan de aankoop intensief te informeren. Zij willen alles weten over de eigenschappen en behoeftes van het dier en hoe zij daar het beste aan kunnen voldoen (zie RDA Inventarisatie kennislandschap inzake het op welzijnsverantwoorde wijze houden van gezelschapsdieren aug 2017).

Internetforums en sociale media zijn veruit de meest geraadpleegde informatiekanalen. 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. Dat bewijst opnieuw het belang van onze website en onze huisdierenbijsluiters. Het LICG zal nadrukkelijk op haar website de betrouwbaarheid en wetenschappelijke onderbouwing van de aangeboden informatie onder de aandacht brengen.

Betrokken organisaties en samenwerkingsrelaties

Er wordt bij de samenstelling van de huisdierenbijsluiters en praktische documenten samengewerkt met diverse organisaties.

- Samenstelling van documenten: Diergeneeskunde Utrecht, Wageningen Universiteit, Stichting Herpetofauna, Hondenbescherming, rasverenigingen en overige deskundigen, RVO, NVWA.
- Verspreiding van informatie: Dibevo huisdierspecialist.nl, diverse dierenspecialisten, KNMvD GGG via de website dierenarts.nl, diverse dierenartsenpraktijken, Raad van beheer, diverse ras- en liefhebbersverenigingen, kennels en fokkers, Aeres Barneveld, Dierenwelzijnsweb, NVWA, RVO, Rijksoverheid.nl, Dierenbescherming, dierenopvang en -asielen, dierenpensions, dierenambulance, dierenpolitie, trimsalons, enzovoorts.

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 je moet weten voordat je 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 en het houden van het 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 een diersoort waardoor welzijnsproblemen kunnen ontstaan. Jaarlijks wordt 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 de documenten. We zullen de komende jaren relatief meer tijd moeten besteden aan bestaande documenten en, aangezien de capaciteit van het team gelijk blijft, minder tijd aan nieuwe huisdierenbijsluiters kunnen besteden. Gelukkig is er voor een groot deel van de veel gehouden diersoorten inmiddels een bijsluiters. Bij het maken van keuzes in onze planning maken we steeds een afweging van de capaciteit die nodig is voor het maken van een nieuwe bijsluiters en het aantal mensen dat dit dier houdt.

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 betreffende dier moet worden verstrekt. In de praktijk bleek dat er voor dit doel behoefte was aan een korte samenvatting van de huisdierenbijsluiters op A4 formaat met een duidelijke verwijzing naar meer online informatie. Het LICG is daarom begonnen met de ontwikkeling van samenvattingen van de huisdierenbijsluiters. In de komende drie jaar zal deze reeks verder aangevuld worden met regelmatig via dierspecialzaak verkochte dieren.

Rassenbijsluiters

Voor honden- en kattenrassen heeft het LICG zogenaamde rassenbijsluiters. Hierin staat per ras informatie over onder andere het karakter, de benodigde beweging, de opvoeding, risico's op erfelijke aandoeningen en benodigde ervaring om het dier aan te kunnen schaffen. Er zijn inmiddels 40 rassenbijsluiters van honden en 4 van katten. Zodra het LICG de beschikking krijgt over nieuwe input van het Expertisecentrum Genetica Gezelschapsdieren van de Faculteit Diergeneeskunde kan het aantal rassenbijsluiters uitgebreid worden. Ook kunnen dan bestaande bijsluiters worden aangepast als vernieuwde inzichten daartoe aanleiding geven. Los hiervan kan het LICG in de komende drie jaren rassenbijsluiters uitwerken van rassen die populair zijn of waarbij welzijnsproblemen optreden.



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 problemen met de luchtwegen bij kortsnuiten en adoptie van honden via zwerfdierstichtingen.

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.

Het LICG stimuleert professionals, zoals dierspecialisten, fokkers, asielen en rasverenigingen, om zowel de huisdierenbijsluiters als de praktische documenten online onder de aandacht te brengen bij hun achterban. Hiervoor kunnen de professionals ook de widgets op hun website 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 ieder jaar regelmatig onder de aandacht blijven brengen via de nieuwsbrieven en de begeleidende brief bij de bestellingen.

Gewenste resultaat

Het resultaat is dat alle 3,8 miljoen huishoudens met huisdieren en toekomstige huisdierbezitters op toegankelijke wijze direct de beschikking hebben 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, zich goed kunnen voorbereiden op de aanschaf van een dier en het dier goed kunnen verzorgen. Het LICG zal zich ervoor 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.

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 hebben moeten weten dat het LICG hét deskundige, betrouwbare en onafhankelijke kenniscentrum is voor duidelijke informatie over huisdieren en alles wat daaraan gerelateerd is.

De doelgroepen

Het LICG wil zowel voor de beginnende als voor de gevorderde huisdierbezitter en professionals zeer toegankelijk zijn. Zowel via de websites als via de social media kanalen van het LICG vindt 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 zelf als ambassadeurs van het LICG optreden in hun eigen sociale netwerk.

Betrokken organisaties en samenwerkingsrelaties

Alle eerder genoemde organisaties waarmee een samenwerking is op het gebied van de huisdierenbijsluiters dragen ook bij aan het promoten van onze website door middel van links en het opnemen van publicaties.

Al naar gelang het onderwerp wordt er ook met andere partijen samengewerkt. Met het Animal Foundation Platform wordt bijvoorbeeld samengewerkt op het gebied van voorlichting over zwerfdieren. Met Chipnummer.nl wordt samengewerkt om het chippen en registreren van honden en katten onder de aandacht te brengen.

Verder wordt er voortdurend gewerkt aan het uitbouwen van ons goede relatienetwerk met pers en media om free publicity te genereren. We hebben een vaste column in het tijdschrift Over Dieren, dat in wachtkamers van dierenartsenpraktijken ligt. Tevens hebben we in ieder nummer van het Dibevo vakblad 2 pagina's met informatie over onderwerpen van het LICG. Daarnaast verschijnen we regelmatig in het blad Majesteit met artikelen over het houden van katten. Diverse (ras)verenigingen benaderen het LICG regelmatig met het verzoek om artikelen van het LICG in hun eigen bladen te mogen opnemen.

We maken concrete afspraken met onze (bestuurs)partners over de communicatie en zijn proactief in de samenwerking met belangrijke stakeholders in de gezelschapsdierensector, zoals de NVWA, de Hondenbescherming, RVO en de Raad van Beheer.

Het LICG ondersteunt de ambities van het projectplan FairDog en draagt, ook in de komende jaren, waar mogelijk bij aan de communicatie- en voorlichtingsdoelstellingen om te streven naar een gezonde en sociale hond in Nederland.

Uitvoering

Website

De website is het belangrijkste communicatiemiddel van het LICG. Deze trekt momenteel maandelijks circa 240.000 unieke bezoekers. Een waardevol kanaal voor voorlichting en een effectief middel om diverse onderwerpen onder de aandacht te brengen van een groot publiek. De website is volledig responsive. De wijze waarop de inhoud wordt weergegeven wordt automatisch optimaal aangepast aan het apparaat waarmee men de website bezoekt. Van 2021 tot en met 2023 zullen er naar verwachting geen grote investeringen nodig zijn op het ontwerpen en bouwen van nieuwe websites. In de begroting zal alleen budget worden uitgetrokken voor noodzakelijk onderhoud, kleine updates, abonnementen en domeinregistraties.

Social media

Het LICG zal ook in 2021 weer actief aanwezig zijn op social media. Afgelopen jaar bleken meer dan 85.000 van onze websitebezoekers afkomstig te zijn van Facebook. Uit de profielen en reacties van mensen kunnen we constateren dat we daarmee nieuwe doelgroepen bereiken van mensen die het LICG nog niet kenden. Tegenwoordig maken bepaalde doelgroepen veel gebruik van hun eigen sociale netwerk en bekende influencers om informatie te vergaren. Het is voor het LICG belangrijk mensen te blijven enthousiasmeren om ons als organisatie te waarderen en onze berichtjes te delen via hun eigen netwerk. Vanwege de goede resultaten zullen we structureel berichten promoten en advertenties inzetten om nieuwe doelgroepen te bereiken. Voordeel van dit soort social media promotie is dat je snel en zeer effectief in kunt spelen op actuele gebeurtenissen.

Het LICG heeft in 2020 videofilmmpjes ontwikkeld met stockvideomateriaal van specifieke diersoorten. Deze zijn via onze Facebookpagina gepromoot bij de specifieke doelgroep met interesse in deze diersoort. De strekking van de boodschap is: "Ben jij ook zo gek op [diersoort]? En wil je daar meer over weten? Betrouwbare informatie vind je op LICG.nl". In de komende drie jaar wil het LICG meer varianten hierop maken om meer specifieke groepen mensen met interesse in bepaalde diersoorten te bereiken. Visuele content heeft voor bepaalde doelgroepen meer effect dan tekst, bovendien wordt visuele content vaker gedeeld op sociale platformen. Ook dit format biedt veel mogelijkheden om snel met een groot bereik op actuele ontwikkelingen of nieuw beleid in te springen.

Afhandeling vragen

Het LICG ontvangt via het contactformulier op 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. Het LICG speelt, in samenspraak en samenwerking met de NVWA, een belangrijke rol in het beantwoorden van vragen over het reizen met huisdieren vanuit of naar Nederland.

De komende drie jaren verwacht het LICG weer vele vragen over belangrijke thema's zoals bijtincidenten en overlast van dieren, dierenhulp voor minima, het chippen en registreren van honden en katten, voeding en verzorging en juridische vragen over eigendom en garantie te kunnen beantwoorden. Het soort vragen die mensen stellen geeft het LICG veel inzicht in wat er leeft in de maatschappij. Zo'n voelspriet vormt een goede input om te bepalen welke onderwerpen belangrijk zijn bij het ontwikkelen van informatie en campagnes om gedrag om te buigen en onwetendheid tegen te gaan.

Webinars

De komende jaren zal het LICG onderzoeken of en hoe we webinars in kunnen gaan zetten. Sinds de Corona crisis is deze interactieve vorm van online presentaties en workshops geven zeer populair en steeds meer ingeburgerd. Met interessante en relevante onderwerpen kunnen we professionals betrekken en open we een dialoog met onze doelgroepen. Dit kunnen groepen uit de gezelschapsdierensector zijn, maar ook andere groepen, zoals ambtenaren belast met dierenwelzijn, hulpverleners en dierenartsen die te maken hebben met minima. We zullen daarbij gebruik maken van de al bestaande expertise en eventueel faciliteiten van onze partners zoals de faculteit Diergeneeskunde en Aeres. Maar ook met RVO kan hierin samenwerking gezocht worden.

Nieuwsbrief

We zullen maandelijks onze eigen digitale nieuwsbrief verzenden. De LICG nieuwsbrief heeft bijna 8.000 abonnees, waaronder mensen van de pers en vele professionals en stakeholders in de gezelschapsdierenbranche. Wij zullen in de komende jaren in veel van onze communicatie-uitingen blijven sturen op het abonneren op onze nieuwsbrief, om 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 vragen heeft over de verzorging van een huisdier zullen veel mensen eerst op internet zoeken. De drempel is zeer laag en internet is 24 uur per dag

Labradoodle pup kopen | Kies een betrouwbare fokker

(Advertentie) www.licg.nl/Hondenrassen/Informatie ▼

Is de moederhond aanwezig, is het schoon, hoeveel nestjes zijn er? Lees wat je moet weten!

Het Landelijk Informatiecentrum Gezelschapsdieren (LICG) geeft deskundig advies. Alle info over huisdieren. Betrouwbare informatie. Deskundig dierenadvies. +100 Dierenbijsluiters.

[Aanschaf en verzorging](#) · [Gedrag en opvoeding hond](#) · [Veiligheid kind en hond](#)

beschikbaar. Het LICG wil daarom bij iedere zoekopdracht op “aanschaf”, “kopen”, “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.



Wij kunnen niet voorspellen in hoeverre het Covid-19 virus nog effect zal hebben in 2021. Het LICG wil echter wel onverminderd blijven inzetten op Google search advertising. Het op Google zoeken naar informatie over huisdieren is vaak de allereerste stap voor potentiële huisdierbezitters. Het is van essentieel belang dat mensen het LICG daar direct vinden.

Webvertising

De samenwerking met Marktplaats zal in 2021 worden gecontinueerd. Marktplaats is tot op heden nog steeds het meest gebruikte online handelsplatform. Ook in 2022 en 2023 zullen we blijven inzetten op zichtbaarheid op dit soort online handelsplatforms. Mochten andere online verkoopsites een groot marktaandeel krijgen zullen we bekijken of we ook niet een deel van het budget daarop in gaan zetten of samenwerking zoeken. Wij houden de ontwikkelingen in de gaten.

Het LICG zal waarschuwendende banners tonen in de pagina's waarin dieren aangeboden worden.



Mensen die een zoekopdracht geven op een bepaald soort huisdier krijgen nu 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”. De huidige banners en tekstlinks worden ongeveer 25 miljoen keer vertoond en leveren ca. 50.000 mensen op die doorklikken naar onze website.



Zodra mensen op de banner of tekstlink klikken, verschijnt er een pagina met een waarschuwendende 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. De huidige banners doen inmiddels twee jaar dienst. Afgelopen jaar zagen we het effect van de banners iets afnemen. Om ervoor te zorgen dat bannering optimaal effectief

blijft, willen we in 2021 investeren in een nieuwe reeks banners die weer meer attentiewaarde zullen hebben.

Beurzen

Vanwege kosteneffectiviteit heeft het LICG de afgelopen jaren deelgenomen aan een zeer beperkt aantal beurzen. Wel hebben we steeds aansluiting gezocht met beursorganisaties om voorlichtingsmaterialen te verspreiden en redactionele informatie te verstrekken. Of in de komende jaren beurzen en evenementen in de oude vorm doorgang zullen vinden is ook afhankelijk van de ontwikkelingen van het Covid-19 virus. Wij zullen contact houden met Animal Event, de jaarlijkse bijeenkomst Dierenhulpverlening en de Dag van de Hond (RvB). Tegen geringe kosten zullen we een stand hebben op de Dibevo Vakbeurs als die georganiseerd kan worden.

Gewenste resultaat

De websites van het LICG hebben de laatste jaren een groei laten zien van gemiddeld 6%. Ook in 2020 zien we, met name in de periode april t/m juni, een toename van bezoeken. Dankzij de jarenlange inspanningen in online zichtbaarheid via allerlei kanalen hebben we gelukkig geen terugval gezien door de noodzakelijke bezuiniging in 2019. Omdat het effect van de inspanningen gedurende meerdere jaren merkbaar is verdient het wel aanbeveling om in 2021 en de daarop volgende jaren onze marketinginspanningen een extra impuls te geven om stabilisatie of terugval in bezoekersaantallen te voorkomen.

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, journalisten en onze huidige achterban op social media inzetten om free publicity te genereren. Er zal een aantal nieuwe middelen worden ontwikkeld.

Het LICG geeft ieder jaar een bepaald thema mee. Door via diverse media en middelen aan te haken op dit thema willen we gedurende een jaar een coherent verhaal laten horen. Herhaling is de kracht van de boodschap. De informatie zal hierdoor beter beklijven. Het thema van 2021 wordt "Een goede start". Onder dit thema kunnen we veel belangrijke zaken over het houden van huisdieren scharen. Zoals bijvoorbeeld de aanschaf van een huisdier, het zoeken naar betrouwbare verkoopadressen, het belang van goede socialisatie, een paspoort en goede registratie van de pup, een dier zoeken dat bij je past, et cetera. Natuurlijk hoort bij een goede start ook het niet kopen van dieren met overdreven uiterlijke kenmerken en het kiezen voor verantwoorde fokkers die er alles aan doen om erfelijke aandoeningen te vermijden.

Daarbij biedt het thema volop mogelijkheden om kinderen op basisscholen te leren dat het belangrijk is om je huisdier een goede start te bieden. Naar aanleiding van een onderzoek van studenten Diermanagement heeft het LICG goede praktische aanbevelingen gekregen om verbeteringen aan te brengen in de lespakketten en de vorm waarin de lespakketten aangeboden worden. Het LICG wil er in 2021 voor zorgen dat er op maat gesneden, gebruiksvriendelijke en voor basisschoolleerlingen boeiende lespakketten aangeboden worden die voldoen aan de digitale en educatieve eisen van deze tijd.

Voor de jaren 2022 en 2023 zal uiterlijk in november van het jaar eraan voorafgaand het thema vastgesteld worden. Dit bepalen we mede op grond van trends en ontwikkelingen die we op dat moment signaleren. Het LICG zal zo vroeg en accuraat mogelijk inspringen op nieuwe regelgeving van de overheid en afstemming houden waar we een communicatieve bijdrage kunnen leveren als het gaat om nieuw beleid en speerpunten op het gebied van dierenwelzijn. De volgende issues zullen in ieder geval aandacht krijgen in de komende drie jaren:

Illegale hondenhandel

Een van de manieren om illegale hondenhandel te bestrijden is de door de minister aangekondigde verbetering van het I&R systeem en de invoering van de paspoortplicht voor honden. Het LICG zal een bijdrage leveren aan de bekendmaking van de nieuwe regels onder professionals en het toelichten van het belang van de regels aan de hondenbezitters. Ook in EU-verband vinden ontwikkelingen plaats om illegale hondenhandel aan te pakken. Het LICG zal waar mogelijk aansluiting zoeken als het gaat om het beter informeren van burgers en kennis en ervaring met betrekking tot bijvoorbeeld online handelsplaatsen delen.

Agressief gedrag honden

Een ander belangrijk speerpunt is het terugdringen van bijtincidenten met honden. Uit onderzoek blijkt dat er een aantal factoren zijn die een rol kunnen spelen bij het ontstaan van agressief gedrag. Het LICG zal zich inspannen om hondenbezitters bewust te maken van deze factoren en mensen te voorzien van adviezen om deze risico's te minimaliseren. Het LICG zal via al haar kanalen mensen informeren en wijzen op de Praktische documenten over socialisatie, opvoeding, dreiggedrag en agressie en veilige omgang van kinderen met honden.

Erfelijke ziekten en schadelijke raskenmerken

Het is belangrijk dat mensen weten waar ze op moeten letten bij de aanschaf van een dier. Daarbij hoort ook voor het zoeken naar een fokker die de dieren op een verantwoorde wijze fokt. Fokkers moeten voorkomen dat erfelijke ziekten en schadelijke raskenmerken worden doorgegeven. Consumenten moeten weten dat ze daarop moeten letten. Bijvoorbeeld door niet te kiezen voor honden met een extreem korte snuit. Het LICG zou in de komende jaren de Rashondengids nog verder willen uitbreiden met nieuwe rassen en updates van bestaande informatie. Hiermee zijn consumenten nog beter in staat om te zien waar ze op moeten letten bij bepaalde rassen en kruisingen en zijn beter in staat kritische vragen te stellen aan de fokker. Voor uitbreiding van de rashondengids is het wel noodzakelijk dat het ECGG nieuwe data kan aanleveren.

Wet- en regelgeving

Het LICG zal via haar kanalen mensen informeren over nieuwe wetten en regels. Zo staan bijvoorbeeld een verbod op de stroomhalsband en een nieuw wetvoorstel met betrekking tot een houdverbod als er sprake is van dierenmishandeling en dierverwaarlozing op de politieke agenda voor 2021.

Positieflijst

Zodra de beoordeling van de positieflijst is afgerond zal het LICG een inventarisatie maken van de wenselijkheid van eventuele nieuwe huisdierenbijsluiters van zoogdieren of zoogdiergroepen die gemaakt kunnen worden en het aanpassen van bestaande bijsluiters indien nodig. Een en ander zal dan in nader overleg met LNV uitgevoerd kunnen worden.

Zwerfkatten

Het LICG wijst mensen op hun verantwoordelijkheid voor hun huisdieren. Dat betekent ook dat katten geen overlast mogen geven en dat mensen hun kat niet dumpen als ze er niet meer voor kunnen of willen zorgen. Met de campagne Juni Chipmaand stimuleren we dat

mensen hun kat laten chippen en registreren. Mocht het chippen van de kat verplicht worden kan het LICG een belangrijke rol spelen in de bekendmaking daarvan. Het LICG heeft al veel ervaring opgedaan met de invoering van de verplichte chip voor de hond en heeft diverse media en middelen ter beschikking.

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. Met diverse middelen willen we maatwerk aanbieden op diverse kanalen.

Betrokken organisaties en samenwerkingsrelaties

We willen daarbij nadrukkelijk aansluiting zoeken ofwel de samenwerking aangaan met projecten van onze partnerorganisaties. Denk aan Aeres – Animalis Futurum: een dierenontdekkpark waar experts en studenten de bezoeker helpen een antwoord te vinden op allerlei dierenvragen. Of bijvoorbeeld het vervolg op Pettails van de faculteit Diergeneeskunde dat bedoeld is om studenten diergeneeskunde en studenten paraveterinair praktijkervaring te laten opdoen door vragen van huisdierbezitters op attractieve digitale wijze te beantwoorden. Het winstpunt voor het LICG is dat onze soms lange teksten op voor de doelgroep aansprekende manier voor het voetlicht worden gebracht. Wij kunnen deze digitale middelen dan ook weer inzetten op onze eigen website en social media.

Verder zal gekeken worden op welke wijze we optimaal invulling kunnen geven aan de samenwerking met onze nieuwe partner Dactari. Er is al informatie uitgewisseld over projecten en middelen waarmee we op elkaar kunnen aansluiten en elkaar kunnen versterken.

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

Methode, toepassing en uitvoering

Middelen

Het LICG zal een aantal middelen gaan ontwikkelen of updaten. Een belangrijke aanvulling zal een digitaal lespakket voor basisscholen zijn. Verder willen we stopperadvertenties ontwikkelen die redacties van tijdschriften en kranten kunnen gebruiken als ze nog vulling nodig hebben in de pagina lay-out.

Om de huisdierenbijsluiters te promoten willen we beginnen met het maken van filmpjes van circa 30 seconden met beelden van de diersoort met teksten met de belangrijkste aandachtspunten van het houden van dat dier. Deze video's kunnen de lange teksten aantrekkelijker maken en kunnen gebruikt worden op social media om mensen naar de huisdierenbijsluiters te trekken. We gaan inventariseren of en op welke wijze we studenten of liefhebbersverenigingen kunnen betrekken bij het maken van het beeldmateriaal.

We willen professionals 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, bijvoorbeeld via wachtkamerschermen en het doorverwijzen van klanten en relaties naar de website van het LICG.

Documenten

Het LICG zal bekijken 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 met gesponsorde berichten op Facebook actuele onderwerpen en specifieke campagnes onder de aandacht brengen om een groot bereik onder diverse doelgroepen te realiseren.

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 met de onderwerpen waarmee we bepaalde doelgroepen willen bereiken, maar er zal ook ruimte gehouden worden om in te kunnen spelen op de actualiteit.

Google Display advertising

Er is een reeks banners en advertenties ontwikkeld die geplaatst worden op geselecteerde sites waar mensen met interesse voor huisdieren komen. Bijvoorbeeld websites die informatie over huisdieren geven. De advertenties worden ook getoond op andere sites, zoals buienradar.nl, infonu.nl, nu.nl, rtlnieuws.nl, boks.nl, startpunthonden.nl, tvkids.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. Mensen die in de toekomst een huisdier aan willen schaffen of tegen vragen aanlopen zullen het LICG al (her)kennen en weten dat het verstandig is om eerst onze website te raadplegen.

In 2020 waren we vanwege het wegvallen van een subsidiepartner genoodzaakt een bezuiniging door te voeren. Voor 2021 is er weer iets meer budget, maar nog onvoldoende om de advertising op het oude niveau voort te zetten. Wij zullen inventariseren op welke websites we in de komende jaren extra budget kunnen zetten voor het hoogste bereik en welke banners een update kunnen gebruiken.

Chipmaand

Net als in de afgelopen jaren zal jaarlijks in Juni de campagne 'Chip je dier' gehouden worden. Het LICG zet het identificeren en registreren van dieren en het controleren van de registratiegegevens van dier en houder in de databank centraal. Vanwege de Corona crisis hebben we in 2020 niet opgeroepen bij dierenartspraktijken tot het houden van acties. Wij vonden het niet verantwoord om te veel mensen op hetzelfde moment in de wachtruimte te hebben. Wel hebben we campagne gevoerd met de nadruk op het chippen en registreren van katten.



Afhankelijk van de ontwikkelingen met betrekking tot corona zullen we beslissen in welke vorm we de campagne in 2021 en verder gaan houden.

Indien de regels betreffende I&R in 2021 worden veranderd, zal bekeken moeten worden wat de consequenties zijn voor onze bestaande middelen. Dit geldt ook voor de introductie van het verplichte EU dierenpaspoort. 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 kunnen we een inventarisatie van de kosten maken bekijken of dit binnen het bestaande budget past of dat er extra budget voor nodig is.

Presentatie aanschaf pup

Het LICG heeft een pakket ontwikkeld waarmee dierenartsenpraktijken consulten over de aanschaf van een hond kunnen organiseren. Deze voorlichtingspakketten, bestaande uit advies voor de organisatie, een handleiding voor de presentator, 4 digitale presentatiemodules en 4 digitale hand-outs kunnen van de professionals website van het LICG gedownload worden. Het LICG wil samen met Dactari een plan opstellen om het pakket, eventueel middels een Webinar, actief onder de dierenartsenpraktijken te promoten.

Rashondengids

Het LICG wil graag de vervolgfase van de website rashondengids.nl starten. We willen nieuwe rassenbijsluiters toevoegen en bestaande bijsluiters een update geven als inzichten op basis van de resultaten van de incidentiometingen veranderd zijn. Tevens willen we nieuwe kwantitatieve data op basis van de incidentiometingen van erfelijke aandoeningen bij bepaalde rassen toevoegen. Wij willen met het ECGG van de Faculteit Diergeneeskunde inventariseren wat er mogelijk is.

Gewenste resultaat

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