

LICG JAARVERSLAG 2025



Bestuursverslag over 2025

Toen ik werkte aan het voorwoord van het LICG-jaarverslag 2025, was er in de media veel aandacht voor het niet uitreiken van een eredoctoraat door de Universiteit van Amsterdam aan de rector van de Universiteit Gent. De reden om het eredoctoraat niet uit te reiken was dat de rector in haar openingsspeech voor de start van het academische jaar gebruik had gemaakt van niet bestaande citaten, die waren geproduceerd door AI. Zo verwees de rector in haar speech naar een uitspraak die Einstein in 1929 in Sorbonne zou hebben gedaan, hetgeen niet het geval was; verzonnen door AI.

Bovenstaande illustreert de gevaren die kunnen kleven aan het inwinnen van informatie door gebruik te maken van AI. Zoekenden krijgen van AI een antwoord op hun vraag, maar de betrouwbaarheid en de bron van de informatie blijven vaak onbekend (en worden meestal ook niet gecontroleerd door de zoekende). Het LICG staat voor onafhankelijke, betrouwbare, door de wetenschap getoetste informatie, voor zowel (potentiële) eigenaren als professionals in de gezelschapsdierenbranche. Mensen die een gezelschapsdier willen aanschaffen of al hebben kunnen met deze objectieve informatie een weloverwogen keuze maken voor een huisdier en beschikken over voldoende kennis om goed voor het huisdier te zorgen. Professionals in de gezelschapsdierenbranche kunnen via het LICG gebruikmaken van online en offline tools en materialen om hun klanten actueel advies te geven en te verwijzen naar uitgebreidere schriftelijke informatie.

Duidelijk is dat het LICG, als informatiebron voor zowel (potentiële) eigenaren van gezelschapsdieren en professionals in de gezelschapsdierenbranche, mee moet bewegen in de veranderende wereld van informatievoorziening. Daar wordt hard aan gewerkt en ik heb er alle vertrouwen in dat dit zal lukken. Om bezoekers de mogelijkheid te bieden de deskundigheid en betrouwbaarheid van de informatie te verifiëren, is het essentieel dat in het antwoord van AI minstens een bronvermelding van het LICG staat. Dit is echter geen eenvoudige opgave, omdat de algoritmen van zoek- en antwoordmachines moeilijk voorspelbaar zijn. Belangrijk is dat AI uit de informatie op de LICG- website eenvoudig een direct en kort antwoord kan halen en dat het LICG als organisatie autoriteit uitstraalt.

Dat de medewerkers van het LICG een topprestatie leveren, blijkt uit een marktonderzoek dat het Ministerie van LVVN recent heeft laten uitvoeren. De uitkomsten van dit marktonderzoek zijn zeer positief, met een hoge waardering voor de LICG-website. Bezoekers van de website waarden de betrouwbare, deskundige en onafhankelijke informatie over het aanschaffen en houden van gezelschapsdieren. De naamsbekendheid van het LICG wordt als verbeterpunt genoemd. Een punt om serieus te nemen, maar uiteindelijk gaat het niet om de naam, maar om het effect: kennisvergroting, praktische tips en hulp bij de dagelijkse verzorging van gezelschapsdieren. Ik ben trots op wat de medewerkers van het LICG aan kwaliteit leveren.

Prof dr. Hans Kooistra, Voorzitter LICG

Algemeen

Statutaire naam: Stichting Landelijk InformatieCentrum Gezelschapsdieren

Rechtsvorm: Vereniging met volledige rechtsbevoegdheid

Vestigingsplaats: Barneveld

Voorzitters: Prof. Dr. Erik Teske/ Prof. Dr. Hans Kooistra

Bestuur: de invulling van het bestuur ziet er ultimo 2025 als volgt uit:

- E. Teske (voorzitter tot 30 september), H.S. Kooistra (vanaf 30 september)
- G.R.M. van den Assum (penningmeester/secretaris)
- G.A.M. Willemsen (algemeen bestuurslid)
- G. Camps (algemeen bestuurslid)
- M.L.T.P. Rensen (algemeen bestuurslid)

Tijdens de bestuursvergadering van 26 mei heeft de heer Teske kenbaar gemaakt zijn functie als voorzitter van het LICG te willen neerleggen. In de vergadering van 30 september heeft het bestuur de nieuwe voorzitter, de heer Kooistra, officieel benoemd en geïnstalleerd.

Het LICG

Visie

Goede publieksvoorlichting is belangrijk voor het verantwoord houden van gezelschapsdieren. Mensen die een huisdier willen aanschaffen of al hebben, kunnen bij het LICG deskundige, betrouwbare en op de praktijk gerichte informatie vinden, die wetenschappelijk is getoetst. Zo kunnen zij een weloverwogen keuze maken voor een huisdier en beschikken over voldoende kennis om goed voor het huisdier te zorgen. Ook professionals in de gezelschapsdierenbranche kunnen via het LICG gebruikmaken van online en offline tools en materialen om hun klanten actueel advies te geven en te verwijzen naar uitgebreidere schriftelijke informatie.

Missie

Bij het LICG kan iedereen met vragen over het houden van gezelschapsdieren terecht. Het is zowel voor de professional als voor de particulier een zeer toegankelijke bron waar mensen heldere en betrouwbare informatie kunnen vinden. Iedereen moet weten dat het aanschaffen van een huisdier begint met het bezoeken van de website van het LICG. Het LICG is daarbij niet alleen de vraagbaak, maar voert ook actief campagnes om de relatie tussen mens en dier te verbeteren. Kortom: het LICG is voor iedereen hét vanzelfsprekende informatiepunt voor deskundige, betrouwbare en onafhankelijke informatie over gezelschapsdieren en alles wat daaraan gerelateerd is.

Doel

Mens en dier moeten samen een fijn en gezond leven hebben. Gezelschapsdieren geven plezier en verbinden mensen; ongeveer de helft van de Nederlandse huishoudens heeft er één of meer. Het houden van dieren vraagt om aandacht, tijd en geld. LICG streeft naar verantwoord omgaan met gezelschapsdieren door eerlijke informatie en goede voorlichting te bieden voor beter dierenwelzijn.

Financieel

De werkzaamheden van het LICG zijn binnen het kader van het ingediende driejarenplan 2024, 2025 en 2026 uitgevoerd. Er zijn in 2025 geen projecten met extra financiering uitgevoerd.

Voor verdere cijfermatige toelichting verwijzen wij naar de (toelichting op de) Staat van Baten en Lasten in de jaarrekening en de bijlage bij de jaarrekening die ten behoeve van de afrekening van het Ministerie (LVVN) is toegevoegd.

Zowel de subsidie van het Ministerie alsmede de overige bijdragen hebben betrekking op de financiering van de (werkpakketten van de) stichting en hebben derhalve een structureel karakter. Het betreft maximale bijdragen waarbij het (eventueel) overschot over de betreffende periode van de subsidiebeschikking zal worden verrekend met de bruto bijdragen.

Door het Ministerie van LNVN is een beschikking verstrekt over deze periode en begroting. Ook door de overige subsidieverstrekking is een intentieverklaring over de periode 2024-2026 getekend. De werkzaamheden van het LICG zullen plaatsvinden binnen de kaders van deze begroting.

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 gezelschapsdieren. Daarnaast biedt het LICG mensen die al een huisdier hebben een handvat om goed voor het dier te kunnen zorgen.

Uitvoering

Om kopers en bezitters van gezelschapsdieren 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 men bij het kopen van het dier op moet letten, wat het dier eet, wat voor huisvesting het nodig heeft, wat veelvoorkomende ziekten en aandoeningen zijn en wat een dier ongeveer kost. Een soort “gebruiksaanwijzing” voor dieren dus. Voor honden- en kattenrassen maken we de zogenaamde rassenbijsluiters. Naast de huisdierenbijsluiters bieden we ook informatie rondom thema’s aan. Dit doen we in de vorm van praktische documenten.

Huisdierenbijsluiters

In het Besluit houders van dieren staat dat het verplicht is dat bedrijfsmatige verkopers van gezelschapsdieren schriftelijke of digitale informatie meegeven over het dier dat zij verkopen. In die informatie moet in elk geval iets staan over de verzorging en de huisvesting die het dier nodig heeft, het gedrag van het dier en met welke kosten men rekening moet houden. De huisdierenbijsluiters zijn hier uitstekend geschikt voor. In de communicatie met de dierenverkopers brengen we het gebruiksgemak van de huisdierenbijsluiters voor dit doel onder de aandacht. Eind 2025 zijn er 164 verschillende huisdierenbijsluiters, waarvan 47 rassenbijsluiters, beschikbaar op de website van het LICG.



Met LNVN is de afspraak gemaakt dat er bij nieuwe bijsluiters en bijsluiters die worden aangepast, een vermelding van de belangrijkste bronnen zal worden opgenomen. Deze zijn bij de content op de website onder een link bij de betreffende bijsluiters weergegeven. Ook in de PDF is onderin een verwijzing naar deze link op de website komen te staan.

Dit jaar zijn er geen nieuwe huisdierenbijsluiters ontwikkeld. Het actueel houden van de bestaande reeks heeft de volledige beschikbare personeelscapaciteit geveerd. Wel zijn diverse bijsluiters flink herzien, namelijk: Grasparkiet, Cavia, Hond, Beagle, Staffordshire bull terrier, Konijn, Engelse bulldog, Bouvier, Kanarie, Hamster, Perzisch langhaar kat en Britse korthaar en -langhaar kat.

Samenvattingen

Omdat dierenspecialisten aangaven dat er behoefte was aan een korter document op A4 formaat, heeft het LICG samenvattingen ontwikkeld met een QR code en duidelijke verwijzing naar de online informatie op de LICG website. Het printen van informatie over dieren is nu een stuk eenvoudiger en de samenvattingen zijn gratis te bestellen in onze webshop. Dit jaar zijn er 2.550 samenvattingen in geprinte vorm besteld.

In 2025 zijn er 38 samenvattingen van de huisdierenbijsluiter beschikbaar op de site voor professionals om te downloaden, printen of te bestellen. De samenvattingen Grasparkiet, Cavia en Hamster zijn conform de wijzigingen in de huisdierenbijsluiter aangepast.

Praktische documenten

Er zijn nieuwe praktische documenten geschreven over Artrose bij de hond, Artrose bij de kat, Grasaren en Kattenbaktips. Daarnaast is het document Aanschaf hond volledig herzien en opgesplitst in vijf afzonderlijke, nieuwe documenten:

1. *Is een hond echt iets voor mij*
2. *Welke hond past bij mij*
3. *Waar koop ik mijn pup*
4. *Hoe kom ik aan een volwassen hond*
5. *Wetgeving over fokken en verkopen van honden*

Door deze herstructurering is de informatie uit het oorspronkelijke, omvangrijke document aanzienlijk verbeterd en toegankelijker gemaakt. De informatie is nu compacter en duidelijker en sluit beter aan bij de verschillende fasen waarin een toekomstige hondeneigenaar zich kan bevinden.

Ook de volgende praktische documenten hebben een volledige herziening gekregen: Dierenhulp voor minima, Verzorging van uw kitten, Overzicht erfelijke aandoeningen bij katten, Aanschaf van een raskat, Aanschaf van een kat.

Kleinere en grotere wijzigingen zijn doorgevoerd op de volgende praktische documenten: BOAS bij kortsnuitige honden, Ouderen en huisdieren, Consumentenrecht, Aanschaf konijn, Aanschaf knaagdier, Kind en hond - houd het veilig, Sociale rol van huisdieren, Leiding geven aan uw hond, Dier en warmte, Pijn herkennen bij konijnen, Dreiggedrag van de hond, Vergiftiging bij huisdieren, Zorgen voor uw hond, Gedragstherapie voor de hond, Wat kost een huisdier, Gedragstherapie voor de kat, Ouderdomskwalen, Aanschaf buitenlandse zwerfhond of -kat, Gebitsproblemen bij konijnen, Castratie bij de hond, Euthanasie, Tien Gouden Regels kinderen, Vuurwerk, Spelletjes doen met uw kat, CITES, Invoereisen per land – buiten Europa en binnen Europa, Verzorging van uw kitten, Dieren die als huisdier zijn toegestaan en Ouderen en huisdieren.

Lespakket Minder Hondenbeten

Dit jaar is het lespakket Minder Hondenbeten volledig aangepast en verbeterd. Het eerdere lesmateriaal was verouderd, zowel wat betreft didactische inzichten als kennis over hondengedrag. Bovendien wilden we het materiaal geschikt maken voor nieuwe digitale mogelijkheden, zoals het digiboard in de klas. In aansluiting hierop is ook de quiz Tien gouden regels voor omgaan met honden op de kids-website bijgewerkt en is daar een nieuw artikel over de Tien gouden regels bijgekomen. Het artikel over de Tien gouden regels is bovendien aangepast op minderhondenbeten.nl.



Preventie van hondenbeten blijft onverminderd urgent. Jaarlijks zijn er veel (soms ernstige) bijtincidenten, waarbij kinderen vaak slachtoffer zijn. Zij herkennen de lichaamstaal van honden vaak niet en begrijpen daardoor waarschuwingen onvoldoende.

Het vernieuwde lespakket richt zich primair op het basisonderwijs, maar kan en mag ook door anderen gebruikt worden, zoals bijvoorbeeld hondenscholen of naschoolse opvang. Met het lesmateriaal willen we het risico verminderen dat kinderen onbewust gedrag vertonen dat een hondenbeet kan uitlokken en goed gedrag aanleren in situaties met honden.

Het lespakket bestaat uit een digitale instructiegids voor leerkrachten en twee digitale lessen voor leerlingen. Les 1 behandelt basisinformatie over honden, de ervaringen van leerlingen en de manier

waarop honden via lichaamstaal communiceren. Les 2 richt zich op gewenst en ongewenst gedrag in de omgang met honden en introduceert de Tien gouden regels voor veilig contact tussen hond en kind.

De instructiegids ondersteunt leerkrachten bij de voorbereiding van de lessen en biedt een leidraad voor klassikale uitvoering. Het lespakket bevat een A3-oorkondeposter met de tien gouden regels en oudertips op de achterzijde. Deze kan na afronding van de lessen aan leerlingen worden meegegeven. Een iets aangepaste versie van deze poster is bovendien beschikbaar voor dierenartsenpraktijken, dierenpeciaalzaken en andere dierprofessionals om te verspreiden of op te hangen.

Het lespakket wordt gepubliceerd op het professionals-gedeelte van de LICG-website. De oorkondeposter is daar kosteloos te bestellen; overige materialen zijn beschikbaar als download. Begin januari 2026 worden het lespakket en het belang van het tegengaan van hondenbeten via een communicatiecampagne onder de aandacht gebracht van leerkrachten, dierenartsenpraktijken en andere professionals uit de gezelschapsdierenbranche.

Widgets

Denkt u wel goed na en lees de bijsluiters van het LICG.



Assortiment voor terraria

Het LICG stimuleert professionals, zoals dierspecialisten, tuincentra met een afdeling dier, dierenartsen, paraveterinair, fokkers, asielen en rasverenigingen, om de LICG-documenten ook online onder de aandacht te brengen. Hiervoor kunnen de professionals onze widgets gebruiken. Dit zijn kleine webapplicaties die ervoor zorgen dat de actuele documenten op de website van de professional getoond worden. Het LICG behoudt het beheer.

Kennisdeling met externe partijen

Het LICG wordt steeds vaker gevraagd om expertise te delen met uiteenlopende organisaties en overheidsinstanties. Interviews, consultaties en

bijdragen aan onderzoeken en informatieontwikkeling nemen daardoor een groeiend deel van onze tijd in beslag. Voorbeelden hiervan zijn contacten met de ministeries van LNV en VWS en met organisaties zoals NVWA, RDA, RVO, RIVM, ACM, CenSAS, GGD's, HappyPets, HondVeiligNederland en diverse gemeenten.

Deze toegenomen betrokkenheid laat zien dat het LICG een permanente en steeds zichtbaardere positie heeft verworven binnen de gezelschapsdierensector en daarnaast een nuttige bijdrage levert aan de volksgezondheidssector, in het bijzonder op het gebied van One Health. De relatie onderstreept tevens de maatschappelijke waarde van het LICG als onafhankelijke en betrouwbare kennispartner.

Werkpakket 2: voorlichting

Website

Het nog steeds grootste en belangrijkste communicatiemiddel van het LICG is de website www.licg.nl, met een apart deel voor de professionals en een deel speciaal voor kinderen.

Door de enorme opkomst van AI, met bijvoorbeeld Google AI overviews, Copilot van Microsoft en Chat GPT, zien we een behoorlijke terugval van de websitebezoeken. Steeds vaker ontvangen mensen via zoekmachines direct antwoorden die door AI zijn gegenereerd. Indien deze antwoorden voldoende zijn, voelen veel gebruikers geen behoefte om verder te zoeken. Het kan zijn dat AI informatie van de LICG-website direct in de zoekresultaten toont. Daar hebben we geen inzicht in. In dat geval wordt het publiek wel bereikt, maar is deze impact niet langer terug te zien in de websitebezoekcijfers.

De websitebezoeken daalden van 2,3 miljoen in 2023, naar 1,8 miljoen in 2024. Dit jaar blijven de statistieken steken op iets meer dan 922.500 bezoekers aan onze website. Met name informatieve content sites, zoals die van het LICG, ervaren de gevolgen van de door AI gegenereerde antwoorden.

Voor de zichtbaarheid van het LICG én om bezoekers de mogelijkheid te bieden de deskundigheid en betrouwbaarheid van de informatie te verifiëren, is het essentieel dat in het antwoord van AI minstens een bronvermelding van het LICG staat. Dit is echter geen eenvoudige opgave, omdat de algoritmen van zoek- en antwoordmachines moeilijk voorspelbaar zijn. Belangrijk is dat AI uit de informatie op onze website eenvoudig een direct en kort antwoord kan halen en dat het LICG als organisatie autoriteit uitstraalt.

-Voorbeeld Google AI antwoord op de vraag welke leeftijd het beste is voor castratie kat

◆ AI-overzicht
⋮

De aanbevolen leeftijd voor het castreren van een kat is meestal tussen de 4 en 6 maanden, voordat de kat geslachtsrijp is (ongeveer 5 tot 8 maanden). Het is raadzaam om de kat eerder te laten castreren om ongewenste nestjes en gedrag zoals sproeien te voorkomen. Sommige dierenartsen voeren castraties al op jongere leeftijd uit, bijvoorbeeld bij zwerfdieren.

Redenen en timing

- **Voorkomen van voortplanting:** Vroegtijdige castratie voorkomt ongewenste nestjes.
- **Gedrag:** Het voorkomt ook ongewenst gedrag zoals sproeien, wat bij castratie op

Meer tonen

Castratie van uw kat - licg.nl

Adviesleeftijd voor castratie Een kat kan op praktisch elke leeftijd worden gecastreerd, ma...

licg.nl ⋮

Castratie bij uw kat: alles wat u wilt weten | AniCura Nederland

Wanneer laat u uw kat castreren? # U kunt uw kat op iedere leeftijd laten castreren, maar ons...

AniCura.nl ⋮

Het LICG heeft advies ingewonnen bij een online marketingbureau. Dit heeft geleid tot diverse aanbevelingen om onze digitale zichtbaarheid verder te versterken. Door beperkte interne capaciteit en het ontbreken van extra budget om werkzaamheden extern uit te besteden, zijn deze adviezen in 2025 nog niet op grote schaal opgevolgd.

Het LICG onderzoekt momenteel op welke aanvullende manieren de impact van onze voorlichting inzichtelijk kan worden gemaakt. Een lager aantal websitebezoekers betekent niet automatisch dat onze informatie minder wordt geraadpleegd. Via onder meer de gegeneerde antwoorden van Google en via platforms als ChatGPT bereiken we wellicht nog steeds veel (toekomstige) huisdierbezitters met onze content. Daarnaast zien we dat mensen zich steeds bewuster worden van het belang van betrouwbare bronnen, wat de waarde van onze informatievoorziening verder onderstreept.

Chatbot

In 2025 ontving het LICG een aantrekkelijk aanbod van een gerenommeerd ICT-bedrijf om kosteloos een chatbot voor onze website te ontwikkelen. Het bedrijf investeert zelf in de ontwikkeling en ziet het LICG als een geschikte pilotcase om het eindproduct later aan potentiële klanten te kunnen presenteren. Voor het LICG is deze samenwerking zeer welkom: een chatbot vormt een waardevolle uitbreiding van onze digitale dienstverlening. De tool zal bezoekers van de website helpen om sneller en eenvoudiger betrouwbare informatie te vinden. Of dit ook leidt tot een hogere zichtbaarheid in zoekmachines en meer websiteverkeer, kan op dit moment nog niet worden vastgesteld.

Na de ontwikkeling in een afgeschermd omgeving startte in juli een uitgebreide testfase.

Wij stelden de chatbot een breed scala aan vragen over diverse huisdiersoorten en praktische onderwerpen en beoordeelden de antwoorden. In veel gevallen waren de resultaten positief, maar op enkele punten bleek verdere optimalisatie nodig. De finetuning liep door tot het einde van het jaar. Het LICG verwacht de chatbot in het eerste kwartaal 2026 op de website te kunnen lanceren.

LICG-site voor professionals

Ook de website voor professionals loopt terug qua aantal bezoekers. In 2025 hebben in totaal 8.300 professionals gebruik gemaakt van de site. Er worden gemiddeld 3 pagina's per bezoek bezocht.

LICG-site voor kinderen

De kids website is in 2025 meer dan 15.300 keer bezocht. Informatie over konijnen en honden blijft populair. We zien bovendien dat de pagina over "de taal van een hond" dit jaar goed is bezocht. Met verschillende illustraties en afbeeldingen leren kinderen dat je aan het lichaam van de hond kunt aflezen hoe de hond zich voelt. Opvallend is dat dit jaar ook de huisdierentest goed is bezocht. Deze is 1270 keer geopend. Dit is een mooi resultaat want de huisdierentest geeft kinderen meer inzicht in welk huisdier bij ze zou passen en waar je op moet letten als je een huisdier wil aanschaffen.

Campagnesites

Naast de reguliere LICG-sites zijn er nog een paar specifieke campagnesites, namelijk Rashondengids.nl, Minderhondenbeten.nl en Chipjedier.nl. Voor de Rashondengids en Minder Hondenbeten zijn dit jaar

geen specifieke campagnes gevoerd. Op Rashondengids.nl kwamen 8.000 bezoekers. De website Minderhondenbeten.nl trok iets meer dan 35.000 mensen. De website Chipjedier trok 23.000 bezoekers. Onder werkpakket 3 staat meer over de campagne Chipjedier in juni.

Zoekmachinemarketing

De betaalde inzet van Google Adwords blijft goede resultaten opleveren. Iedere maand vindt er monitoring plaats van de zoekwoorden en de inzet van het budget zodat een optimaal resultaat behaald kan worden. Er zijn op maat geschreven tekstadvertenties van het LICG verschenen bij allerlei variaties van zoekopdrachten over gezelschapsdieren; zowel algemeen op gezelschapsdieren als op diersoort specifiek en op aanschaf, gezondheid, huisvesting, verzorging etc. We hebben in 2025 bijna 1,7 miljoen betaalde vertoningen gehad, waarop bijna 90.000 mensen hebben doorgeklikt. De CTR is hiermee 9,42%. Dat is een zeer goed resultaat.

Daarnaast geeft Google organisaties met ANBI status de mogelijkheid om gebruik te maken van Google Ad Grants. Het LICG krijgt maandelijks een gratis advertentiebudget van \$ 10.000 van Google. Deze gratis advertenties zijn in 2025 meer dan 472 duizend keer vertoond, wat heeft geresulteerd in meer dan 54.500 bezoeken aan onze website. De CTR is met 8,67% goed.

Er wordt inmiddels gemeten of men 120 seconden op een websitepagina verblijft en of er balkjes van tussenkopjes geopend worden. Hiermee meet je beter de betrokkenheid van mensen bij de informatie. Dit resulteerde in minder impressies, maar wel in relatief meer clicks.

Ons online marketingbureau heeft een advies uitgebracht om onze SEO-prestaties te verbeteren. Voor de uitvoering van een deel van deze aanbevelingen is echter aanvullend budget vereist, dat momenteel niet beschikbaar is. Met het bureau is afgesproken dat in 2026 een deel van de adviesuren wordt gebruikt voor optimalisatie van de organische (onbetaalde) zoekresultaten.

Behandelde vragen

Via de website ontvingen wij ook dit jaar diverse vragen over het houden van gezelschapsdieren en aanverwante onderwerpen. Het totaal aantal binnengekomen vragen lag lager dan in het voorgaande jaar. Deze afname hangt naar verwachting samen met het lagere aantal websitebezoekers en het toenemende gebruik van AI voor het beantwoorden van vragen. Net als in eerdere jaren betroffen veel vragen het meenemen van gezelschapsdieren naar het buitenland. Daarnaast blijven vragen over ondersteuning voor minima en de kosten van het houden van een huisdier ook in 2025 een terugkerend thema. Het aantal vragen over het chippen en registreren van honden en katten is verder afgenomen.

Bestellingen

Professionals kunnen in de webshop van het LICG materialen bestellen, zoals folders, infokaartjes en werkbladen ten behoeve van voorlichting en educatie. De volgende bestellingen zijn gedaan:

Infokaartjes

Om klanten en relaties van professionals in de gezelschapsdierenbranche door te verwijzen naar onze website voor meer informatie over het aanschaffen of verzorgen van huisdieren, biedt het LICG gratis representatieve infokaartjes met ons website-adres. In totaal zijn er dit jaar 2540 stuks besteld.

Folders “Leuk een hond/kat/huisdier”

De algemene folders over het LICG beschrijven welke informatie (potentiële) huisdierbezitters allemaal kunnen vinden op de website van het LICG. Deze folders “Leuk een hond”, “Leuk een kat” en “Leuk een huisdier” worden veel besteld door dierenartsenpraktijken, asielen en dierenspecialisten. De folders “Hond” zijn dit jaar opnieuw gedrukt in een oplage van 5.000 exemplaren. Van “Kat” en “Huisdier” hebben we er dit jaar nog 2.500 bij laten drukken. In totaal zijn er in 2025 ruim 12.000 folders besteld.

Folders “Over de grens met je dier”

De folder “Over de grens met uw dier” geeft informatie over regels in het buitenland, rabiës en andere gezondheidsrisico's en over het meenemen van zwerfdieren uit het buitenland. In totaal zijn er dit jaar 4050 besteld.

Werkbladen Minder Hondenbeten

Het LICG heeft de campagne Minder Hondenbeten dit jaar niet specifiek onder de aandacht gebracht. Wel staat deze campagne op onze prof site, waar men materialen kan bestellen en downloaden. Wij merken dat er nog steeds vraag is naar de werkbladen Minder Hondenbeten. Hiermee kunnen basisscholen, hondenscholen en andere professionals kinderen lesgeven over de omgang met honden. Er zijn 900 werkbladen besteld. Zoals eerder aangekondigd zullen we vanaf 2026 een volledig nieuw interactief lespakket voor digiboard hebben met de oorkondeposter in plaats van de werkbladen.

Folder professionals

Professionals die bestellingen doen krijgen bij elke bestelling een folder speciaal gemaakt voor de professionals waar een overzicht gegeven wordt van alle folders die besteld kunnen worden en alle handige tools en items die men online kan gebruiken. Zoals bijvoorbeeld een verwijzing naar de widgets en de QR codes van alle huisdierenbijsluiters en alle praktische documenten. Deze folders worden ook uitgedeeld op beurzen zoals de Dibevo Vakbeurs, het Dierenwelzijnscongres van Stichting Dierenlot en Diergeneeskunde Outdoor Event (DOE). Ook de politie Noord Holland bestelde dit jaar een grotere hoeveelheid. In totaal zijn er 550 van deze folders verzonden en uitgedeeld.


Externe PR en social media

Nieuwsbrief

De LICG-nieuwsbrief wordt ongeveer eenmaal per maand per mail verstuurd. In een enkel geval is er bij een specifieke campagne of actualiteit een extra nieuwsbrief. Eind 2025 waren er ruim 8.000 mensen geabonneerd op de nieuwsbrief. Het blijft voor het LICG een goed kanaal om nieuws, actualiteiten en campagnes onder de aandacht te brengen bij mensen die betrokkenheid hebben of voelen bij het LICG.

Facebook

We hebben in 2025 wekelijks één of soms meerdere Facebook berichten gepost. Daarnaast hebben we met filmpjes geadverteerd via Facebook. Het totale organische en betaalde bereik van onze Facebookpagina in 2025 was meer dan 2,2 miljoen weergaven. Hiervan kwamen 793.000 weergaven via onze organische posts van berichten en 1,4 miljoen via betaalde advertenties. We hebben dit jaar bijna 11.000 volgers. Dit zijn met name vrouwen, namelijk 87%,

 Populaire content op basis van weergaven


Onze communicatie-uitingen bereikten een groot publiek. Het bericht over het zoeken van een geschikt maatje voor konijnen die alleen zijn of zijn komen te zitten werd het meest bekeken. Via dit bericht werden bezoekers doorverwezen naar de uitgebreide informatie over het koppelen van konijnen op onze website. Ook de publicatie over de risico's van madenziekte (myiasis) bij warm zomerweer genereerde veel weergaven.

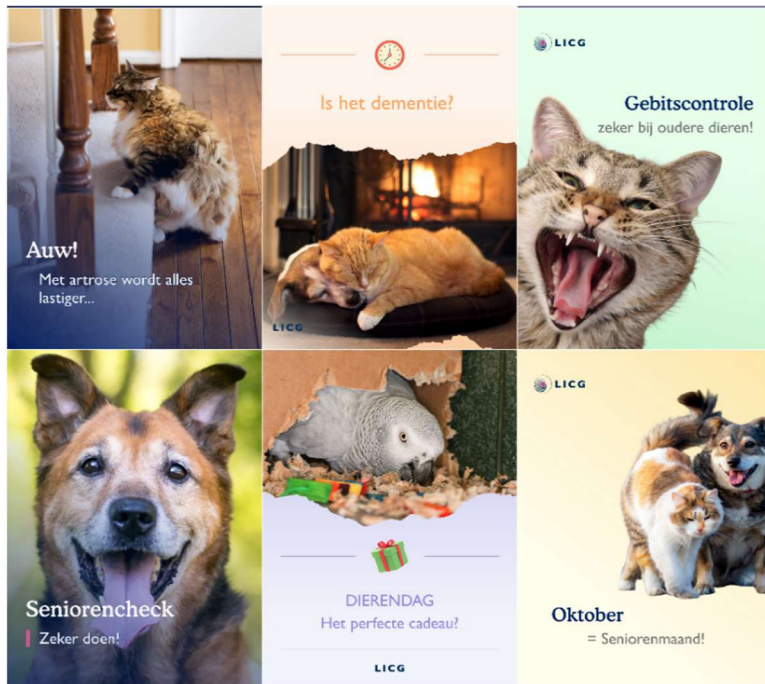
Opvallend was daarnaast de grote belangstelling voor het bericht over het bestaan van Vissenasiel Nederland. Dit bericht werd vaak gelezen en gedeeld. Het vissenasiel vangt vissen op en herplaatst deze. De hoge betrokkenheid suggereert dat het onderwerp voor veel mensen nieuw en relevant is.

Tijdens Prinsjesdag publiceerden wij een bericht over de kosten van een huisdier en de gevolgen hiervan voor de koopkracht van huisdiereigenaren. Voor een overzicht van zowel de eenmalige kosten als de terugkerende jaarlijkse uitgaven verwezen wij naar ons artikel 'Wat kost een huisdier'.

Tot slot bleek ook het bericht over het houdverbod van naakt- en vouwoorkatten veel gelezen en gedeeld. De kern van de boodschap was dat eigenaren van deze katten verplicht zijn de kat uiterlijk 31 december 2025 te laten chippen. Het bericht leidde tot uiteenlopende reacties. Er werden negatieve opmerkingen geplaatst, maar ook positieve, zoals bijvoorbeeld: "Prima! Een dier is geen modeaccessoire". Het LICG monitort dergelijke opmerkingen en reageert waar nodig met aanvullende toelichting of een antwoord op vragen. Scheldberichten die ongenueanceerd of grensoverschrijdend zijn, worden verwijderd.

Instagram

Dit jaar hebben onze Instagram-posts een compleet nieuwe uitstraling gekregen. Via de organisatie Nieuwe Gevers hebben we een vrijwillige ontwerper gevonden die templates heeft ontwikkeld voor onze voorlichtingsactiviteiten. Dankzij deze templates kunnen wij nu zelf posts in Canva maken met een herkenbare LICG-signatuur, waardoor ons sociale media-aanbod een consistent en professioneel beeld uitstraalt.



We plaatsen inmiddels één tot meerdere berichten per week, afhankelijk van het actuele nieuws en themaweken. Het aantal volgers is gestaag gegroeid en bedraagt momenteel 2.281. Over heel 2025 hebben onze berichten bijna 65.000 mensen bereikt, waarbij het grootste deel van ons bereik bij vrouwen ligt (86%).

In januari hebben we aandacht besteed aan obesitas bij huisdieren, een veelvoorkomend probleem, met name bij katten in Nederland. Mensen werden gewezen op onze maatometers, waarmee zij objectief kunnen

beoordelen of hun huisdier een gezond gewicht heeft.

September stond in het teken van huisdieren en kinderen. We belichtten onder andere de vraag van ouders welk huisdier het meest geschikt is voor hun kind. Hierbij maakten we duidelijk dat er geen 'perfect dier' bestaat; het draait om de juiste match tussen kind en huisdier. Dit bericht werd goed bekeken en gedeeld.

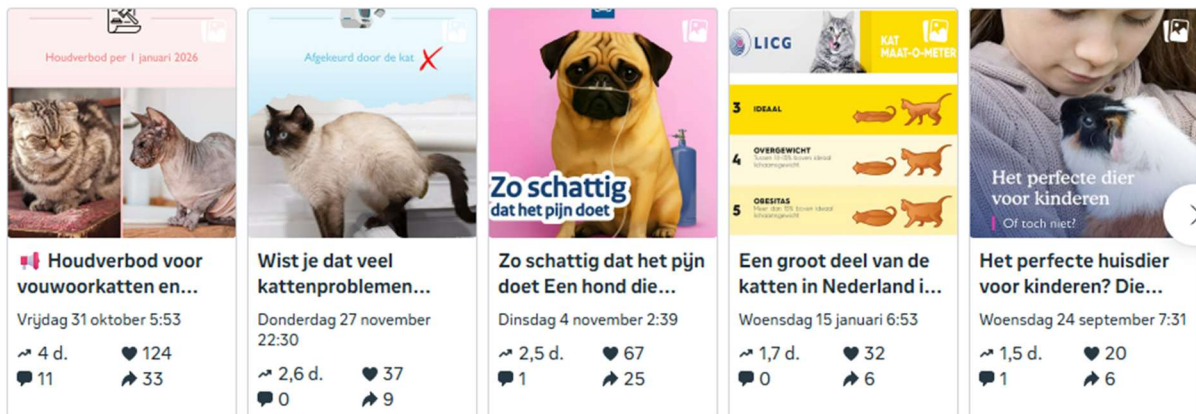
In oktober hebben, naast de posts voor onze jaarlijks terugkerende seniorenmaand, aandacht besteed het houdverbod voor vouwoorkatten en naaktkatten. Ook via Instagram bereikte dit bericht veel mensen en werd het regelmatig gedeeld, met 124 likes. De reacties varieerden van verontwaardigd tot instemmend over het nieuwe verbod.

Daarnaast behaalden we veel bereik met de campagne van LVVN "Zo schattig dat het pijn doet". Hierin werd aandacht gevraagd voor dieren die lijden onder hun schattige uiterlijk. In onze bio plaatsten we een link naar de campagnepagina van de Rijksoverheid, waar mensen een handige checklist 'Verantwoord een dier kiezen' en praktische tips voor de aanschaf van een huisdier konden vinden.

📷 Populaire content op basis van bereik

Content promoten

Alle content bekijken



Social Media advertenties

Daarnaast hebben we met betaalde video advertenties verschillende voorlichtingscampagnes via Facebook en Instagram ingezet afgelopen jaar. In totaal hebben de campagnes bij elkaar vanuit Meta meer dan 540.000 mensen bereikt met meer dan 1.7 miljoen advertentie weergaven. In totaal zijn er bijna 100.000 klikken op de advertenties geweest en er is bijna 40.000 keer geklikt op een link. Hierdoor zijn er meer dan 20.000 landingspagina's op onze website bezocht.

Meta rekent alle klikken mee op advertenties, dus ook als iemand klikt op 'meer weergeven' als de tekst langer is. Omdat we graag kwalitatief verkeer willen van mensen die doorklikken naar onze website voor meer informatie zijn we in de tweede helft van het jaar gaan focussen op 'weergaven landingspagina'. Dan telt Meta deze pas als iemand echt de pagina heeft geladen.

Wat kost een huisdier?

Omdat het LICG veel noodkreten krijgt van mensen die de kosten van de dierenarts of de voeding van hun huisdier niet meer kunnen betalen, is besloten de social media campagne over de kosten van een huisdier te herhalen in 2025. De vier video's voor hond, kat, konijn & terrariumdieren hebben in februari en maart gedraaid.

Huisdier mee op vakantie of blijft thuis

Het LICG ontvangt vlak voor of tijdens vakantieperiodes veel vragen over het meenemen van huisdieren op vakantie. Soms blijkt dat mensen hun dier niet (meer op tijd) kunnen laten voldoen aan de invoereisen van het buitenland. Daarnaast bestaat het risico dat dieren ziek worden door ziekten die in Nederland nog weinig of niet voorkomen. Ook ontstaan er regelmatig problemen bij het vinden van een geschikt logeeraadres voor het huisdier. We hebben drie videovarianten over het regelen van de vakantie voor honden-, katten- en konijnenbezitters.

Problemen met het gedrag van je dier?



In mei hebben we een campagne over probleemgedrag van huisdieren gevoerd. Soms kan het gedrag van huisdieren problemen veroorzaken, en weten mensen niet altijd hoe ze hiermee om moeten gaan. Het LICG wil mensen daarom stimuleren om op tijd hulp te zoeken bij deskundigen. Dit kan veel dierenleed voorkomen en verhinderen dat dieren worden afgestaan of achtergelaten.

Huisdieren en warmte

De Facebookcampagne 'Warmte en huisdieren' geeft huisdierbezitters aanbevelingen om gezondheids- en welzijnsproblemen die kunnen ontstaan bij warm weer te voorkomen. Er zijn drie video's (hond, kat en konijn) en ze werden alleen geactiveerd op warme dagen gedurende drie perioden in juni en juli.

Aandacht voor het senior dier

In oktober stond het senior huisdier centraal in onze communicatie via social media en nieuwsberichten. Voor oudere dieren is het belangrijk veranderingen in gezondheid serieus te nemen, omdat veel ouderdomskwalen, zoals artrose, dementie, nierfunctiestoornissen en hart- of gebitsproblemen sluipend ontstaan. Regelmatige seniorenchecks bij de dierenarts helpen deze problemen vroegtijdig te signaleren, waardoor dierenleed wordt voorkomen en kosten op de lange termijn beperkt blijven. Tijdens de campagne werden drie varianten van video's vertoond aan honden-, katten- en konijnenbezitters.

Huisdierenbijsluiters in de spotlight

Aan het einde van het jaar hebben we met een gerichte campagne aandacht gevraagd voor de huisdierenbijsluiters. Het doel van de campagne was om mensen te stimuleren eerst de bijsluiter van het LICG te raadplegen bij vragen over de verzorging van hun huisdier of bij de overweging om een huisdier aan te schaffen, zodat zij betrouwbare informatie en deskundig advies ontvangen. Er zijn zes varianten van de bijsluiters ontwikkeld: voor honden, katten, konijnen, knaagdieren, aquariumvissen en terrariumdieren. Iedere variant is specifiek afgestemd op het bijbehorende interesseprofiel en verwijst door naar de relevante hoofdpagina op onze website.

Pers en redactionele artikelen

Ook dit jaar werd het LICG regelmatig benaderd door uiteenlopende media. Journalisten klopten bij ons aan voor research, achtergrondinformatie en interviews over zeer verschillende onderwerpen. Het LICG werd regelmatig benaderd door Radar van AVROTROS voor toelichting en achtergrondinformatie. Zo verscheen in de online nieuwsbrief een uitgebreid artikel over de kosten van een huisdier en aandachtspunten bij de aanschaf, waarin tevens werd verwezen naar de informatie over de 'Foute fokker'.

Daarnaast werd op de website van Radar ingegaan op veilig barbecueën en buiten eten met huisdieren, en publiceerde men een antwoord van het LICG op de vraag of huisdieren 's winters een jasje nodig hebben. Ook het onderwerp kattenoverlast leidde tot een interview en een publicatie.

Daarnaast was het LICG meerdere keren in gesprek met het Algemeen Dagblad, onder meer over het voorkomen van onverwachte dierenartskosten, vakantiesituaties waarin het huisdier thuisblijft, en over de impact van hitte op dieren. Omroep Brabant interviewde ons over veilig vervoer van dieren in de auto en ook andere media besteedden aandacht aan vergelijkbare onderwerpen.

Tijdens de Dierendag-uitzending van Lubach op de NPO werd het LICG genoemd in een item over de populariteit én het vervolgens dumpen van papegaaien en parkieten. Daarbij werd benadrukt dat veel mensen deze dieren impulsief aanschaffen, zonder zich te realiseren hoeveel tijd en aandacht hun verzorging daadwerkelijk vergt.

Ook verstrekten we informatie aan magazines zoals Flair, Margriet en Libelle over thema's als dieren en feestdagen, reizen met een huisdier en het nemen van een huisdier op oudere leeftijd.



Ook aan NOS op 3, NU.nl en BNN/VARA leverden wij input en werden wij meerdere malen om toelichting gevraagd. Verder werd medewerking verleend aan een onderzoek van de Rijksuniversiteit Groningen naar het jachtgedrag van loslopende katten in Nederland, en werd onze expertise ingeschakeld door onder meer RTL Nieuws en Hart van Nederland bij vragen over hitte, chemische tuinproducten en gezondheid van huisdieren. Radiozenders zoals Radio Eemland en NPO Radio 1 vroegen het LICG eveneens om uitleg, bijvoorbeeld over het onderwerp 'meeroken van huisdieren'. Daarnaast traden wij op als kennispartner voor PostNL in de campagne ter voorkoming van hondenbeten bij post- en pakketbezorgers.

Ook vanuit verenigingen en clubbladen kwamen regelmatig verzoeken binnen om artikelen van het LICG te publiceren of over te nemen, waaronder van Voor Onze Hond, de Leonbergse Honden Club Nederland, de Old English Sheepdog Club Nederland en de Australian Shepherd Club Nederland.

Via Google kregen wij verder meldingen van publicaties waarin het LICG werd genoemd, onder meer door regionale media, gemeenten en landelijke kranten. De onderwerpen varieerden van hitte en oververhitting bij huisdieren tot informatie over de zwaarlijvigheid van honden.

Tenslotte heeft het LICG van jong RDA de uitnodiging ontvangen om mee te doen aan de DIER aan BODcast. Dit is een serie podcasts over dierenwelzijnsproblemen. Ditmaal was het onderwerp groeps- en kuddedieren die alleen gehouden worden, zoals konijnen, cavia's, paarden en vogels. Saskia Ober heeft hier vanuit haar expertise op het gebied van konijnen haar medewerking aan verleend.

Hoewel het LICG niet op iedere vraag inhoudelijk kan ingaan, streven we ernaar journalisten zo goed mogelijk verder te helpen en hen, waar nodig, door te verwijzen naar de juiste partijen.

Publicaties

Daarnaast schreven we artikelen voor de volgende magazines.



Dibevo Vakblad

- 1 – Doe je dier een lol: prikkel zijn SEEKING systeem!
- 2 – Puppysocialisatie - een kwestie van balans
- 3 – Met hart en ziel - over dieren en hun passie volgen
- 4 – Huisdier mee geen probleem - vakantie
- 5 – Maak het je gemakkelijk – wat biedt LICG de prof
- 6 – Je kunt het een dier niet vragen – pijn herkennen

Magazine Over Dieren

- 147 – Digitale puppykalender
- 148 – Konijnen en zomerwarmte
- 149 – Huisdierenbijsluiters
- 145 – Let op je senior

Ook hebben we een bijdrage geleverd aan het magazine Vedias met de 10 Gouden regels en Minder hondenbeten.

Beurzen

Op uitnodiging van Stichting Dierenlot hebben wij in april met een stand gestaan op de landelijke bijeenkomst Dierenhulpverlening. Op 28 en 29 september stond het LICG met een stand op de DIBEVO-vakbeurs in Gorinchem.

Marktplaats banners, tekstlinks en pop-ups

Het LICG vindt het belangrijk om mensen te wijzen op de risico's die men loopt bij de aanschaf van dieren via Marktplaats. Wij plaatsen daarom twee soorten advertenties. Namelijk banners en zogenoemde lead generators.

Tot halverwege 2025 plaatsten we medium rectangle banners die op de desktop in de zijkolom en op mobiel ergens tussen de zoekresultaten getoond werden. We zagen echter dat de resultaten hiervan de laatste jaren terugliepen. In juli zijn we daarom eerst deels overgegaan op een ander type banner,

namelijk de contextual headers. Dit formaat draait bovenaan de zoekresultaten binnen de app en zou een veel betere doorclick ratio moeten geven.

Ook deze banners zijn net als de vorige reeks bij alle diergroepen geplaatst, dus bij honden en hondenrassen, katten en konijnen, maar ook bij knaagdieren, vogels, reptielen, amfibieën en vissen. De reeks van in totaal 19 videobanners is aangepast voor het nieuwe formaat.



Elke videobanner linkt door naar een landingspagina met tekst die past bij de rubriek waarin mensen zoeken. Ook deze teksten zijn in 2025 volledig herschreven zodat ze beter aansluiten op de informatiebehoefte van de doelgroepen.

Deze banners leverden inderdaad significant betere resultaten op. De oude medium rectangle banner had een gemiddelde CTR van 0,18%. De nieuwe contextual banner zat het tweede halfjaar op een gemiddelde van 0,32%. We hebben daarom besloten voor het nieuwe jaar 2026 helemaal over te gaan op deze nieuwe video bannerset.

Bovendien plaatsen we zogenaamde lead generators die getoond worden in de daadwerkelijke advertentie van de adverteerder. Dit is een soort tekstlink met tekstkarakters en het logo van het LICG. Ook deze leveren nog steeds een goed resultaat met een gemiddelde CTR van 0,28%.

Er zijn in 2025 meer dan 26 miljoen vertoningen geweest wat, met een CTR van 0,27%, heeft geresulteerd in meer dan 70.000 kliks naar onze website.

Werkpakket 3: project campagnes verantwoord houden van huisdieren

Display advertenties

Net als voorgaande jaren zijn via het Google Display netwerk ook weer advertenties ingezet. Deze advertenties worden vertoond aan mensen die op basis van surfgedrag op internet laten blijken dat ze interesse in huisdieren hebben. Hierdoor is er een grote online zichtbaarheid, waardoor het LICG grotere bekendheid krijgt en men ook in de toekomst gemakkelijker de weg naar het LICG zal vinden. In 2025 zijn de advertenties meer dan 10 miljoen keer vertoond. Er is bijna 80.000 keer doorgelikt naar onze website. Steeds wordt gezocht naar een optimale afstemming van de getoonde advertenties op de interesse van de gebruiker. De CTR is 0,8%.



Puppykalender

De digitale puppykalender geeft (toekomstige) hondeneigenaren vlak voor de komst en in de eerste periode dat ze een puppy in huis hebben per mail wekelijks nuttige informatie en handige tips over de verzorging, opvoeding en medische zaken van hun nieuwe dier. Zodra men een item aanklikt komt de puppy-eigenaar op de speciale landingspagina van de betreffende week passend bij de leeftijd van de pup. In 2025 is de puppykalender gepromoot met een bannercampagne op Google, Facebook en Instagram. Wij krijgen veel positieve reacties op de puppykalender.

Er zijn via Google twee campagneperiodes geweest, namelijk van januari t/m maart en van augustus t/m oktober. In totaal zijn er meer dan 3,2 miljoen vertoningen geweest, wat heeft geresulteerd in 45.000 kliks en 2.363 daadwerkelijke inschrijvingen voor de puppykalender.

Ook op Facebook en Instagram is er gedurende twee periodes een promotiecampagne met video en gewone advertenties gevoerd. In februari en maart en in september.

De video advertenties voor de puppykalender presteerden minder goed. In september zijn daarom weer de gewone advertenties ingezet. Dit heeft geresulteerd in 1.366 inschrijvingen in 2025. De puppykalender heeft eind december 2025 circa 2.186 ingeschreven abonnees. In totaal zijn er circa 73.000 weekpagina's van de kalender bezocht. Daarna kunnen mensen vanuit deze pagina's verder klikken naar andere pagina's. Dus de werkelijke spin-off is nog groter.

Professionals in de gezelschapsdierenbranche kunnen de puppykalender ook via hun eigen website en andere media onder de aandacht brengen. Het LICG heeft hiervoor banners beschikbaar gesteld via de website voor professionals. Zo kunnen ook dierenartsenpraktijken, dierenpeciaalzaken, trimsalons, pensions en fokkers bijdragen aan goede voorlichting aan nieuwe puppy-eigenaren.

Juni Chipmaand

Jaarlijks vindt de Juni Chipmaand plaats. Dan vraagt het LICG aandacht voor het chippen en registreren van huisdieren. We geven informatie over de verplichting om de hond te chippen en te registreren, maar ook dat het voor katten zeer aan te bevelen is.

Via de nieuwsbrief en onze website voor professionals worden dierenartsenpraktijken gestimuleerd om met een actie deel te nemen aan de Juni Chipmaand. We hebben social media berichten gepost en op Google via search en display geadverteerd. De advertenties zijn bijna 160.000 keer vertoond en dit heeft geresulteerd in bijna 1.700 extra kliks naar de website. De kosten per klik zijn relatief hoog. We ervaren veel concurrentie op de zoekwoorden van databanken zoals petbase.eu.

De website Chipjedier.nl met alle informatie over chippen en registreren van huisdieren heeft dit jaar circa 25.350 bezoekers gehad. Dit jaar zijn de folders Chipjedier daarom in een kleine oplage herdrukt. Wellicht gaat in 2026 de chipverplichting voor de kat in werking. Dan zouden de folders opnieuw herzien moeten worden.

Lespakket basisonderwijs

Van september t/m oktober 2025 is het lespakket voor basisscholen opnieuw gepromoot onder de leerkrachten van basisscholen.

Dit lespakket bestaat uit vier interactieve digibordlessen waarin kinderen leren dat een huisdier een levend wezen is waar je zorgvuldig mee omgaat. Daarnaast ontdekken zij dat een dier moet passen bij hun leefomgeving, dat ze er tijd voor moeten hebben en dat voldoende kennis over het dier essentieel is om er goed voor te kunnen zorgen.

View this email in your browser

Kliks: 591 (0%)

LESPAKKET HUISDIEREN

Voor groep 5 t/m 8

Kliks: 896 (100%)



Klaar voor een beestachtige schooldag? Ontdek ons lespakket 'Houden van huisdieren'!

Het LICG heeft een nieuw gratis lespakket over het houden van huisdieren. Hiermee leren kinderen uit groep 5 t/m 8 alles over de omgang met huisdieren en hoe je van jezelf een topbaasje maakt.

Veel kinderen willen graag een huisdier. Zij kunnen een sterke band hebben met hun dier. Ze delen er blijdschap, liefde, maar ook boosheid en verdriet mee. Een huisdier kan een kind zelfs meer zelfvertrouwen geven. Ook kinderen die zelf geen huisdier hebben, krijgen ermee te maken als ze bij vriendjes of buiten spelen.

Het is daarom belangrijk dat kinderen weten hoe ze met huisdieren moeten omgaan. Meer kennis over huisdieren en hun behoeften zorgt ervoor dat kinderen nu en in de toekomst op een goede manier met dieren zullen omgaan.

Nieuwsgierig?

Bekijk nu het lespakket

Kliks: 896 (100%)

Hoe zien de lessen eruit?

Het pakket bevat digibord-presentaties, werkbladen en een uitgebreide handleiding voor de leerkrachten. Er wordt



Kliks: 896 (100%)

Op de website www.basisonderwijs.online, onderdeel van de Portalengroep, is het lespakket gepositioneerd op een speciale rubriek dieren. Deze positioneringspagina is meer dan 2.000 keer bezocht dit jaar.

We hebben tweemaal, in augustus en september, een nieuwsartikel geplaatst in de nieuwsbrief van basisonderwijs.online die eens in de 3 weken wordt verzonden naar 36.000 abonnees. In totaal hebben meer dan 700 leerkrachten doorgedrukt naar ons lespakket.

Ook hebben we zelf een eigen digitale mailing verzonden naar deze onderwijsprofessionals. Deze nieuwsbrief is door 35% van de leerkrachten geopend en heeft 3.500 kliks naar het lespakket op onze website opgeleverd. Het lespakket hebben we ook toegankelijk gemaakt via onze eigen website voor professionals. Op onze eigen website is het lespakket circa 3.000 keer geopend.

Daarnaast is ook gebruik gemaakt van het bedrijf Onderwijsmedia om het lespakket onder de aandacht te brengen bij leerkrachten. Met de titel "Klaar voor een beestachtige schooldag, ontdek ons lespakket 'Houden van huisdieren!'" is in september een nieuwsbrief mailing verzonden naar meer dan 21.600 leerkrachten. In totaal hebben 8.300 mensen de mail geopend en bijna 900 hebben doorgedrukt naar het lespakket.

Corporate campagne naamsbekendheid LICG

Ter vergroting van de naamsbekendheid van het LICG is in 2025 een corporate socialmediacampagne ontwikkeld en uitgevoerd. Voor de kanalen Facebook, Instagram en YouTube zijn diverse advertentievarianten ingezet, die het publiek op interactieve wijze stimuleren om na te denken over vragen rondom huisdieren en huisdierbezit.

De campagne maakte gebruik van verschillende interactieve formats, waaronder advertenties met



kaartelementen, meerkeuzevragen en emoticon-interacties. Deze vormen waren erop gericht de betrokkenheid van gebruikers te vergroten en hen actief te laten nadenken over hun kennis over gezelschapsdieren.

De kernboodschap van de campagne was dat betrouwbare en onafhankelijke informatie over huisdieren en de aanschaf daarvan te vinden is op de

website van het LICG. Hiermee is bijgedragen aan een bredere bekendheid van het LICG als centraal en deskundig informatiepunt voor huisdierbezitters en -kopers.

Youtube campagne Kids site

Er zijn twee campagne perioden geweest in 2025. In juli hebben we onze Youtube kids campagne gehouden, met corporate video's waarbij kinderen worden uitgedaagd om vragen over huisdieren te beantwoorden. Deze hebben goed resultaat opgeleverd. De video's zijn meer dan 164.000 keer bekeken. Bij elkaar was de kijktijd 860 uur.

Het meest populair is ons filmpje over reptielen en vissen. Maar de filmpjes over konijnen en knaagdieren, katten en honden en vogels en amfibieën werden ook goed bekeken. De kijkcijfers lagen dicht bij elkaar.

Voor volwassenen heeft de campagne in de maand december gedraaid. Deze is meer dan 1,8 miljoen keer vertoond aan in totaal 545.500 mensen. Hiervan heeft 43.500 doorgeklikt naar onze site.

Onze organisatie

Financiering

Het LICG werd in 2025 gefinancierd door het Ministerie van LNVN, de Dierenbescherming, Dactari Dierenartsencoöperatie en Dibevo. Een in natura bijdrage aan het LICG werd geleverd door de Faculteit Diergeneeskunde (Universiteit Utrecht) en Aeres MBO Barneveld.

Bestuur

De bestuurssamenstelling zag er op 31 december 2025 als volgt uit: de heer Kooistra (voorzitter, namens Faculteit Diergeneeskunde (Universiteit Utrecht), de heer Van den Assum (secretaris en penningmeester, namens Dibevo), mevrouw Willemsen (algemeen lid namens de Dierenbescherming), de heer Camps (algemeen lid namens Dactari Dierenartsencoöperatie) en mevrouw Rensen (algemeen lid namens Aeres MBO Barneveld).

Landelijk InformatieCentrum Gezelschapsdieren

Postadres: Postbus 86, 3770AB Barneveld
info@licg.nl

