



RAPPORT

Effectief en efficiënt, maar ook onbenut potentieel

Beleidsvaluatie LICG 2017-2021

10 december 2021

RAPPORT

Effectief en efficiënt, maar ook onbenut potentieel

Beleidsvaluatie LICG 2017-2021

Judith van Niekerk
Mark Weijers
Kees Gillesse
Sinem Albayrak
Bram Berkhout

10 december 2021

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4	Deel 2: Bevindingen	14
1.1 Aanleiding.....	4	4. Bevindingen	15
1.2 Onderzoeksvraag.....	4	4.1 Input (doelen en middelen)	16
1.3 Onderzoeksofzet.....	5	4.2 Partijen en rollen in het stelsel van dierenwelzijn.....	20
1.4 Methodische verantwoording	5	4.3 Throughput	23
1.5 Evaluatiemodel.....	5	4.4 Output	27
1.6 Leeswijzer.....	6	4.5 Effect.....	34
Deel 1: Conclusies en aanbevelingen	7	Bijlagen	42
2. Conclusies	8	Tabellen gegevens beleidsprestaties	43
2.1 Conclusies hoofd- en deelvragen.....	9	Resultaten enquête nieuwsbrief LICG	44
2.2 Impactanalyse	10	Bronnen en gesprekspartners	46
3. Aanbevelingen	11	Beleidstheorie LICG	48
3.1 Aanbeveling 1: versterk de strategische samenwerking tussen LICG en LNV	12	Evaluatiekader Berenschot voor evaluatie LICG	49
3.2 Aanbeveling 2: zet in op ad-hocproblematiek en realiseer meer grote publiekscampagnes.....	12		
3.3 Aanbeveling 3: voer marktonderzoek uit om specifieke sturingsinformatie te verzamelen.....	12		
3.4 Aanbeveling 4: werk samen met strategische partners voor meer zichtbaarheid.....	13		
3.5 Aanbeveling 5: neem positie in het stelsel, waar mogelijk.....	13		

HOOFDSTUK 1

Inleiding

1.1 Aanleiding

Huisdieren zijn populair. Zij vormen voor veel Nederlanders een belangrijk onderdeel van hun huishouden. Het jaarlijkse onderzoek van Dibevo en de NVG in 2019 laat zien dat bijna de helft van huishoudens in Nederland één of meer huisdieren heeft. Hoewel de meeste huisdieren het prima hebben, ontstaan door de groei in populariteit ook meer welzijnsproblemen. Deze problemen ontstaan vaak niet door onwil, maar zijn meestal het gevolg van gebrek aan kennis bij huisdiereigenaren.

Om die reden is in 2007 het Landelijk Informatiecentrum Gezelschapsdieren (LICG) opgericht. Het LICG is een onafhankelijke stichting zonder winstoogmerk en heeft als missie om potentiële kopers en houders van gezelschapsdieren te voorzien van correcte en betrouwbare informatie over verantwoord huisdierbezit. Het LICG heeft daarmee een belangrijke taak in de voorlichting over dierenwelzijn.

Het ministerie van LNV is beleidsverantwoordelijk om het dierenwelzijn in Nederland te bevorderen. Eén van de manieren waarop het ministerie van LNV zijn beleidsverantwoordelijkheid voor dierenwelzijn invult, is door het verlenen van subsidie aan het LICG. Deze subsidieverlening dient periodiek geëvalueerd te worden, wat de aanleiding voor dit onderzoek is.

1.2 Onderzoeksvraag

In opdracht van het ministerie van LNV evalueren we in dit onderzoek of in de periode 2017 tot en met 2020 de subsidie die het ministerie van LNV uitkeert aan het LICG in relatie tot de beleidsdoelen doeltreffend en doelmatig wordt ingezet. Met deze evaluatie wordt gezocht naar manieren om de doelmatigheid en doeltreffendheid van de jaarlijkse subsidie te optimaliseren. De uitkomsten van de beleidsevaluatie moeten ook bijdragen aan de beantwoording van de motie Graus (8 december 2020) met betrekking tot betere voorlichting over de aanschaf en het waardig houden van hobby- en/of gezelschapsdieren. Voor dit onderzoek zijn de volgende hoofd- en deelvragen geformuleerd:

Hoofdvraag:

‘Is het LICG het juiste instrument om het dierenwelzijn te bevorderen door (potentiële) houders van dieren informatie te verschaffen om hen in staat te stellen het dier zo goed mogelijk te verzorgen, zowel qua doeltreffendheid als doelmatigheid?’.

Deelvragen:

- In hoeverre is de huidige opzet van LICG doeltreffend?
- In hoeverre is de subsidieverlening aan het LICG doelmatig?

1.3 Onderzoeksoopzet

Het onderzoek bestaat uit drie fasen: overzicht, inzicht en uitzicht, zoals weergegeven in Figuur 1.



Figuur 1. Fasering van het onderzoek in drie stappen: overzicht, inzicht en uitzicht.

De eerste fase van het onderzoek heeft als doel om het evaluatiekader vast te stellen en verdere operationele voorbereidingen voor het onderzoek te treffen. Werkzaamheden die hieronder vallen zijn het vaststellen van interviewpartners, de gespreksleidraad en het maken van werkafspraken met de begeleidingsgroep. In de tweede fase hebben we de benodigde informatie voor onze analyse opgehaald aan de hand van verschillende onderzoeksmethoden, waaronder documentstudie, interviews, focusgroepen en een enquête.

Onze resultaten zijn gevalideerd in een sessie met het ministerie van LNV, medewerkers en het bestuur van het LICG. Op basis van deze validatiebijeenkomst maken we in de laatste fase een synthese van onze bevindingen en schrijven we ons rapport, waarin we antwoord geven op de geformuleerde evaluatievragen. Ook doen we aanbevelingen aan het ministerie van LNV.

1.4 Methodische verantwoording

De verschillende feitelijkheden over het LICG brengen wij in beeld op basis van een documentstudie, interviews met de belangrijkste stakeholders, een focusgroep met dierenartsen en een enquête onder huisdiereigenaren. Zo ontstaat een combinatie van feiten en beelden over de doeltreffendheid van het LICG.

Feiten en beelden

In ons onderzoek maken wij een onderscheid tussen feiten, beelden en analyse van Berenschot.

Onder **feiten** verstaan wij gebeurtenissen in het verleden, beleid en de stand van zaken daarvan, data uit objectieve bronnen en reeds vastgestelde documenten. Hiervoor gebruiken wij de data uit de periode 2017 tot en met 2020. Daar waar al data beschikbaar is voor de periode tot juli 2021 is dat meegenomen en aangegeven in het rapport.

Onder **beelden** verstaan wij de gedachten en meningen van onze interviewpartners. Met andere woorden: de beelden die er leven over het LICG. Steeds geven we daarbij aan of het een beeld van alle respondenten betreft, of juist van een specifieke groep respondenten.

De **analyse** komt voor rekening van Berenschot.

1.5 Evaluatiemodel

Het LICG is gebaseerd op een duidelijke beleidstheorie zoals opgesteld door het ministerie van LNV. Deze beleidstheorie is de basis voor onze evaluatie. Met deze beleidsevaluatie verschaffen we inzicht in de doeltreffendheid, doelmatigheid en effect van de inzet van het LICG, uitgaande van de doelstellingen die hiervoor zijn opgesteld. Waar we spreken over 'doeltreffendheid' gaat het om het behalen van beoogde doelen. Waar we spreken over 'doelmatigheid' gaat het om de efficiëntie van inzet van middelen. In ons onderzoek kijken we welke middelen zijn ingezet en of deze nodig waren om het doel te behalen.

Het evaluatiekader is leidend voor de evaluatie. In het evaluatiekader maken we onderscheid tussen *input* (beleidsmiddelen), *throughput* (beleidsactiviteiten), *output* (beleidsprestaties), *outcome*, *impact* (beleidseffecten) en het *overheidsdoel* (beleidsdoel), zie figuur 2. De onderzoeksvragen zijn ingedeeld in deze beleidstheorie. Aan de onderzoeksvragen zijn concrete normen verbonden. In de rapportage maken we bevindingen op aan de hand van deze normen. Voor het evaluatiekader, zie Bijlage 5: Evaluatiekader Berenschot voor evaluatie LICG.

Aan de hand van een kwalitatieve toetsing van de normen evalueren wij de doeltreffendheid, doelmatigheid en effect van de inzet van het LICG. Een kwantitatieve toetsing van de normen is niet mogelijk vanwege de aard van de activiteiten van het LICG, zijnde verspreiding van informatie en gedragsbeïnvloeding.

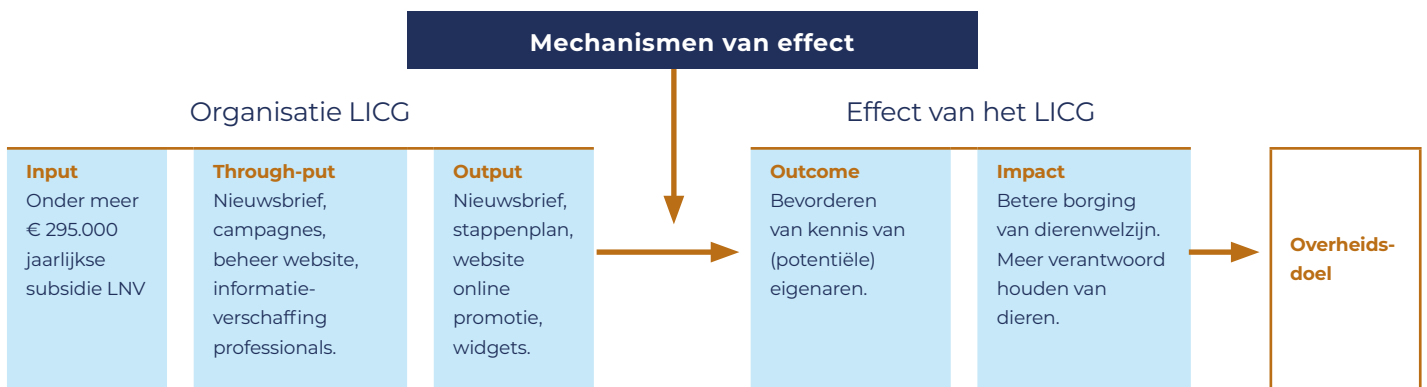
We merken in dit kader op dat het lastig is om de doeltreffendheid van het LICG kwantitatief en met zekerheid vast te stellen. De doelstellingen gaan namelijk over complexe problematiek, waarbij het Rijk en andere stakeholders zoals de Dierenbescherming en Dibevo ook zelf allerlei maatregelen ondernemen om het dierenwelzijn te verbeteren. Het is dus niet met 100% zekerheid vast te stellen wat de 'geïsoleerde' effecten van het instrument zijn. Ook is het lastig om het verband tussen informatieverbreiding en gedragsbeïnvloeding kwantitatief vast te stellen.

Op basis van onze onderzoekservaring met dergelijke vraagstukken gebruiken we bij deze evaluatie de systematiek 'realistisch evalueren' van Pawson & Tilley, 1997. Realistisch evalueren is erop gericht om inzichtelijk te maken op welke wijze en in welke mate het aannemelijk is dat het LICG bijdraagt aan de beoogde doelen. Hierdoor krijgen we inzicht in de mechanismen die door een resultaat (output) op gang worden gebracht. Deze mechanismen laten zien hoe een bepaald resultaat van het instrument heeft gewerkt en waarom.

1.6 Leeswijzer

Deze rapportage is opgebouwd uit twee delen. Deel 1 bevat de kern van het onderzoek: de conclusies over de doeltreffendheid en doelmatigheid van het LICG, de impactanalyse en onze aanbevelingen.

In deel 2 volgen de bevindingen van de evaluatie, aan de hand van feiten, beelden en onze analyse. Deze bevindingen liggen ten grondslag aan de conclusies en aanbevelingen.



Figuur 2. Schematische weergave van onze visie op de beleidsevaluatie

DEEL 1

Conclusies en aanbevelingen

Deel 1 bevat de kern van het onderzoek: de conclusies over de doeltreffendheid en doelmatigheid van het LICG, de impactanalyse en onze aanbevelingen.



HOOFDSTUK 2

Conclusies

Dit hoofdstuk bevat onze conclusies op basis van het evaluatieonderzoek. We beantwoorden eerst de hoofdvraag en deelvragen van het onderzoek, gevolgd door onze impactanalyse van het LICG.

2.1 Conclusies hoofd- en deelvragen

Hoofdvraag:

'Is het LICG het juiste instrument om het dierenwelzijn te bevorderen door (potentiële) houders van dieren informatie te verschaffen om hen in staat te stellen het dier zo goed mogelijk te verzorgen, zowel qua doeltreffendheid als doelmatigheid?'

Deelvragen:

- In hoeverre is de huidige opzet van LICG doeltreffend?
- In hoeverre is de subsidieverlening aan het LICG doelmatig?

Op basis van onze bevindingen beantwoorden wij de hoofdvraag als volgt. Het LICG levert binnen het stelsel rondom dierenwelzijn een belangrijke bijdrage door (potentiële) houders van dieren op een doeltreffende en doelmatige wijze informatie te verschaffen over het zo goed mogelijk verzorgen van huisdieren. Wij concluderen dat het LICG een geschikt beleidsinstrument is voor voorlichting aan particulieren ten behoeve van de aanschaf en het waardig houden van hobby- en/of gezelschapsdieren.

We zien ook onbenut potentieel van het LICG binnen het stelsel van dierenwelzijn. Het LICG heeft de kennis en expertise om met campagnes een groot te bereik te genereren en daarmee een bijdrage te leveren aan het verbeteren van dierenwelzijn. Op dit moment heeft het LICG echter onvoldoende financiële middelen om op grote schaal proactief voorlichtingscampagnes te voeren of effectief in te spelen op actuele en ad-hoc problemen heeft bijvoorbeeld onvoldoende. We zien daarnaast risico's: afhankelijkheid van partners en experts en een toenemende werkdruk bij zowel het LICG als experts.

Kortom: het LICG is effectief en efficiënt, maar is ook onbenut potentieel.

Doeltreffendheid

Wat betreft de deelvraag over doeltreffendheid concluderen wij het volgende:

- Het LICG heeft een unieke functie in het stelsel van welzijn voor gezelschapsdieren. Door betrokken medewerkers en strategische partners levert het LICG, in een context van onduidelijke wettelijke normen, onafhankelijke en wetenschappelijk getoetste informatie aan (toekomstige) huisdiereigenaren. Het LICG wordt door partners gezien als betrouwbaar.

- Het LICG is goed vindbaar voor de mensen die op zoek zijn naar informatie over het houden van gezelschapsdieren. Het bereik van het LICG is in de periode 2017 tot en met 2020 toegenomen. We zien een positieve trend in het bereik bij alle werkpakketten waarin de LICG de consument informatie aanbiedt.
- Het onderzoek maakt het niet mogelijk om een directe relatie aan te tonen tussen de activiteiten van het LICG en een verbeterd dierenwelzijn. Onze bevindingen maken het wel aannemelijk dat de informatie van het LICG huisdiereigenaren helpt hun dier(en) zo goed mogelijk te verzorgen. Onze voorzichtige conclusie is dat de informatie van het LICG in positieve zin bijdraagt aan gedragsverandering ten behoeve van het houden (of juist niet houden, afzien van aanschaf) van gezelschapsdieren. Dat betekent ook dat het bereiken van meer mensen, bijdraagt aan een groter doelbereik.
- Het is lastig om het exacte bereik van het LICG bij specifieke doelgroepen te kwantificeren. Op basis van indicatieve getallen nemen we aan dat het bereik van het LICG bij potentiële en huidige huisdiereigenaren relatief beperkt is in verhouding tot de totale grootte van die doelgroepen.
- Twee groepen zijn moeilijk te bereiken: 1) potentiële kopers van huisdieren die niet geneigd zijn uit zichzelf te zoeken naar informatie over een huisdier en 2) huidige huisdiereigenaren die niet geneigd om uit zichzelf te zoeken naar informatie om beter voor hun dier te zorgen. We zien dat het LICG de ambitie en plannen heeft om met name de doelgroep potentiële eigenaren nog beter te bereiken.
- Partners in het veld geven aan dat de toegevoegde waarde van het LICG niet te betwisten is. Dierenartsen en huisdiereigenaren geven aan dat de informatie van het LICG een aannemelijke bijdrage levert aan het verantwoord houden van dieren. Het LICG stelt toonaangevende informatie op en partners verwijzen huisdiereigenaren naar de informatie van het LICG. Dit is volgens partners een belangrijke stap richting het verantwoord houden van dieren.
- Wat betreft voorlichting voor het verbeteren van dierenwelzijn speelt het LICG een belangrijke rol, maar zijn er ook andere partijen in het stelsel die hierin een rol vervullen, zoals de Dierenbescherming of leden van Dibevo. Het LICG heeft goede relaties met deze partners en zet goed in op het verspreiden van informatie via haar partners.

- Ook is duidelijk dat voorlichting niet het enige instrument is voor het verbeteren van dierenwelzijn van gezelschapsdieren. Dierenwelzijn van gezelschapsdieren kan ook verbeterd worden door een verbetering van de handhaving en het invullen van de open normen in de Wet Dieren.

Uit de evaluatie in 2016 als onderdeel van de Identificatie en Registratieplicht Hond volgden twee hoofdbevindingen: 1) Zij die het LICG wel kennen en er weleens materiaal van hebben gezien, waarden de kwaliteit ervan 2) Het LICG heeft een lage naamsbekendheid onder hondeneigenaren. Ten opzichte van de conclusies uit deze vorige evaluatie concluderen we het volgende:

- We zien dat het LICG sinds 2016 met dezelfde middelen meer bereik heeft gerealiseerd (we zien een positieve trend in bereik bij alle werkpakketten). Bovendien heeft het LICG in toenemende mate gebruik gemaakt van doelgroepgerichte campagnes. We achten het daarom aannemelijk dat de naamsbekendheid van het LICG in de periode vanaf 2016 is gestegen.
- Op basis van onze evaluatie concluderen we dat de kwaliteit van het materiaal van het LICG door ontvangers in zeer hoge mate wordt gewaardeerd. Het LICG is elk jaar meer tijd kwijt aan het onderhouden van het informatieaanbod, waardoor elk jaar minder tijd beschikbaar is voor het uitvoeren van de activiteiten in de werkpakketten.

Doelmatigheid

Wat betreft de deelvraag over doelmatigheid concluderen wij het volgende:

- De subsidie die het ministerie van LNV elk jaar verstrekt leidt tot 'in kind' bijdragen van verschillende strategische partners. Met andere woorden, de subsidie leidt tot 'spin-off'. Indien het ministerie van LNV de vraag in de markt zou zetten, is het niet te verwachten dat voor hetzelfde bedrag dezelfde kwaliteit en kwantiteit zal worden geleverd die het LICG levert. Voor de beperkte middelen die het LICG tot haar beschikking heeft levert de organisatie veel output.
- Het LICG is in grote mate afhankelijk van de (financiële) bijdragen van partners. Uit de begrotingen blijkt dat subsidie van het Rijk niet toereikend is voor het takenpakket van het LICG. Zonder de bijdragen van partijen en derden zouden veel activiteiten van het LICG niet of in mindere mate uitgevoerd kunnen worden. Een verlaging van het budget zal er toe leiden dat het LICG minder effectief zou zijn dan de organisatie nu is.

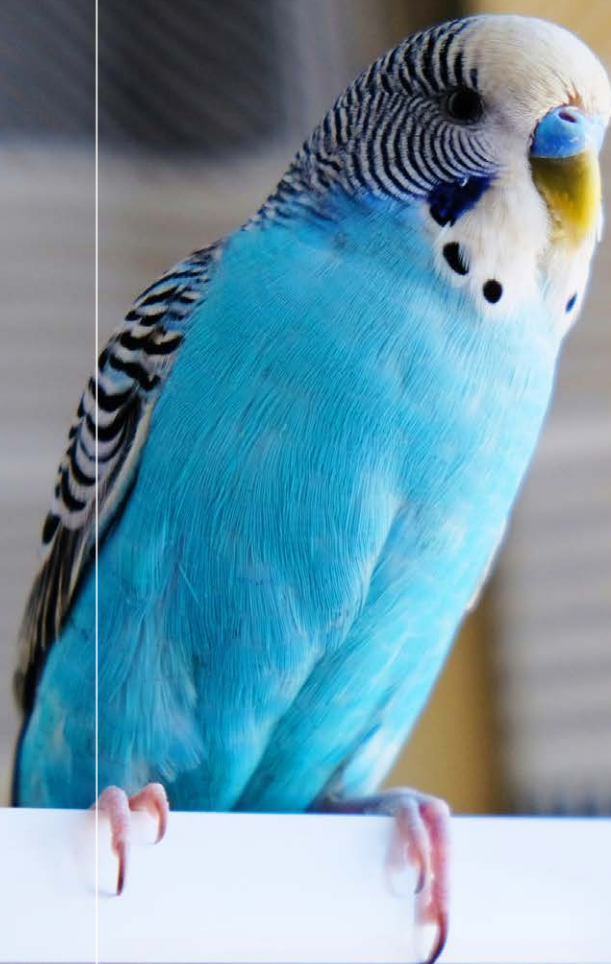
- Ondanks de huidige betrokkenheid van partners is het niet met zekerheid te zeggen of het LICG tot de volgende subsidieverstrekking al haar huidige werkzaamheden en activiteiten uit kan blijven voeren. Eén reden daarvoor is de onzekerheid van de 'in kind' bijdragen van experts waarvan wordt aangegeven dat de werkdruk toeneemt en dus beschikbare ruimte om het LICG te adviseren steeds beperkter wordt. Een tweede reden is de groei van het takenpakket van het LICG, doordat de opgebouwde informatie bijgehouden moet worden, wat op dit moment leidt tot krapte in de urenbesteding van de medewerkers.

2.2 Impactanalyse

In de onderstaande kwadrantanalyse (figuur 3) zijn de verschillende verklaringen voor de doeltreffendheid van het LICG uiteen gezet. We gebruiken daarvoor twee assen. Allereerst de oorzaken die impactverzwakkend en impactversterkend zijn. Wat draagt bij aan de impact die het LICG heeft? En wat niet? We hebben in dit onderzoek ook gekeken naar de bredere context waarin het LICG opereert: het stelsel van welzijn van gezelschapsdieren. Dat brengt met zich mee dat er zowel oorzaken zijn buiten de invloed van het LICG als oorzaken waar het LICG wel iets aan kan doen. Deze analyse is de basis voor de hierop volgende aanbevelingen.



Figuur 3. Impactanalyse van het LICG



HOOFDSTUK 3

Aanbevelingen

Op basis van de evaluatie doen wij een aantal aanbevelingen ter verhoging van de doeltreffendheid en doelmatigheid van het LICG. Deze aanbevelingen kunnen tevens bijdragen aan de invulling van de motie van lid Graus voor betere voorlichting ten behoeve van de aanschaf en het waardig houden van hobby- en/of gezelschapsdieren.¹ Vooropgesteld staat dat het LICG doeltreffend en doelmatig functioneert. Wij adviseren de voorlichtingstaak van (potentiële) huisdiereigenaren ten behoeve van het verbeteren van dierenwelzijn bij het LICG te blijven beleggen. Hieronder gaan wij in meer detail in op hoe deze taakinfilling verder versterkt kan worden.

¹ Kamerstuk 28286 nr. 1149

3.1 **Aanbeveling 1:** versterk de strategische samenwerking tussen LICG en LNV

Allereerst bevelen we aan om de strategische samenwerking tussen het LICG en het ministerie van LNV te versterken. Beide partijen geven aan dat zij hier behoefte aan te hebben, maar dit heeft nog geen invulling gekregen. Het LICG heeft beschikking tot inhoudelijke informatie die waardevol kan zijn voor het ministerie van LNV en vice versa. Door de informatie van het LICG te gebruiken kan het ministerie van LNV haar sturing op het stelsel van dierenwelzijn in de breedte, dus ook andere informatievoorziening en handhaving, aanvullen en kan deze informatie een waardevolle 'feedbackloop' in het stelsel zijn.

Wij zien een aantal relevante gespreksonderwerpen op dit moment:

- Prioriteit van het bereiken van de verschillende doelgroepen en inzet binnen de werkpakketten. Gezien de toenemende werklast voor het LICG is het verstandig in overleg te bepalen welke inzet prioritair is.
- De toenemende kostbaarheid van de tijdsinvestering van dierenartsen en experts die de informatie van het LICG valideren. Hun rol is voor het LICG van groot belang maar hier zien we een risico voor de toekomst. Vanuit het bredere stelsel gedacht is goed te bezien of er andere manieren zijn om de betrokkenheid van dierenartsen en experts te waarborgen.
- De rol van het LICG bij het invullen van de open normen in het stelsel van dierenwelzijn. De focus van het LICG ligt op voorlichting van particulieren en daar moet hij wat ons betreft ook blijven. Echter zijn er mogelijkheden om met de informatie van het LICG ook binnen het stelsel meer waarde toe te voegen, bijvoorbeeld in relatie tot de Landelijke Inspectiedienst Dierenwelzijn. Hier komen we verderop nog op terug.
- Het creëren van ruimte bij het LICG om een rol te spelen bij ad-hocproblematiek. Van meerdere kanten is aangegeven dat de coronacrisis en de toename in aanschaf van gezelschapsdieren een gemiste kans is geweest qua voorlichting aan toekomstige dierenhouders. Het lijkt ons verstandig voor de toekomst te bepalen hoe bij dit type ad-hocproblematiek ruimte en middelen gevonden kunnen worden om hier op in te spelen, aangezien dit zowel in het belang van het ministerie van LNV als LICG is.

Bovenstaande activiteiten, zoals het inspelen op de ad-hocproblematiek kunnen niet zonder meer binnen het huidige takenpakket en begroting van het LICG opgepakt worden. Het betekent dat of duidelijke prioritering binnen het takenpakket van LICG noodzakelijk is of dat een extra bijdrage aan het LICG overwogen moet worden.

3.2 **Aanbeveling 2:** zet in op ad-hocproblematiek en realiseer meer grote publiekscampagnes

Wij bevelen het LICG aan om meer in te zetten op ad-hocproblematiek en grote publiekscampagnes. Het inspelen op media en actualiteit is tijdsintensief en grootschalige publieksvoorlichtingscampagnes kosten geld, maar we zien dat deze acties juist heel effectief zijn en het bereik van het LICG vergroten. Hiermee kan een goede verdere slag worden geslagen om de moeilijke doelgroepen te bereiken. Deze inzet vraagt iets extra van het LICG waarover gesprekken met bijvoorbeeld het ministerie van LNV gevoerd kunnen worden, dan wel over prioritering dan wel over bijvoorbeeld een extra bijdrage voor specifieke campagnes of doelen.

3.3 **Aanbeveling 3:** voer markt-onderzoek uit om specifieke sturingsinformatie te verzamelen

Het LICG heeft op basis van monitoring feiten en cijfers over het bereik van haar activiteiten, met name bij huisdiereigenaren en in algemene zin. We bevelen sterk aan om een grootschalig onderzoek uit te (laten) voeren om relevante sturingsinformatie op te halen uitgesplitst per doelgroep. Voor de hand ligt een kwantitatief marktonderzoek (bijvoorbeeld met behulp van een 'consumentenpanel') met aanvullende kwalitatieve gesprekken ter verduidelijking van de resultaten.

We stellen voor om in het onderzoek in elk geval de volgende doelgroepen te onderscheiden:

Potentiële kopers van huisdieren:

- Die wel geneigd zijn uit zichzelf te zoeken naar informatie om goed voor hun huisdier te zorgen
- Die niet geneigd zijn uit zichzelf te zoeken naar informatie om goed voor hun huisdier te zorgen

Huidige huisdiereigenaren:

- Die wel geneigd zijn om goed voor hun dier te zorgen
- Die niet geneigd zijn om goed voor hun dier te zorgen

Stakeholders / stelselpartijen (o.a.):

- Dierenartsen
- Fokkers
- Dierenwinkels

We bevelen in elk geval aan om de volgende onderwerpen mee te nemen in het onderzoek:

- Naamsbekendheid (spontaan, geholpen en merkkennis)
- Informatiebehoefte (naar welke informatie zijn partijen wel en niet op zoek?)
- Waardering (hoe beoordelen ontvangers de informatie van het LICG?)
- Effecten (wat brengt de informatie van het LICG teweeg?)
- Mediagebruik (hoe zijn doelgroepen het beste te benaderen?)

Dit onderzoek maakt het mogelijk voor het LICG om effectiever te sturen op doelbereik. Het levert het LICG een goed beeld op van de naamsbekendheid, informatiebehoefte en de effecten van het LICG als ook relevante sturingsinformatie ten aanzien van mediagebruik. Op basis hiervan kan het LICG haar profiel (waar nodig) verder aanscherpen en communicatiestrategieën differentiëren voor doelgroepen en binnen de financiële kaders de middelen (zowel financieel als in capaciteit) effectiever verdelen. Ook maakt dit de tussentijdse bijsturing van de communicatiestrategie mogelijk.

We zijn ons ervan bewust dat de huidige begroting van het LICG geen ruimte biedt voor een marktonderzoek van deze omvang. We adviseren het ministerie van LNV daarom om dit onderzoek in elk geval eenmalig uit te laten voeren om de benodigde sturingsinformatie in kaart te brengen. Ons advies is echter om dit onderzoek elke subsidieperiode (lees: periode van 5 jaar) te herhalen, zodat inzichten actueel blijven en bereik en effecten over de tijd heen kunnen worden bijgehouden.

3.4 Aanbeveling 4: werk samen met strategische partners voor meer zichtbaarheid

Laaghangend fruit voor de versterking van de doeltreffendheid van het LICG kan worden gerealiseerd door meer samenwerkingen met strategische partners, die als middel kunnen functioneren om (toekomstige) huisdiereigenaren te bereiken. We zien dat de samenwerking met partners, zoals: Universiteit Utrecht, Dactari en Dierenbescherming ook een goede ingang biedt voor het LICG, voor de inhoudelijke informatie maar ook juist bij het verspreiden van informatie via de achterbannen. We denken hierbij aan dierenziekenhuisketens, maar bijvoorbeeld ook schoolkoepels (PO en VO).

Een strategie die voor het LICG ook effectief kan zijn voor het vergroten van haar zichtbaarheid is het gebruikmaken van merkambassadeurs en boegbeelden. Deze merkambassadeurs zijn bijvoorbeeld huisdiereigenaren of dierenartsen die via campagnes en blogs op de website of in media de bekendheid van het LICG en daarmee de toeleiding van particulieren naar de informatie van het LICG kunnen vergroten. Boegbeelden zijn een select aantal personen (bijvoorbeeld 2 á 3 bestuurders van het LICG) die naar voren kunnen worden geschoven richting de media. Een voorbeeld waar deze strategie goed resultaat heeft opgeleverd is het Voedingscentrum.

Overigens zijn we ons ervan bewust dat binnen het huidige takenpakket van het LICG niet zomaar ruimte is om dit op te pakken. Tegelijkertijd is dit punt onbenut potentieel.

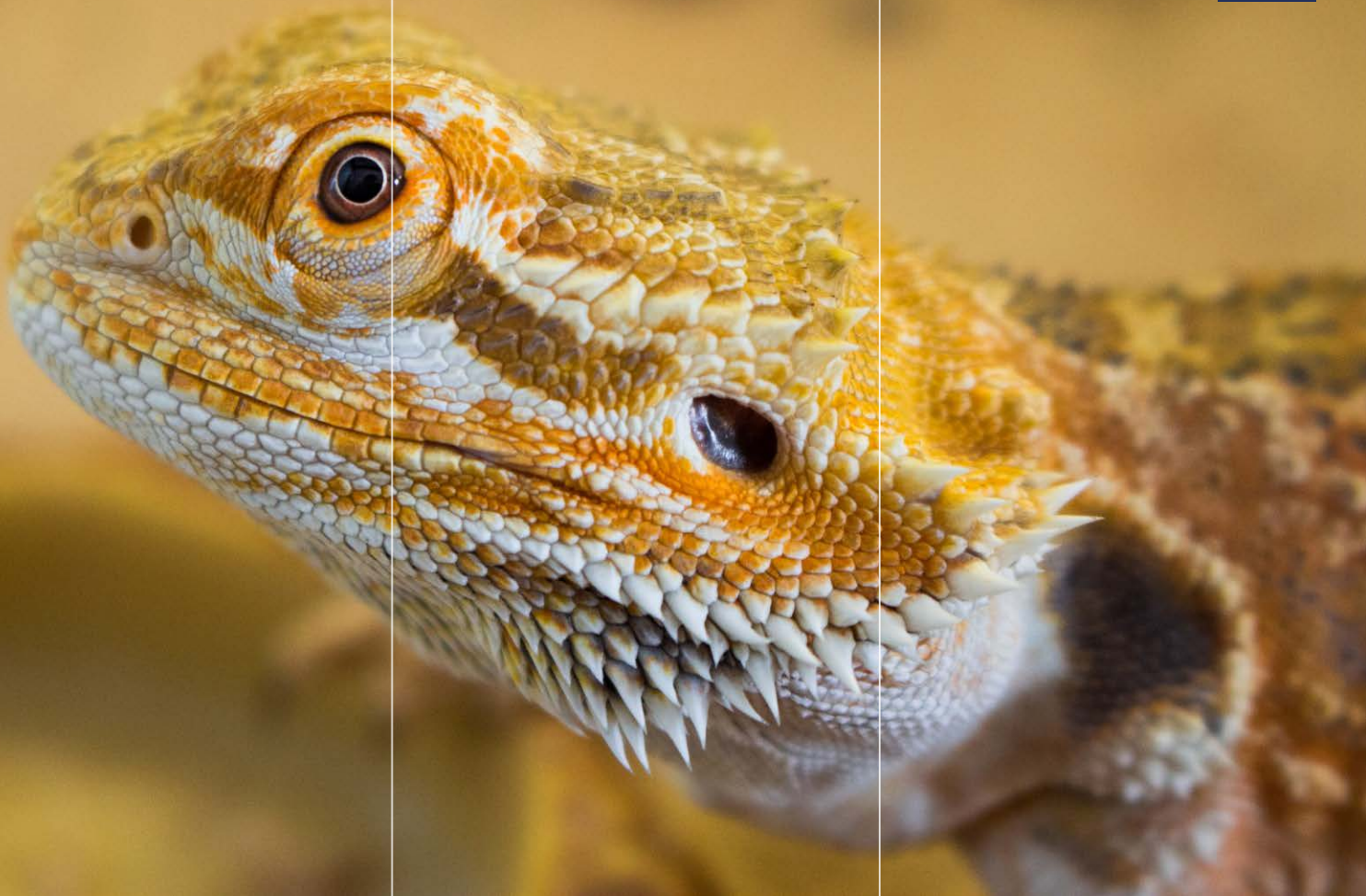
3.5 Aanbeveling 5: neem positie in het stelsel, waar mogelijk

Als laatste aanbeveling denken we dat het LICG meer positie in het stelsel voor dierenwelzijn zou moeten nemen. Het LICG heeft veel informatie tot haar beschikking die ook voor andere partijen van toegevoegde waarde kan zijn. We denken hierbij onder meer aan het aanleveren van informatie over achterliggende bronnen van de bijsluiters van het LICG aan de LiD ten behoeve van het invullen van de open normen in het stelsel, waardoor de handhaving efficiënter en effectiever kan worden ingericht. Het vereist een gesprek met die betreffende partijen over hoe dit binnen de huidige kaders op een zodanige manier kan worden ingevuld dat het meerwaarde heeft voor het stelsel, maar niet tot veel extra werk leidt voor het LICG. Eventueel zouden mogelijkheden kunnen worden verkend voor een extra vergoeding voor deze taak.

DEEL 2

Bevindingen

In deel 2 volgen de bevindingen van de evaluatie, aan de hand van feiten, beelden en onze analyse. Deze bevindingen liggen ten grondslag aan de conclusies en aanbevelingen.



HOOFDSTUK 4

Bevindingen

In dit hoofdstuk presenteren we onze bevindingen op basis van de elementen in het evaluatiekader. We beschrijven achtereenvolgens input (doelen en beleidsmiddelen), throughput (beleidsactiviteiten), output (beleidsprestaties), outcome, impact en mechanismen van effect (beleidseffecten). Bij elk element behandelen we feiten, beelden en onze analyse op basis van de normen.

4.1 Input (doelen en middelen)

In deze paragraaf analyseren we de input van het LICG, waarbij we onderscheid maken tussen de doelstellingen van het LICG en de middelen waar het LICG over beschikt om die doelen te behalen.

4.1.1 Feitenanalyse input (doelen en middelen)

4.1.1.1 Doelen

De ideeën over het LICG bij oprichting

Het LICG is opgericht in 2006. De gedachte bij oprichting was de realisatie dat het bepalende aangrijpingspunt voor het oplossen of voorkomen van dierenwelzijnsproblemen ligt bij de houder van gezelschapsdieren. Het LICG moest het onbetwiste aanspreekpunt worden voor de burger. Daarbij zou het LICG als onafhankelijke bron heldere en betrouwbare informatie moeten leveren, die de burger in staat stelt zijn zorgplicht naar behoren in te vullen. Het LICG zou moeten uitgroeien tot symbool van vernieuwende samenwerking binnen de sector en het oppakken van een gezamenlijke verantwoordelijkheid.²

Het overheidsdoel met betrekking tot het LICG

In de huidige beleidstheorie van het ministerie van LNV staat het overheidsdoel expliciet beschreven. Dat is: *'Het bevorderen van het dierenwelzijn van gezelschapsdieren door de koper of eigenaar van een dier informatie te verschaffen om hem in staat te stellen het dier zo goed mogelijk te verzorgen.'*

Verder zijn er uit de beleidstheorie een aantal subdoelen te destilleren:

- LICG informeert over relevante nieuwe wet- en regelgeving, zoals het verbod op de stroomband of I&R hond.
- Het LICG informeert *startende huisdiereigenaren* via (online) campagnes over het goed houden van dieren.
- Het LICG geeft algemene voorlichting over het *goed houden* van dieren.

Daarnaast veronderstelt de beleidstheorie dat het LICG bijdraagt aan het Besluit houders van dieren. In de beleidstheorie staat niet expliciet aan welke wettelijke taak het LICG precies dient bij te dragen. Aan te nemen is dat het gaat om bepalingen onder hoofdstuk 3, paragraaf 2 van dit besluit: *het bedrijfsmatig verkopen, afleveren, houden ten behoeve van opvang van of fokken met gezelschapsdieren.*

Het bedrijfsmatig verkopen van gezelschapsdieren mag alleen onder bepaalde voorwaarden.³ In ieder geval moet bij de verkoop of aflevering van een gezelschapsdier, aan de koper of aan degene aan wie de aflevering plaatsvindt, *schriftelijke informatie over het verkochte of afgeleverde gezelschapsdier worden verstrekt*, teneinde hem in staat te stellen het gezelschapsdier zo goed mogelijk te verzorgen.⁴ Dit moet in ieder geval gaan over de verzorging, de huisvesting, het gedrag van het gezelschapsdier en de kosten die gemoed gaan met het houden van het gezelschapsdier.⁵ Het overheidsdoel wordt niet geëxpliciteerd in de subsidiebeschikking. Wel is in de subsidiebeschikking een begroting opgenomen waar ook de werkpakketten in vermeld staan.

Het doel van het LICG

In het meest recente jaarverslag staat dat het doel van het LICG is dat *mensen, of ze nu koper, bezitter of professional*⁶ zijn, op verantwoorde wijze met huisdieren omgaan. Eerlijke informatie en goede voorlichting dragen bij aan het zorgen voor een goed dierenwelzijn.⁷

Deze elementen komen ook terug in de doelstelling die het LICG stelt in het driejarenplan voor de jaren 2021-2022-2023. Centraal wordt gesteld dat het doel van het LICG is dat men op verantwoorde wijze met huisdieren omgaat. Specifieke uitgangspunten in het driejarenplan zijn:

- 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.⁸

³ Artikel 3.6 Besluit houden van dieren

⁴ Artikel 3.17 lid 1 Besluit houden van dieren

⁵ Artikel 3.17 lid 2 Besluit houden van dieren

⁶ Daarbij is de professional een secundaire doelgroep die de primaire doelgroep van (potentiële) houders van huisdieren kan bereiken.

⁷ Jaarverslag LICG 2020, p.3

⁸ Driejarenplan LICG 2021, 2022, 2023, p. 1

² Brief dierenwelzijn LNV 2006 kst-28286-29, p. 2-3

De doelen uit het driejarig werkplan en het jaarverslag 2020

De doelen van de werkpakketten zijn beschreven in de jaarverslagen. Daarnaast zijn in het driejarige werkplan 2021-2023 'gewenste resultaten' opgenomen.

Werkpakket 1: Informatieverstrekking via huisdierenbijsluiters en praktische documenten

Jaarverslag 2020: Met dit werkpakket wil het LICG bereiken dat mensen die een huisdier aan willen schaffen beter geïnformeerd beginnen aan het houden van huisdieren. Daarnaast willen we mensen die al een huisdier hebben een handvat bieden om goed voor het dier te kunnen zorgen.

Driejarig werkplan:

- 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.
- 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

Jaarverslag 2020: 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 sociale 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.

Driejarig werkplan:

- In 2021 en de daaropvolgende jaren een stabilisatie van de bezoekersaantallen van de website.

Werkpakket 3: Campagnes

Jaarverslag 2020: Wij zullen zoveel mogelijk onze partners, redacties van bladen, journalisten en onze huidige achterban op sociale media inzetten om 'vrije publiciteit' te genereren. Er zal een aantal nieuwe middelen worden ontwikkeld.

Driejarig werkplan:

- Het LICG wil bereiken dat steeds meer mensen het LICG weten te vinden en zich goed laten informeren vóórdat een huisdier wordt aangeschaft.

4.1.1.2 De inkomsten, partners en toekomstige financiering van het LICG

De inkomsten van het LICG tussen 2016-2017

De financiën van het LICG zijn de afgelopen jaren stabiel gebleven (zie tabel 1). Door het uittreden van de KNMvD uit het bestuur en het toetreden van Dactari is de bijdrage van partners lager geworden. De inkomsten van het LICG zijn de afgelopen jaren stabiel gebleven, dankzij een stijging in de bijdrage van het ministerie van LNV. Het ministerie van LNV draagt op dit moment grofweg 70% van de totale geldelijke bijdragen bij aan het LICG.

Het ministerie van Financiën benadrukt in de recente subsidiebeschikking dat het LICG zelf zorg draagt voor de financiële bijdragen van de partners die het LICG naast het ministerie van LNV heeft. Dit is weliswaar geen inhoudelijk doel, maar kan worden gezien als een opgelegde doelstelling voor het LICG vanuit de overheid.

Geldelijke bijdrage	2017	2018	2019	2020
Subsidie LNV*	€ 270.000,00	€ 270.000,00	€ 270.000,00	€ 270.000,00
Dibevo	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00
Dierenbescherming	€ 48.500,00	€ 48.500,00	€ 48.500,00	€ 48.500,00
KNMvD	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00**	€ -
Totaal verondersteld	€ 418.500,00	€ 418.500,00	€ 418.500,00	€ 368.500,00
Jaarrekening	€ 419.037,00	€ 405.218,00	€ 406.859,00	€ 370.596,00
Verskil	+0,13%	-3,17%	-2,78%	+0,57%

Tabel 1 Veronderstelde inkomsten LICG t.o.v. jaarrekening

* In het jaar 2013 is de subsidie wegens generieke bezuinigingen vanuit EZK naar het LICG gehalveerd van 540.000 naar 270.000. Naar aanleiding van deze bezuiniging is er geen nieuwe directeur aangesteld en is de coördinatie van het LICG overgenomen door medewerkers.

** De KNMvD heeft op 25 oktober 2018 aangegeven dat de organisatie vanwege financiële problemen niet langer in staat is haar vaste bijdrage aan het LICG te doen. Het jaarplan 2019, met daarin opgenomen de bijdrage van de KNMvD, is echter begin oktober met goedkeuring van alle bestuursleden ingediend. Een deel van de bijdrage is betaald uit de reserve. De betalingsverplichting van de KNMvD is in 2020 voldaan.

De 'in kind' ondersteuning van het LICG

Er zijn twee partners die 'in kind' bijdragen aan het LICG, de faculteit Diergeneeskunde van de Universiteit Utrecht en Aeres Groep (Groenhorst Barneveld). Dit is al vanaf 2013 een consistente bijdrage.

De faculteit Diergeneeskunde van de Universiteit Utrecht draagt bij middels de toetsingscommissie, het voorzitterschap van Erik Teske en toegang tot faculteitsbibliotheek. Daarnaast zijn medewerkers van de faculteit beschikbaar voor vragen van het LICG. De accountantsrapportage spreekt van een waarde van 40.000 euro.

Aeres draagt bij door middel van facilitaire ondersteuning. In de begroting staat dat dit gaat over het beschikbaar stellen van kantoorruimte. Deze bijdrage wordt in de begroting gewaardeerd op 31.000 euro. Aanvullend draagt Aeres bij in de vorm van 'infrastructuur, apparatuur, ICT-ondersteuning, drukwerk en portokosten'. In de begroting wordt deze bijdrage gewaardeerd op 9.000 euro.

Intentie van partners om bij te dragen

Er is een oude intentieverklaring waarin de KNMvD, de Dierenbescherming, Dibevo, de faculteit Diergeneeskunde van de Universiteit Utrecht en Aeres uitspreken dat zij voor onbepaalde tijd aan het LICG bijdragen. Aanvullend heeft Dactari toegezegd in ieder geval in 2021 en 2022 bij te dragen aan het LICG. Zij overweegt o.b.v. een evaluatie of deze steun doorgezet zal worden, waar zowel Dactari als het LICG optimistisch over zijn. Bij de subsidiebeschikking is de bijdrage van Dactari daarom ook voor 2023 begroot (tabel 2).

In het bestuur van het LICG is recent gesproken om deze intentieverklaring te vernieuwen. Deze willen zij per organisatie afsluiten voor een bepaalde tijd van drie jaar. Hierna volgt een evaluatiemoment en wordt mogelijk een nieuwe intentieverklaring afgegeven. Opzegging van het partnerschap is in de statuten vastgelegd en moet vóór 1 oktober van het jaar voorafgaand aan de stopzetting plaatsvinden. Dit blijft onveranderd.

Beleidsontwikkelingen

In december 2020 is besloten om alle materialen in de webshop vanaf 1 januari 2021 gratis te maken en ook geen verzendkosten meer in rekening te brengen. Hierdoor heeft het LICG geen overige inkomsten en hoeft ze ook geen BTW meer te verrekenen.

Financiële bijdragen	2019	2020	2021	2022	2023
Subsidie LNV	€ 270.000,00	€ 270.000,00	€ 295.000,00	€ 295.000,00	€ 295.000,00
Dibevo	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00
Dierenbescherming	€ 48.500,00	€ 48.500,00	€ 48.500,00	€ 48.500,00	€ 48.500,00
KNMvD (2019), Dactari (vanaf 2021)	€ 50.000,00	€ -	€ 25.000,00	€ 25.000,00	€ 25.000,00
Totaal	€ 418.500,00	€ 368.500,00	€ 418.500,00	€ 418.500,00	€ 418.500,00

Tabel 2 Verwachte ontwikkeling inkomsten LICG

4.1.2 Beelden input (doelen en middelen)

4.1.2.1 Doelen

- Medewerkers van het LICG zien het als centrale taak om mensen beter te informeren over de aanschaf, het houden van huisdieren en voldoende kennis om goed voor hun huisdieren te zorgen.
- Gesprekspartners zien het als de primaire taak van het LICG om burgers voor te lichten. Daardoor sluit de informatie niet altijd goed aan op de behoefte van andere (bijvoorbeeld commerciële) doeleinden/doelgroepen.

4.1.2.2 De inkomsten, partners en toekomstige financiering van het LICG

- Meerdere partijen geven aan dat de bijdragen van de partners cruciaal zijn voor het functioneren van het LICG: zowel van het ministerie LNV als van de partners.
- Het LICG geeft aan dat het ministerie LNV de subsidie verstrekt middels een voorschot van 80%. Als dat gebeurt voor de periode van drie jaar, kan dat volgens het bestuur voor problemen zorgen m.b.t. liquiditeit. Voor het LICG zou het verruimen van het voorschot een oplossing zijn.
- Meerdere stakeholders noemen dat de 'in kind' bijdrage van de partners van het LICG, zoals van de Universiteit Utrecht en Aeres, belangrijk zijn. Daar worden risico's in gezien omdat de experts die deze 'in kind' bijdragen leveren reeds een hoge werkdruk kennen en er dus voldoende ruimte moet worden georganiseerd om de inhoudelijke bijdrage aan het LICG te blijven leveren.

4.1.3 Normen en bevindingen input (doelen en middelen)

Normen ten aanzien van doelen en middelen

- De doelen van het LICG liggen in het verlengde van het overheidsdoel.
- Het LICG heeft de overheidsdoelen zichtbaar vertaald in een meerjarenplan en jaarplannen met meetbare doelen.

Bevindingen ten aanzien van doelen

- Het overheidsdoel met betrekking tot het LICG is sinds 2006 consistent. Het is gericht op het bevorderen van het dierenwelzijn van gezelschapsdieren via de (toekomstige) eigenaren van gezelschapsdieren. Een idee bij oprichting van het LICG was dat het ook een toonbeeld zou zijn voor samenwerking binnen de sector. Dit komt niet terug in de huidige beleidstheorie zoals opgesteld door het ministerie van LNV en wat het leidend kader vormt voor het LICG.

- De doelen van het LICG, gericht op goede publieksvoorlichting en informatievoorziening aan dierenhouders, liggen in het verlengde van het overheidsdoel. De doelstelling om professionals in de gezelschapsdierenbranche ook gebruik te laten maken van online en offline tools en materialen lijkt op het eerste oog een verbreding van het doel, maar moet gezien worden als middel om de doelgroep van dierenhouders te bereiken.
- De doelen uit het driejarig werkplan zijn meetbaar, maar wel beperkt in ambitie. Uit de jaarverslagen blijken geen specifieke en meetbare jaarlijkse doelen.

Normen ten aanzien van middelen

- De middelen die het LICG krijgt zijn dezelfde middelen die in de beleidstheorie worden verondersteld.
- De middelen die het LICG ontvangt zijn conform de begroting van het ministerie van LNV.
- Het LICG is financieel gezond.
- Het LICG heeft voldoende capaciteit om de werkzaamheden van de werkplannen uit te voeren.
- Het LICG beschikt over voldoende middelen om de werkzaamheden en activiteiten uit te kunnen voeren.
- Het LICG kan tot de volgende subsidieverstrekking haar taak blijven uitvoeren.

Bevindingen ten aanzien van middelen

- De middelen die worden verondersteld in de beleidstheorie komen overeen met de afspraken die zijn gemaakt. Gekeken naar de feitelijke situatie komt de veronderstelde input op hoofdlijnen overeen, de verschillen zijn marginaal.
- De jaarrekening van het LICG wordt jaarlijks zonder noemenswaardige opmerkingen goedgekeurd door een accountantskantoor. De jaarrekening geeft aanleiding te concluderen dat het LICG financieel gezond is, echter moet dit in samenhang worden gezien met de capaciteit en middelen die door het LICG ingezet worden om de doelen te behalen. Hier gaan we in het hoofdstuk throughput verder op in. De bevoorschottingsystematiek die nu wordt gehanteerd geeft ook een kwetsbaarheid in de financiële situatie van het LICG.
- Er zijn geen partners die aangeven dat ze hun bijdrage aan het LICG willen aanpassen. Het is echter niet met zekerheid te zeggen of het LICG tot de volgende subsidieverstrekking al haar huidige werkzaamheden en activiteiten uit kan blijven voeren. Een belangrijke reden daarvoor is dat wordt aangegeven dat de werkdruk bij dierenartsen en experts toeneemt en de beschikbare ruimte om het LICG te adviseren beperkter wordt.

- Het LICG beschikt op dit moment over voldoende middelen om de werkzaamheden en activiteiten uit de werkpakketten uit te kunnen voeren. Wel groeit de taak om de informatie uit de huidige bijsluiters up-to-date te houden.

4.2 Partijen en rollen in het stelsel van dierenwelzijn

4.2.1 Feiten partijen en rollen in het stelsel

4.2.1.1 Beknopt overzicht van de partijen in het stelsel van welzijn van gezelschapsdieren

Het LICG is niet de enige partij in Nederland met als doel om dierenwelzijn van gezelschapsdieren te bevorderen. Het stelsel van dierenwelzijn voor gezelschapsdieren bestaat uit veel verschillende partijen met verschillende rollen en taken (zie figuur 4).

Het ministerie van LNV is de stelselverantwoordelijke. Dat wil zeggen dat de minister van LNV politieke verantwoordelijkheid draagt voor het stelsel van welzijn van gezelschapsdieren.

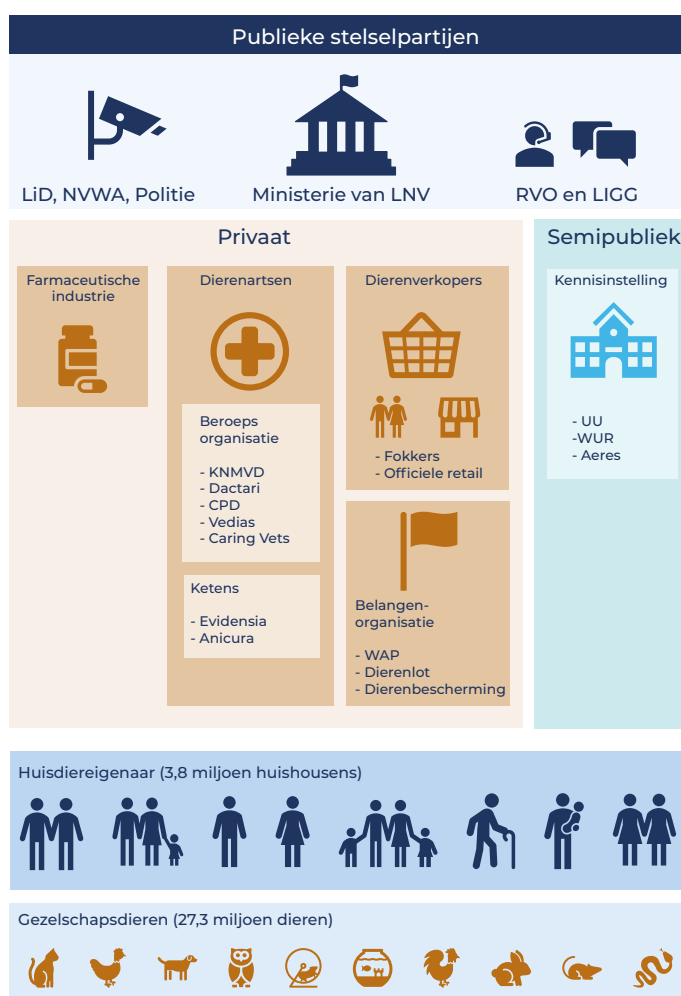
Naast het LICG is er één andere partij die gesubsidieerd door het Rijk een informatiefunctie heeft in het stelsel. Dat is de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO). De RVO organiseert informatieverschaffing over nieuwe wet- en regelgeving voor het bedrijfsleven.

De belangrijkste handhaver op het gebied van dierenwelzijn voor gezelschapsdieren is de Landelijke Inspectiedienst Dierenbescherming (LiD). De LiD is een onafhankelijke stichting die subsidie ontvangt van het ministerie van LNV. De LiD is via de RvT verbonden aan de Dierenbescherming. Rondom de handhaving van dierenwelzijn is in 2011 het 'convenant handhaving' afgesloten tussen RVO, het ministerie van LNV, JenV, de politie en NVWA. De LiD dient haar activiteiten uit te voeren in overeenstemming met de doelstellingen, de visie en het beleid van de Dierenbescherming.

Daarnaast zijn er verschillende beroepsorganisaties & -verenigingen: de KNMvD, CPD, Vedias en Caring Vets. Dactari is een dierenartsencoöperatie. Belangrijke onderwijs- en onderzoeksinstituten op het gebied van welzijn van gezelschapsdieren zijn de WUR, de faculteit diergeneeskunde van de Universiteit Utrecht en Aeres Hogeschool.

De dierenwelzijnssector is ook voor een groot deel een private sector. Een belangrijke private partij is Dibevo, de brancheorganisatie voor ondernemers in de gehele gezelschapsdierensector. Overige noemenswaardige partijen zijn grote 'ketens' van dierenartsenklinieken zoals Evidensia en Anicura.

Tot slot bestaan er in het stelsel van dierenwelzijn verschillende belangenbehartigingsorganisaties, zoals de Dierenbescherming, Dierenlot, Platform Verantwoord Huisdierenbezit en de World Animal Protection, die allen op hun eigen manier bijdragen aan welzijn van gezelschapsdieren in Nederland.



Figuur 4 Schematische weergave stelselpartijen

4.2.1.2 Sturingsmiddelen van het ministerie van LNV

Het ministerie van LNV zet verschillende middelen in om het welzijn van gezelschapsdieren te verbeteren. De belangrijkste regelgeving in dit kader is de Wet dieren en het Besluit houders van dieren. In de wet Dieren is de keuze gemaakt om veel open normen te stellen op het gebied van dierenwelzijn. Het idee hierachter is dat ondernemers en andere houders van dieren meer ruimte zouden hebben voor eigen initiatief. Uit de evaluatie van de wet Dieren blijkt dat het invullen van open normen door de sectoren zelf hooguit ten dele van de grond is gekomen.⁹

De hiërarchische sturing in het stelsel van welzijn van gezelschapsdieren wordt gevormd door de handhaving door de Landelijke inspectiedienst Dierenbescherming (LiD). De LiD draagt bij aan de bestuursrechtelijke en strafrechtelijke afhandeling van mishandeling en verwaarlozing van gezelschapsdieren door particulieren. Daarnaast draagt de LiD bij aan de handhaving van het Besluit houders van dieren, met name door routinecontroles bij dierenwinkels het afhandelen van meldingen uit de eerste lijn, via bijvoorbeeld meldpunt 144.¹⁰ Op dit moment wordt een Wetsvoorstel aanpak dierenmishandeling en dierverwaarlozing voorbereid ter versterking van het sanctie-instrumentarium op het gebied van dierenwelzijn.¹¹ Hierna voert de NVWA de inspectie uit bij beroepsmatige houders van honden en katten. De Dierenpolitie treedt op bij spoedgevallen van dierenleed.

Daarbij stuurt het ministerie van LNV op het bevorderen van dierenwelzijn van gezelschapsdieren middels informatieverschaffing via het LICG en de RVO. Het ministerie van LNV verwijst consequent naar het LICG als de partij die (toekomstige) huisdiereigenaren informeert over zaken m.b.t. dierenwelzijn. RVO informeert over wijzigingen in wetgeving rondom het welzijn van gezelschapsdieren. De informatie die wordt verschaft door het LICG is geen basis voor handhaving vanwege beperkte juridische houdbaarheid van de bronvermeldingen van de gebruikte informatie. Het resultaat daarvan is dat handhavende instanties recent zelf beleidsregels vaststellen door middel van het organiseren van reviews. Over deze review wordt op dit moment ook geprocedeerd.¹²

Evaluaties van het LICG

- Het ministerie van LNV monitort het functioneren van het LICG periodiek conform afspraak met de Tweede Kamer, met als indicatietermijn 4 tot 7 jaar. Er wordt tijdens de evaluatie verantwoording afgelegd over de doeltreffendheid en doelmatigheid van het beleidsinstrument¹³. Sinds de oprichting in 2007 is het LICG één keer geëvalueerd in 2016:
- De evaluatie in 2014 is niet uitgevoerd, omdat het budget van het LICG in 2013 naar aanleiding van nieuwe afspraken tussen het ministerie van EZ en het LICG werd gehalveerd ten opzichte van de periode daarvoor¹⁴.
- In 2016 stond er een evaluatie gepland¹⁵. Het LICG is toen niet apart geëvalueerd, maar meegenomen met de evaluatie van I&R Hond.
- De huidige evaluatie stond gepland voor 2020¹⁶, maar is in verband met de gevolgen van COVID-19 verschoven naar 2021 (voorliggende rapport).

Afstemming tussen het ministerie LNV en het LICG

Het ministerie van LNV en het LICG hebben op hoofdlijnen op de volgende manieren contact:

- Het ministerie van LNV en het LICG stemmen jaarlijks af over het jaarplan van het LICG.
- Incidenteel verzoekt het ministerie LNV het LICG campagnes te organiseren n.a.v. nieuw beleid en regelgeving.
- Het ministerie van LNV haalt bij specifieke onderwerpen inhoudelijk informatie op bij het LICG.

⁹ Evaluatie Wet Dieren, Berenschot 2020, p. 70

¹⁰ Evaluatie LiD, PWC, p. 71

¹¹ Kst-35892-2

¹² Bijvoorbeeld de review huisvesting en verzorging van roofvogels.

¹³ Zie Rijksbegroting 2021, Bijlage 5: Strategische evaluatie agenda (SEA)

¹⁴ Zie Kamerstuk 34200-XIII nr. 1

¹⁵ Zie Kamerstuk 34550-XIII nr. 2

¹⁶ Zie Kamerstuk 35300-XIV nr. 2

4.2.2 Beelden partijen en rollen in het stelsel

- Alle gesproken partners zien het LICG als het juiste middel om objectieve informatie te verschaffen. Uit de gesprekken blijkt dat het LICG voor stakeholders een duidelijke rol heeft in het stelsel. Alle gesprekspartners weten dat het LICG verantwoordelijk is voor het informeren van (toekomstige) huisdiereigenaren.
- Het ministerie van LNV wordt getypeerd als de 'financierder' en gezien als een partij die zich 'niet veel bemoeit met de inhoud'. Eén gesprekspartner geeft aan dat het onduidelijk is of het ministerie LNV druk uitoefent op het LICG om bepaalde informatie wel/niet te publiceren.
- Stakeholders noemen dat het ministerie van LNV een duidelijkere visie voor het LICG zou kunnen formuleren met het oog op de andere 'sturingsmiddelen' in het stelsel.
- In verschillende gesprekken wordt aangegeven dat het goed zou zijn als er een duidelijkere visie komt voor het LICG in samenhang met andere sturingsinstrumenten.
 - Geopperd werd dat het belangrijk is dat het voor het ministerie van LNV nuttig is om meer te kijken naar het 'geheel' van instrumenten, een breder idee te vormen over wat het LICG moet zijn met een bijbehorend idee over financiering.
 - Specifiek wordt door sommige gesprekspartners geproblematiseerd dat de informatie van het LICG niet kan worden gebruikt voor handhaving.
- Zowel LICG als het ministerie van LNV noemen dat er onderling korte lijnen zijn en dat communicatie makkelijk gaat, maar er geen gesprek is op strategisch niveau. Ook geven beide partijen aan dat er door corona minder contact is geweest dan voorheen. Het LICG geeft aan dat er een aantal 'wisselingen van de wacht' bij het ministerie van LNV ervoor heeft gezorgd dat er minder nauw contact is geweest.
- Het doel voor het ministerie van LNV is dat er een of twee keer per jaar een gesprek tussen het ministerie van LNV en LICG wordt gevoerd op het niveau van doelen en acties. Het ministerie van LNV wil toegroeien naar een 'subsidiërelatie' met structureel contact tussen het ministerie van LNV en het LICG. Vanwege de coronacrisis heeft dit gesprek nog niet plaatsgevonden.

4.2.3 Normen en bevindingen partijen en rollen in het stelsel

Normen ten aanzien van het LICG in het stelsel

- Het merendeel van de stakeholders vindt de relatie tussen het LICG en het ministerie van LNV duidelijk genoeg.
- De rol van het ministerie van LNV t.o.v. het LICG draagt bij aan het behalen van de doelen uit de werkpakketten.
- Betrokken stakeholders zijn tevreden met de onderbouwing van de overheidsrol in het LICG.
- De overheid zet volgens stakeholders de juiste mix van sturingsinstrumenten (waaronder LICG) om dierenwelzijn te bevorderen.
- Het ministerie van LNV monitort en evalueert het functioneren van het LICG aanvullend op de beleidsevaluatie.

Bevindingen ten aanzien van het LICG in het stelsel

- De overheidsrol van het ministerie van LNV ten opzichte van het LICG is in de huidige taakopvatting (informeren van huisdiereigenaren) voldoende onderbouwd en is voor het merendeel van de stakeholders duidelijk.
- In de beleidstheorie van LNV wordt verondersteld dat het LICG informeert over relevante nieuwe wet- en regelgeving, zoals het verbod op de stroomband of I&R hond. Hierover lijkt overlap te zitten met de werkzaamheden van de RVO.
- De rol van het ministerie staat het LICG niet in de weg bij het behalen van de doelen uit de werkpakketten. Wel zou het ministerie van LNV kunnen bijdragen aan het behalen van de doelen uit de werkpakketten door op strategisch niveau bij te dragen aan de sturing op acties en doelen.
- De sturingsmix in het stelsel van welzijn van gezelschapsdieren is overwegend 'netwerksturend'. Het ministerie van LNV zet in het stelsel van dierenwelzijn in op netwerksturing om de open normen uit de wet Dieren in te vullen. Hierbij valt op dat er in het stelsel geen duidelijk platform is om de open normen uit de wet- en regelgeving voor (gezelschaps-) dieren op een goede manier in te vullen.
- In het geval van excessen hiërarchisch wordt gestuurd door verschillende handhavers. Een aandachtspunt in handhaving lijkt te liggen bij de aanschaf van dieren bij fokkers.
- Het ministerie van LNV monitort en evalueert het functioneren van het LICG aanvullend op de beleidsevaluatie beperkt. De belangrijkste monitoring van het LICG door het ministerie van LNV is de jaarlijkse afstemming over het jaarplan en periodiek verplichte evaluaties.

4.3 Throughput

4.3.1 Feiten throughput

4.3.1.1 Inzet beschikbare middelen en capaciteit

Het LICG heeft vier medewerkers (totaal 2,76 FTE): twee personen op kennis- en informatieontwikkeling, één op het secretariaat en één op communicatie & marketing. De persoon op communicatie & marketing is tevens eindcoördinator. De personele kosten worden op basis van een tijdregistratiesysteem aan de basisprojecten toegeschreven. Een van de medewerkers werkt fulltime.

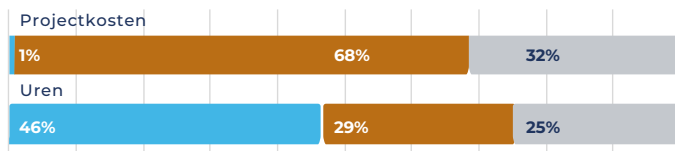
Wanneer we kijken naar de urenbesteding van de medewerkers vallen een aantal zaken op (zie Tabel 3 en figuur 5). Het LICG besteedt verreweg het meeste tijd aan exploitatie en informatieontwikkeling (huisdierenbijsluiters,

spreekbeurten, praktische documenten, etc.). Daarnaast besteedt het LICG veel tijd aan het beantwoorden van mails van personen. Daarnaast valt op dat het samenstellen van informatie (huisdierenbijsluiters, spreekbeurten en praktische documenten) vanaf 2017 steeds meer tijd in beslag neemt. Ook zien we dat het LICG vanaf 2019 steeds meer tijd besteedt aan sociale media en vanaf 2018 steeds meer tijd besteedt aan de nieuwsbrief. Verder is er weinig sprake van ziekteverzuim binnen het team.

De inzet van financiële middelen verschilt van de inzet in uren. Uitgesplitst naar de verschillende werkpakketten blijkt dat het LICG in 2020 het grootste deel van de projectkosten uitgaaf aan werkpakket 2 (68%). Het eerste werkpakket brengt geen directe projectkosten met zich mee. Het derde werkpakket beslaat 32% van de totale uitgaven aan directe projectkosten.

Activiteit	Totaal 2016	Totaal 2017	Totaal 2018	Totaal 2019	Totaal 2020
Exploitatie	1135,00	999,50	865,25	1021,05	1146,30
Beantwoorden mail	701,50	626,25	643,80	677,50	791,00
Website	187,25	673,00	346,50	160,00	174,75
Huisdierenbijsluiters, spreekbeurten en praktische documenten	1181,00	901,75	1107,75	1375,25	1405,00
Beurzen, congressen, open-dagen, bijeenkomsten	219,00	162,75	253,75	220,50	31,75
Social media	70,50	57,50	79,25	166,50	191,75
Pers en media	41,00	164,05	159,00	131,50	229,00
Nieuwsbrief en nieuwsgaring	105,50	89,25	183,25	156,25	212,50
Zoekmachinemarketing	68,00	98,50	57,75	64,25	66,50
Webvertising en bannering	69,50	53,00	60,50	60,75	51,00
Corporate campagne	244,50	325,00	482,50	298,00	142,25
Juni Chipmaand/I&R	30,00	56,00	27,25	20,75	46,00
Minder Hondenbeten	2,50	355,00	8,00	0,00	1,00
Project rashondengids	257,50	0,00	10,50	0,00	42,50
Project tegengaan puppyhandel	134,75	0,00	0,00	107,00	15,00
Feestdagen	x	x	144,00	148,00	96,00
Verlof	571,50	477,95	836,45	632,95	583,70
Ziek	66,50	89,50	84,50	93,00	26,50
Totaal	5085,50	5129,00	5350,00	5333,25	5252,50

Tabel 3 Overzicht urenbesteding LICG



	uren	projectkosten
WP 1	2436	€ 926,39
WP 2	1501	€71.295,42
WP 3	1316	€33.354,00

Figuur 5 Inzet van middelen t.b.v. de verschillende werkpakketten in 2020

Wanneer we inzoomen op de besteding inzet van financiën, specifiek de directe projectkosten t.b.v. derden in 2020 (Tabel 4) valt het volgende op. Het grootste deel van de directe projectkosten in 2020 waren kosten voor Google zoekmachinemarketing en advertenties. Ook is in werkpakket 3 een extern marketingbureau ingehuurd voor de campagne verantwoord huisdierbezit.

Bestemming	Bedrag	% totaal
Werkpakket 1		1%
Praktische kosten bijsluiters	€ 926,39	1%
Werkpakket 2		68%
Website	€ 6.207,15	6%
Beurzen, sociale media, pers, nieuwsbrief	€ 3.482,86	3%
Google zoekmachinemarketing	€ 31.382,28	30%
Campagne Marktplaats	€ 30.223,13	29%
Werkpakket 3		32%
Google zoekmachinemarketing	€ 19.104,30	18%
Campagne verantwoord huisdierenbezit (ELP Marketing + Facebookadvertenties)	€ 14.249,70	13%

Tabel 4 Inzet van financiën, directe projectkosten t.b.v. derden in 2020

Wanneer we kijken naar de ontwikkeling van de totale kosten van de werkpakketten (Tabel 5) valt het volgende op. Het totale budget dat wordt uitgegeven aan werkpakketten 2 en 3 is sinds 2016 flink afgenomen. Dat heeft deels te maken te hebben met stijgende personeelskosten, maar vooral met een teruglopend budget. De FTE van het LICG zijn niet substantieel veranderd.

Jaar	2016	2017	2018	2019	2020
Totale kosten werkpakket 1	€ 100.571,00	€ 84.794,00	€ 97.674,00	€ 112.304,00	€ 115.188,74
Totale kosten werkpakket 2	€ 106.405,00	€ 127.689,00	€ 117.104,00	€ 167.525,00	€ 146.392,70
Totale kosten werkpakket 3	€ 318.823,00	€ 206.020,00	€ 190.628,00	€ 127.339,00	€ 100.654,56

Tabel 5 Ontwikkeling van de totale kosten (uren en directe kosten) van de werkpakketten

4.3.1.2 Samenwerkingen voor informatieverzameling en verspreiding

Verzameling van informatie

Het LICG werkt voor het samenstellen van de huisdierenbijsluiters en praktische documenten intensief samen met partners. Belangrijke partners zijn de faculteit Diergeneeskunde Utrecht, Wageningen Universiteit en Stichting Herpetofauna. Deze partijen helpen het LICG bijvoorbeeld door kennisdocumenten aan te leveren voor het opstellen van dierenbijsluiters en het reviewen van documenten, opgesteld door het LICG.

Daarnaast heeft het LICG een aantal specifieke samenwerkingen:

- Een samenwerking met de hondenbescherming op het gebied van juridische kennis. Het LICG kan de hondenbescherming benaderen met vragen omtrent eigendomsrecht, clausules in adoptie- en koopcontracten en dergelijke.
- Met het ministerie van LNV werkt het LICG samen met betrekking tot nieuwe regelgeving vanuit de overheid. Zo heeft het ministerie van LNV onlangs een nieuwe regeling voor tot het I&R systeem aangekondigd. Aan het LICG is gevraagd om de bekendmaking hiervan per 1 november via communicatiekanalen te ondersteunen. RVO en het LICG ondersteunen elkaar met name op het gebied van voorlichtingen, zoals over de nieuwe Europese verordening AHR (Animal Health Regulation) en de daaruit volgende regels met betrekking tot het registreren en het verplicht aanschaffen van paspoorten voor honden. Het LICG werkt samen met de NVWA op het brede onderwerp import/export van gezelschapsdieren.

Verspreiding van informatie

De samenwerking op het gebied van de verspreiding van informatie is een belangrijke activiteit, omdat de informatieverstrekking van het LICG voor een groot deel via partners loopt. De verspreiding van de informatie van het LICG verloopt onder meer via aan Dibevo (waaronder via huisdierspecialist.nl), diverse dierenpecialzaken, KNMvD, Rijksoverheid.nl, Dierenbescherming, dierenartspraktijken, asielen en databanken. Ook schrijft het LICG diverse artikelen voor tijdschriften zoals Majesteit en Over Dieren.

Een andere belangrijke samenwerking is die met Groen Kennisnet. Groen Kennisnet heeft het LICG gevraagd om een sitemap aan te bieden, zodat hun website vindbaar is in de kennisbank. Dit kan voor het LICG zorgen voor extra websitebezoeken en daarmee een hoger bereik.

4.3.1.3 Onafhankelijkheid van informatie en het LICG *Toetsing van de informatie van het LICG*

In het kader van onafhankelijkheid en wetenschappelijkheid bestaat er een toetsingscommissie die de inhoud van de informatie van het LICG toetst. Zoals eerder vermeld werkt het LICG op dit gebied samen met de Faculteit Diergeneeskunde van de Universiteit Utrecht. Deskundigen toetsen de informatiesamenstelling van het LICG op objectiviteit. Alle informatie dient evidence based te zijn. Wanneer de Universiteit Utrecht niet de benodigde expertise heeft wordt er voor deze toetsing samengewerkt met experts. Ook levert de faculteit incidenteel informatie en data aan bij het LICG. Een voorbeeld hiervan is input vanuit het Expertisecentrum Genetica Gezelschapsdieren van de Faculteit Diergeneeskunde voor de rassenbijsluiters.

Via de campagne 'geloof niet alles wat je leest' heeft het LICG duidelijk willen maken dat de informatie van het LICG zich onderscheidt van andere informatiebronnen. Het doel was dat men wist dat de informatie van het LICG door wetenschappers of deskundigen getoetst is.

Afwegingskader voor samenwerking met partners

Voor de onafhankelijkheid van haar informatie heeft het LICG een afwegingskader voor samenwerking opgesteld. De volgende criteria zijn opgesteld om de uitgangspunten van het LICG te waarborgen en deze criteria kunnen gebruikt worden om te beoordelen of samenwerking met een externe partij mogelijk is:

- Onafhankelijkheid van het LICG moet gegarandeerd zijn. De samenwerking mag geen politieke, ideologische of commerciële voorkeur van het LICG uitdragen.
- De doelstellingen en de betrouwbaarheid van de organisatie mogen niet strijdig zijn met de doelen van het LICG.
- LICG-informatie mag niet gewijzigd worden.
- LICG-informatie mag nooit zonder bronvermelding gebruikt worden.
- De samenwerking moet in het belang van het LICG of de doelstellingen van het LICG zijn.
- Externe partijen die de documenten en middelen van het LICG willen gebruiken om er zelf winst mee te maken moeten dit eerst aan het LICG voorleggen.
- De samenwerking moet te allen tijde beëindigd kunnen worden op het moment dat deze niet meer aan onze voorwaarden voldoet.

4.3.2 Beelden throughput

4.3.2.1 Beelden middelen en capaciteit

- Alle gesprekspartners vinden dat het LICG veel kwaliteit levert tegenover relatief weinig middelen. Verschillende gesprekspartners geven aan dat de medewerkers van het LICG meer uren dan begroot maken om de resultaten te kunnen leveren. Gesprekspartners zien weinig mogelijkheid om meer of aanvullende werkzaamheden te verrichten binnen de huidige capaciteit en formatie.
- Verschillende stakeholders geven aan dat het LICG aan effectiviteit zou kunnen winnen door meer campagnes te organiseren en doelgroepen via gevarieerde kanalen te bereiken.
- Medewerkers van het LICG geven niet expliciet aan dat ze tegen problemen aanlopen in de uitvoering van het huidige takenpakket. Medewerkers geven wel aan dat zij in tijdnood komen wanneer er extra verzoeken op het LICG afkomen en dat er steeds meer van hen wordt gevraagd.
- Verschillende gesprekspartners zien met het oog op de medewerkers een kwetsbaarheid op het gebied van continuïteit.

4.3.2.2 Beelden samenwerkingen

Gesprekspartners die samenwerken met het LICG geven aan de samenwerking met het LICG als positief te ervaren. De medewerkers zijn deskundig en de lijnen zijn kort.

4.3.2.3 Beelden onafhankelijkheid

- Gesprekspartners zien het LICG als de enige speler in het stelsel van dierenwelzijn die echt onafhankelijk, deskundig en betrouwbaar informatie verstrekt over het houden en zorgen voor huisdieren. Een enkele gesprekspartner geeft aan dat de deelname van Dibevo aan het bestuur van het LICG te denken geeft over de onafhankelijkheid. Tegelijkertijd geven alle gesprekspartners aan dat het LICG onafhankelijke en kwalitatieve informatie verschaft.
- Gesprekspartners geven aan dat het LICG daarin uniek is in haar taak. Er zijn in Nederland geen andere organisaties die soortgelijk werk doen zoals het LICG. Er zijn naast het LICG in het stelsel van dierenwelzijn veel verschillende partijen die zelf informatie verspreiden met betrekking tot gezelschapsdieren. Daar komt ook informatie langs dat niet volledig objectief is. Het LICG richt zich daarnaast op een brede doelgroep, terwijl andere organisaties zich meer richten op specifieke doelgroepen met eigen belangen.

4.3.3 Normen en bevindingen throughput

Normen ten aanzien van throughput

- De organisatie inrichting van het LICG is volgens internen en buitenstaanders logisch voor de uitvoering van de verschillende werkpakketten en de daarbij behorende werkzaamheden en activiteiten.
- De beschikbare middelen van het LICG worden volgens internen en buitenstaanders logisch verdeeld over de werkpakketten.
- Er is wetenschappelijke overeenstemming over de informatie die het LICG verstrekt.
- De informatie die het LICG verstrekt is voldoende onafhankelijk en onderbouwd.
- Het LICG is financieel onafhankelijk van de organisaties die bijdragen aan het LICG.
- Het LICG heeft voldoende eigen expertise om de bijdragen van organisaties op waarde te schatten.
- Het LICG heeft plannen om eventuele (delen van) nog niet bereikte doelgroepen te bereiken.

Bevindingen ten aanzien van throughput

- Stakeholders hebben suggesties voor de inzet van beschikbare middelen van het LICG en noemen dat het LICG aan effectiviteit zou kunnen winnen door meer campagnes te organiseren en doelgroepen via gevarieerde kanalen zou kunnen bereiken. Daarvoor zouden de beschikbare middelen voor sommige stakeholders anders verdeeld kunnen worden.
- Het LICG is in grote mate afhankelijk van de (financiële) bijdragen van partners. Uit de begrotingen blijkt dat subsidie van het Rijk niet toereikend is voor het volledige takenpakket van het LICG. Zonder de bijdragen van partijen en derden zouden veel activiteiten van het LICG niet of in mindere mate uitgevoerd kunnen worden.
- De samenwerking met partijen die een schakel vormen tussen het LICG en huisdiereigenaren is van belang voor het bereik van het LICG. Hiervoor werkt het LICG samen met veel partners.
- De inrichting van de organisatie van het LICG is in beginsel logisch. Het personeel is bekwaam en goed op elkaar afgestemd. Wel is de continuïteit van de werkzaamheden een kwetsbaarheid, doordat de effectiviteit van het LICG sterk wordt beïnvloed door de kwaliteit van de medewerkers. Het is moeilijk in te schatten hoe overdraagbaar het werk is.
- Geen van de geïnterviewde stakeholders betwist de kwaliteit van de informatie van het LICG. Dat geeft reden om aan te nemen dat de informatie die het LICG verstrekt voldoende onafhankelijk en onderbouwd is en het LICG voldoende eigen expertise heeft om de bijdragen van organisaties op waarde te schatten. Er is wetenschappelijke overeenstemming over de informatie die het LICG verstrekt.
 - We maken op uit de jaarplannen en de gesprekken dat het LICG de ambitie en plannen heeft om met name de doelgroepen potentiële eigenaren nog beter te bereiken.

4.4 Output

In deze paragraaf gaan we in op welke activiteiten het LICG uitvoert. Op hoofdlijnen zijn dat de volgende activiteiten:

- Voorlichting verschaffen via de website en andere online kanalen zoals widgets, Google advertising en Marktplaats.
- Het beheren en ontwerpen van de website over het houden van huisdieren.
- Het (online) voeren van campagnes.
- Informatieverstrekking aan professionals.
- Het schrijven en publiceren van de maandelijkse nieuwsbrief.

We presenteren in deze paragraaf de feiten en beelden over de gerealiseerde activiteiten van het LICG. In de beleidstheorie van het LICG worden onder 'output' de volgende elementen genoemd:

- Kwalitatief goede en informatieve nieuwsbrief is gepubliceerd.
- Er worden online campagnes gerealiseerd (bijv. het stappenplan: herken de foute fokker).
- 2 miljoen bezoekers op de website (240.000) unieke bezoekers per maand zijn bereikt.
- Marktplaats-banners bij advertenties voor huisdieren zijn geplaatst.
- Online publicatie huisdierbijsluiters zijn uitgebracht.
- Widgets.

Daarnaast zien we in de praktijk ook andere output van het LICG, te weten: praktische documenten, samenvattingen en mediacontacten.

4.4.1 Feiten output

4.4.1.1 Doelgroepen

Het LICG richt zich met haar activiteiten in eerste instantie op huisdierbezitters in alle fasen: de potentiële huisdierbezitter, de beginnende en de gevorderde huisdierbezitter. Ook wil het LICG toegankelijk zijn voor professionals. De doelgroep van het LICG is daarmee erg breed. Dit zijn niet alleen huisdiereigenaren in verschillende fasen van hun huisdierbezit, maar ook in verschillende fasen van hun eigen leven.

Professionals in de gezelschapsdierenbranche zijn belangrijk voor het LICG. Zij zijn niet de uiteindelijke doelgroep, maar vormen wel een belangrijke schakel tussen het LICG en

huisdiereigenaren. Doordat deze groep direct contact heeft met (potentiële) huisdiereigenaren, is het van belang dat deze groep betrokken is bij het LICG en de informatie van het LICG kent, dan wel verspreid.

Het LICG wil zich door middel van differentiatie zo goed mogelijk aansluiten bij de belevingswereld van verschillende doelgroepen. Zo richt het LICG zich ook op ouders en kinderen. Kinderen beslissen niet direct over de aanschaf, maar zijn vaak wel sturend daarin. Daarnaast is voorlichting aan kinderen belangrijk omdat het de volwassenen van de toekomst zijn. Het LICG probeert deze laatste doelgroep te bereiken door laagdrempelige informatie te bieden over de aanschaf van een huisdier.

4.4.1.2 Algemene introductie werkpakketten

Het LICG heeft haar (basis)activiteiten georganiseerd rondom werkpakketten. De werkzaamheden en activiteiten van de werkpakketten vloeien voort uit de doelen en missie van het LICG. Ook worden de beschikbare middelen verdeeld onder de werkpakketten. Het LICG beperkt zich echter niet enkel tot deze activiteiten en streeft ernaar de kennis van huisdiereigenaren te bevorderen middels informatieverstrekking via meerdere kanalen en activiteiten. In de onderstaande sub paragrafen beschrijven we de activiteiten per werkpakket.

Werkpakket 1: *Informatieverstrekking via huisdierenbijsluiters en praktische documenten*

De kernactiviteit van werkpakket 1 is het samenstellen en verstrekken van informatie via bijsluiters en praktische documenten. Het LICG ontwikkelt huisdierenbijsluiters, samenvattingen van huisdierbijsluiters, rassenbijsluiters en praktische documenten (dit is vaak aanvullende informatie over bepaalde aspecten van het houden van specifieke dieren of verdiepingsdocumenten naar aanleiding van maatschappelijke trends en actualiteiten) over een grote hoeveelheid diersoorten. Hier is informatie in te vinden over:

- De verzorging en huisvesting van het dier.
- Het gedrag van het dier.
- De aanschaf en kosten van het dier.
- Veelvoorkomende ziekten en aandoeningen.

Het LICG wil hiermee mensen die een huisdier willen aanschaffen beter informeren over het houden van huisdieren en huisdiereigenaren handvatten geven om goed of beter voor hun huisdier te zorgen.

Werkpakket 2: *Project voorlichting*

Binnen werkpakket 2 richt het LICG zich op voorlichting via de website en externe PR. Het LICG wil dat (potentiële) huisdiereigenaren het LICG weten te vinden als zij op zoek zijn naar informatie. De website is daarbij het belangrijkste communicatiemiddel van het LICG. Maandelijks trekt de website circa 240.000 bezoekers. De afgelopen jaren is geïnvesteerd in de website om te voorzien in een zo toegankelijk mogelijke website.

Naast de website is sociale media in toenemende mate een belangrijk kanaal waarmee het LICG haar doelgroep bereikt. De berichten op Facebook hebben meer dan 1,2 miljoen mensen bereikt. In 2020 bleek dat mensen meer dan 85.000 keer via Facebook terecht kwamen op de website van het LICG. Om in te springen op te behoefte van bepaalde doelgroepen, besteedt het LICG ook steeds meer aandacht aan de ontwikkeling van visuele content en dit delen op sociale platformen. Ook voor de komende jaren wil het LICG aandacht blijven besteden aan haar zichtbaarheid op sociale media.

Het opstellen en uitsturen van de maandelijkse nieuwsbrief van het LICG aan de abonnees is een andere manier om te communiceren met de doelgroep. Daarnaast valt de afhandeling van vragen die via het contactformulier binnenkomen onder de activiteiten van werkpakket 2.

Internet is een belangrijk kanaal waarop men naar informatie zoekt over huisdieren. Om goed zichtbaar te zijn werkt het LICG aan zoekmachinemarketing: het LICG zet in op 'op maat gesneden tekstadvertenties' die verschijnen bij allerlei soorten zoekopdrachten die mensen invoeren over huisdieren. Daarnaast werkt het LICG samen met Marktplaats aan waarschuwende banners met doorklik naar de website, om mensen die overwegen om een huisdier aan te schaffen te attenderen op mogelijke risico's. De banners die hiervoor zijn ontwikkeld zijn 1.247.571 keer vertoond, waarvan er 2.222 keer geklikt is.

Tot slot staat het LICG als standhouder op de Dibevo vakbeurs en levert het LICG incidenteel materialen die op beurzen uitgedeeld kunnen worden, bijvoorbeeld voor Animal Event en Stichting Dierenhulp.

Werkpakket 3: *Project campagnes verantwoord houden van huisdieren*

Het LICG stelt jaarlijks een ander thema vast om belangrijke informatie over huisdieren zo goed mogelijk over te brengen. Dit thema is mede gebaseerd op de belangrijkste ontwikkelingen van dat moment. Het thema voor 2021 was bijvoorbeeld 'Een goede start'. Onder dit thema worden veel belangrijke zaken over het houden van huisdieren uitgelicht, zoals het vinden betrouwbare verkoopadressen, het belang van goede socialisatie, een paspoort en goede registratie van je huisdier, etc. Deze thema's bieden basisschoolleerlingen ook mogelijkheden voor het opstellen van spreekbeurten. Campagnes over het verantwoord houden van huisdieren kunnen aan dit thema worden verbonden. Ook zijn er een aantal jaarlijkse campagnes, zoals de campagne Juni Chipmaand. Hierin vraagt het LICG aandacht voor het chippen en registreren van huisdieren. Voor een aantal campagnes zijn er specifieke campagnesites, namelijk rashondengids.nl, minderhondenbeten.nl en chipjedier.nl.

4.4.1.3 Gerealiseerde activiteiten in de werkpakketten

Werkpakket 1: *Informatieverstrekking via huisdierenbijsluiters en praktische documenten*

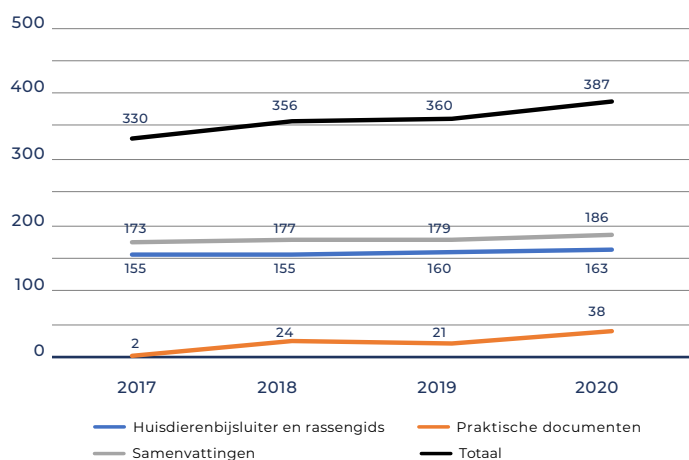
Werkpakket 1 richt zich op het verspreiden van informatie via dierenartsen, dierenasiels en dierenwinkels (intermediairs) aan huidige en potentiële huisdiereigenaren. In de praktijk komt dit erop neer dat de huisdierbijsluiters, samenvattingen en praktische documenten online worden gepubliceerd en worden verspreid (mede via dierenartsen, dierenasiels en dierenwinkels) naar huisdiereigenaren. Zie figuur 6.

In 2018 zijn er twee nieuwe huisdierenbijsluiters ontwikkeld. In 2019 zijn er 5 nieuwe bijsluiters ontwikkeld waarvan 2 rassenbijsluiters en zijn er 21 samenvattingen gemaakt. In 2020 zijn er 3 nieuwe huisdierenbijsluiters ontwikkeld. Het LICG heeft in de periode van 2017 tot en met 2020 jaarlijks een vrijwel evenredige hoeveelheid bijsluiters geproduceerd.

Door een groeiende behoefte bij dierspecialisten aan een kortere versie van de bijsluiters worden er sinds 2017 samenvattingen op A4-formaat gemaakt van de huisdierenbijsluiters. Deze zijn te raadplegen op de professionele versie van de website van het LICG en bevatten ook een QR-code en een duidelijke verwijzing naar meer informatie. In 2020 zijn in totaal 38 samenvattingen van de huisdierenbijsluiters beschikbaar op de website.

Jaar	Naam huisdierenbijsluiter	Nieuw/herzien/ samenvatting
2017	Start samenvattingen huisdierenbijsluiters	Samenvatting
2018	Eerste reeks samenvattingen huisdierenbijsluiters, vissengroep karperzalmen, agaatslakken	Samenvatting
2019	21 samenvattingen huisdierenbijsluiters	Samenvatting
2020	Dwergkreeftjes, Regenboogvissen, Blauwoogjes	Nieuw
	Chihuahua, Engelse bulldog, Franse bulldog, Griekse landschildpad, Hond, Konijn, Perzische langhaar, Shih Tzu, Varken, Zoetwatergarnaal, Kooiker, Newfoundland, Vuurstaartlabeo, Valkparkiet, Grijs roodstaartpapegaai, Westelijke haakneusslang, Perzisch langhaar.	Herzien
2021	Keeshond, Pyrrhura	Nieuw
	Ezel, Geit, Konijn, Paard, Schaap, Varken, Engelse Cocker Spaniel, Hollandse Herdershond, Jack Russell Terriër, Labrador retriever, Maltezer, Rhodesian Ridgeback, Saarlooswolfhond, Shetland, Sheepdog, Stabijhoun, Wetterhoun, Zwitserse Witte Herdershond, Baardagame, Afrikaanse rietkikker, Betta, Vissengroep: cichliden. Daarnaast zijn alle rashondenbijsluiters, de bijsluiter hond en nog een aantal andere documenten herzien vanwege de I&R regeling.	Herzien

In 2021 heeft het LICG in de eerste helft van het jaar de volgende resultaten bereikt. Het aanbod van het LICG is 163 bijsluiters en rassengidsen, 40 samenvattingen en 186 praktische documenten. In totaal zijn dat 389 documenten. We zien dat de positieve trend in de prestaties bij werkpakket 1 ook dit jaar doorzet en opnieuw licht toeneemt.



Figuur 6. **Totaal aantal bijsluiters, samenvattingen en praktische documenten in de periode 2017-2020**

Daarnaast schrijft het LICG ieder jaar nieuwe documenten over verschillende praktische onderwerpen of worden al bestaande praktische documenten herzien. In de periode 2017-2021 zijn de volgende praktische documenten door het LICG opgesteld en/of herzien:

Jaar	Naam praktische document	Nieuw/herzien/ herschreven
2017	Inrichting van knaagdierverblijven, Giardia, Adoptiecontracten	Nieuw
	Loslopen of aanlijnen, Dier in de auto, Wetgeving – positieflijst	Herzien
	CITES, Minderhondenbeten.nl	Herzien en herschreven
2018	Over welke dieren je wel of niet mag houden in Nederland, Het gebruik van een hondenbench, Vlooiën, Titeren	Nieuw
	Aanschaf reptiel of amfibie, VHB bij konijnen, Overlijden en rouw	Herzien
2019	Aanschaf van een buitenlandse zwerfhond of -kat, Castratie van uw hond, BOAS bij kortsnuitige honden, Konijnen hanteren	Nieuw
	Dier en warmte, EHBO bij huisdieren, Vergiftiging bij huisdieren, Allergie voor huisdieren, Overzicht erfelijke aandoeningen bij de kat, Vaccinatie van uw kat en Madenziekte	Herzien
2020	Titeren en vaccineren, Stappenplan 'Puppy via Internet', Zorgen voor uw Hond, Pijnherkenning bij hond, Pijnherkenning bij kat, Pijnherkenning bij konijn, Pijnherkenning bij paard	Nieuw
	Kanker bij dieren, Ziekten zoetwatervissen, Katten – kennismaken met andere dieren, Gedragstherapie bij de hond, Aanschaf buitenlandse zwerfhond of -kat, Chippen en registreren, Zoönosen, Voeding kat – normen en hoeveelheid en FIP bij katten, Aanschaf buitenlandse zwerfhond of -kat, De sociale functie van huisdieren, Dieren in de zorg: AAA en AAT, Positieflijst zoogdieren, Kattenaids (FIV), Overzicht erfelijke aandoeningen bij katten, Vaccinatie van uw kat, Castratie hond, Loopsheid hond, Puberteit en rangorde, Pup: algemeen, socialisatie, opvoeding, voeding en verzorging, medisch, cursus, Alleen blijven (hond), Hoe vind ik een goede hondenschool, Voeding hond normen en hoeveelheden, Voeding hond algemeen, VHD, Myxomatose, Houd uw konijn gezond, Aanschaf konijn	Herzien
	Hond – voeding algemeen, Vuurwerk, Wormen bij de hond, Aanschaf hond, CITES, Aanschaf raskatten	Herschreven
2021	Leren en gedrag van uw puppy	Nieuw

Jaar	Naam praktische document	Nieuw/herzien/ herschreven
	Chippen en registreren, Wat kost een huisdier, Overlijden en rouw, Vergiftiging bij huisdieren, Winter en kou, De sociale rol van huisdieren, Uw huisdier mee naar een verzorgingstehuis, Dierenhulp voor minima, Vakantie – uw dier gaat mee, CITES, Adoptie- en herplaatsingscontracten, Alleen thuisblijven (hond), Ongewenst gedrag voorkomen (hond), Socialisatie (pup), Opvoeding (pup), Een pil toedienen aan uw kat, De aanschaf van een reptiel of amfibie, Overzicht erfelijke aandoeningen bij paarden.	Herzien

Tot slot is het voor professionals mogelijk om via de webshop van het LICG-materialen te bestellen met voorlichting over gezelschapsdieren, zoals folders en posters. Daarnaast heeft het LICG presentatiekaartjes met daarop de website en folders ontwikkeld die professionals aan klanten kunnen meegeven. Ook verzorgt het LICG widgets voor professionals zoals dierenartsenpraktijken, maar ook tuincentra, fokkers en dierenpeciaalzaken. Dit zijn kleine webapplicaties die de documenten van het LICG online onder de aandacht kunnen brengen. Het LICG heeft geen cijfers aangeleverd over het aantal widgets dat is geplaatst in de periode 2017-2020.

Werkpakket 2: Project voorlichting

De website www.licg.nl is onmisbaar voor het LICG. In mei 2018 is de website voor professionals (www.professionals.licg.nl), die te allen tijde raadpleegbaar is voor iedereen die werkzaam is in de gezelschapsdierenbranche, responsive (aangepast voor smartphone schermen) gemaakt. Via de algemene website kunnen professionals doorklikken naar deze website). Ook de website voor kinderen is sinds 2018 responsive. Het LICG kan veel vragen beantwoorden over gezelschapsdieren die via de verschillende versies van de website binnenkomen.

Maandelijks stuurt het LICG een nieuwsbrief uit naar circa 8000 (vooral) huisdiereigenaren die hierop zijn geabonneerd, waar soms specifieke campagnes in worden genoemd. Daarnaast is het LICG actief op Facebook, Twitter en Instagram en YouTube. Het LICG heeft vaste rubrieken in het Dibevo vakblad, Over Dieren en Majesteit. Ook wordt het LICG regelmatig genoemd door landelijke, regionale en huis-aan-huisbladen of verzoeken redacties om artikelen van het LICG op te nemen.

Via Google Adwords, Display advertenties en promotieberichten op Facebook bereiken de advertenties van het LICG een grotere groep mensen. Deze groep bestaat uit mensen bij wie het surfgedrag daar aanleiding toe geeft en uit mensen bij wie het online niet te herleiden is dat ze huisdieren hebben. Daarnaast heeft het LICG een structurele campagne op Marktplaats om voorlichting te geven bij/voorafgaand aan de aanschaf van dieren. Dit doet het LICG door middel van banners, tekstlinks en pop-ups die potentiële kopers attenderen op mogelijke risico's. Door op deze banners of tekstlinks te klikken krijgen potentiële kopers een waarschuwing te zien van het LICG met een doorverwijzing naar betrouwbare informatie die hen kan helpen bij het maken van een keuze.

Het LICG neemt weinig deel aan beurzen en evenementen. Hiervoor is er te weinig budget en capaciteit bij het LICG.

Werkpakket 3: Project campagnes verantwoord houden van huisdieren

De informatievoorziening bij werkpakket 3 richt zich op specifieke doelen en doelgroepen. De campagnes van het LICG hebben elk een specifiek thema en een specifieke doelgroep. De campagne 'Minder honden beten' is bijvoorbeeld gericht op hondeneigenaren en kinderen, de campagne 'Chip je dier' is specifiek gericht op en het in actie brengen van huisdiereigenaren en professional, en de campagne 'Rashondengids' is gericht op potentiële en huidige hondeneigenaren, maar ook op de doelgroep fokkers. Daarnaast zijn er ook campagnes met een brede doelgroep, zoals 'Bullshit, trap er niet in' (over desinformatie) of 'Houden van Huisdieren'. Campagnes bestaan vaak uit een combinatie van communicatiemiddelen op basis waarvan de informatie wordt overgedragen.

In de periode van 2017 tot en met oktober 2021 heeft het LICG in totaal 17 campagnes ontwikkeld en gerealiseerd (zie tabel 6). Het lijkt erop dat het LICG gemiddeld genomen 3 campagnes per jaar start. Dit zien we in elk geval terug in de periode 2017 tot en met 2020. Alle campagnes zijn thematisch van karakter en zijn gericht op één specifiek thema. De campagne 'Juni Chipmaand' is een repeterende campagne die elk jaar in juni wordt herhaald.

Bij alle campagnes is data beschikbaar over het bereik van die specifieke campagne in termen van aantal websitebezoekers en/of aantal unieke lezers van berichten. Kijkend naar het organische bereik van de campagnes valt op dat een aantal campagnes een groot bereik heeft, met name op Facebook. Er is geen data beschikbaar van het bereik per doelgroep (bijv. potentiële versus huidige huisdiereigenaren).

Jaar	Aantal	Campagne	Bereik
2017	3	Ontmasker de foute fokker	Campagnewebsite: 44.700 bezoekers
		Minder hondenbeten	Campagnewebsite: 34.000 bezoekers Facebook-posts: 27.000 keer bekeken Leads website: ruim 23.000
		Juni Chipmaand	Campagnewebsite: 56.000 bezoekers
2018	3	Juni chipmaand	Campagnewebsite: 48.246 bezoekers
		Houden van huisdieren	YouTube-filmpjes: >100.000 keer bekeken
2019	3	Kortsnuitige honden	Valt onder resultaten Marktplaats
		Huisdieren en kinderen	Facebook-advertenties: bijna 2 miljoen keer bekeken Leads website: ruim 55.000 bezoekers
		Juni Chipmaand	Campagnewebsite 52.000 bezoekers
2020	3	Bullshit, trap er niet in	Facebook-advertenties: 290.000 weergaven Leads website: ruim 13.000 bezoekers
		Juni Chipmaand	Campagnewebsites: 55.222 bezoekers
		Geloof niet alles	Facebook-advertenties: 550.000 weergaven Leads website: ruim 15000 bezoekers
2021	2	Pak problemen direct aan	Facebook-advertenties: 280.000 weergaven Leads website: ruim 31.000 bezoekers
		Juni Chipmaand	Campagnewebsite: 30.000 bezoekers

Tabel 6: **Overzicht campagnes periode 2016-2021 (genoemde bezoekersaantallen zijn unieke waarden)**¹⁷

Naast de werkzaamheden die voortvloeien uit de doelen van de werkpakketten voert het LICG ook kleinere projecten uit, zoals het opstellen van een digitale puppykalender, waarin nieuwe eigenaren wekelijks inzicht krijgen in informatie over de opvoeding, verzorging en medische zaken van jonge puppy's. Deze werkzaamheden worden onder werkpakket 3 geschaald en daaruit gebudgetteerd.

4.4.1.4 Het LICG maakt de prestaties (output) en financiën elk jaar inzichtelijk in de jaarverslagen

Het LICG stelt elk jaar een jaarverslag op waarin een verantwoording wordt gegeven van de activiteiten en het bereik van de middelen. In de verslagen wordt een beschrijving gegeven van de activiteiten en resultaten per werkpakket als ook algemene informatie (organisatie, missie en visie) en financiële gegevens (winst- en verliesrekening, balans). Het valt op dat een aantal resultaten dat wel wordt bijgehouden niet structureel wordt gerapporteerd in de jaarverslagen, waaronder:

- aantal mediacontacten (worden wel in aparte map gearchiveerd en in verslaglegging worden belangrijkste contacten ook beschreven)
- aantal geplaatste widgets op jaarbasis
- aantal downloads bijsluiters, praktische documenten, samenvattingen etc.¹⁸
- aantal abonnees YouTube-kanaal.

Daarnaast valt op dat kengetallen bij digitale campagnes niet altijd compleet zijn. Bij 11 van de 17 uitgevoerde campagnes is geen CTR-data en/of CPC-data beschikbaar.

4.4.2 Beelden output

4.4.2.1 Beelden werkpakketten

- Het LICG geeft met betrekking tot werkpakket 1 aan dat het onderhouden en actualiseren van de opgestelde informatie een steeds grotere taak wordt. De verwachting is dat dit in de loop van de jaren ook belangrijker wordt. Dit kost meer tijd en vraagt om die reden ook uitbreiding van de inzet van professionals, zoals dierenartsen en experts. Gesprekspartners vinden dat de gerealiseerde activiteiten van werkpakket 1 kwalitatief zeer goed zijn. Gesprekspartners geven aan dat het van belang is dat de informatie actueel is om kwalitatief goed te blijven. Enkele gesprekspartners geven aan dat het belangrijk is om vaker naar de informatie te kijken vanuit een 'frisse blik' of een andere dierenarts.
- Het LICG geeft met betrekking tot werkpakket 2 aan dat er op dit moment onvoldoende mankracht is om zich te richten op nieuwe communicatiekanalen en om haar taken uit te breiden. Gesprekspartners geven aan dat de website van het LICG een goede bron is om naar te verwijzen. Gesprekspartners vinden de website toegankelijk en volledig. Meerdere gesprekspartners geven aan dat de samenwerking met Marktplaats effectief is om moeilijke doelgroepen te bereiken.

¹⁷ De aantallen in deze tabel zijn gebaseerd op de online en sociale media inzet. De verspreiding van de materialen via bijvoorbeeld folders en persberichten is niet meegenomen.

¹⁸ Aantal beschikbare publicaties van bijsluiters wordt wel bijgehouden

- Het LICG geeft met betrekking tot werkpakket 3 aan dat zij actief campagnes zou willen voeren en meer naar voren zou willen treden. De campagnes van het LICG zijn volgens alle gesprekspartners een effectieve manier om stakeholders te bereiken. Deze campagnes trekken veel aandacht en worden door verschillende partijen als zeer nuttig en ‘mooi’ ervaren. Gesprekspartners geven ook aan dat het goed zou zijn als het LICG meer campagnes lanceert om de bekendheid te vergroten.
- Gesprekspartners vinden dat medewerkers van het LICG flexibel omgaan met nieuwe taken. Gesprekspartners zijn enthousiast over het feit dat het LICG samenvattingen van bijsluiters schrijft en visuele content maakt.

4.4.2.2 Beelden kwaliteit

- Via de nieuwsbrief van het LICG is een enquête uitgezet. Daaruit blijkt dat huisdiereigenaren (zeer) tevreden zijn over de informatievoorziening van het LICG. 58% van de respondenten beoordeelt de kwaliteit van de informatie van het LICG als uitstekend, 36% vindt de kwaliteit van de informatie van het LICG goed. Opvallend is dat geen van de respondenten de kwaliteit van de informatie die het LICG biedt als slecht beoordeelt. Een overzicht van de resultaten is opgenomen in Bijlage 2: Resultaten enquête nieuwsbrief LICG. Ook vrijwel alle gesprekspartners vinden dat het LICG toonaangevende informatie publiceert.
- Uit deze enquête blijkt ook dat respondenten vooral zoeken naar (specifieke) informatie over de gezondheid en het welzijn van hun huisdier. Daarna volgen informatie over dierenwetgeving en informatie over het houden van een huisdier. De informatie ‘ziek door een dier’ wordt het minst gezocht door huisdiereigenaren. Verder worden informatie over het gedrag van huisdieren, contactinformatie LICG en informatie over fokkers genoemd als belangrijke informatie.
- Van de respondenten heeft 63% geen suggesties voor de mogelijke verbetering van het informatieaanbod. Wel geven gesprekspartners aan dat de informatie beknopter zou kunnen. Dit wordt onderschreven door de LICG-medewerkers.
- Gesprekspartners hebben de indruk dat een toename van financiële middelen nodig is om communicatiemiddelen te kunnen innoveren (bijvoorbeeld vakere inzet van film en animatie).
- Gesprekspartners delen de volgende suggesties voor het verbeteren van informatieaanbod: aantrekkelijker en laagdrempeliger presenteren van de informatie van de bijsluiter. Vaker en sneller actualiseren van de informatie in de bijsluiters.
- Verder richten suggesties zich voornamelijk op het vergroten van de naamsbekendheid en zichtbaarheid van het LICG bij (potentiële) huisdiereigenaren.
- De gesprekspartners die werkzaam zijn als dierenarts zijn zeer positief over de hoeveelheid informatie die het LICG levert. Zij verwijzen vaak door naar het LICG, zowel via folders als mondeling naar de website. Met name informatie over reizen buiten de EU is voor dierenartsen belangrijk. Daarbij wordt aangegeven dat de reisinformatie bij LICG niet altijd volledig up-to-date is (waarbij het LICG afhankelijk is van de informatie zoals aangeleverd door de NVWA).

4.4.2.2 Beelden bij de monitoring van de resultaten: prestaties worden goed bijgehouden, niet altijd gerapporteerd, de effecten van de werkpakketten op dierenwelzijn zijn lastig te meten

- Medewerkers van het LICG geven aan dat zij veel data bijhouden ten aanzien van prestaties (output). In de jaarverslagen worden vaak alleen de meeste relevante zaken benoemd om te voorkomen dat het jaarverslag te uitgebreid wordt qua omvang, en daardoor onoverzichtelijk.
- Het LICG gebruikt de resultaten van de monitoring als sturingsinformatie voor verdere ontwikkeling en verbetering van activiteiten. Het LICG ontvangt maandelijks rapportages van Google Search (zoekmachineadvertenties) en Google display (advertenties). Ook ontvangt het LICG regelmatig rapporten over de voortgang van de advertentiecampagne op Marktplaats.
- Medewerkers van het LICG geven aan dat zij de inzet van campagnes (middelen en inhoud) op basis van deze rapporten bijsturen, bijvoorbeeld als zij zien dat de resultaten teruglopen of juist wanneer een bepaalde inzet succesvol is.
- Medewerkers van het LICG geven aan dat het vaak lastig is om de effecten goed te monitoren en inzichtelijk te maken. Campagnes bestaan meestal uit een mix van middelen en media, zowel online als offline. Door de overlap is het lastig om prestaties aan specifieke middelen te koppelen.
- De kosten van en het bereik onder specifieke doelgroepen zijn voor offline middelen niet exact aan te geven. Van bepaalde online middelen, zoals Google search, Google display en Marktplaats zijn de CTR- en CPC-data beschikbaar en daarvan wordt ook verslag gedaan.
- Verschillende gesprekspartners geven aan dat zij weinig zicht hebben op de prestaties en de monitoring van deze presentatie door het LICG. Zo is het onder andere voor het ministerie van LNV onduidelijk hoe het LICG prestaties monitort.

- Ook is het voor het ministerie van LNV onduidelijk in hoeverre er opvolging wordt gegeven aan de extra plannen van het LICG. Hiernaast geeft het ministerie aan zelf geen monitoring van het LICG te organiseren, anders dan via de jaarverslagen.

4.4.3 Normen en bevindingen output

Normen ten aanzien van de van de output

- Het LICG voert de werkzaamheden en activiteiten uit die in de beleidstheorie worden verondersteld.
- Het LICG voert de werkzaamheden en activiteiten uit die in de eigen jaarplannen zijn gedefinieerd.
- Het LICG richt zich tot de doelgroepen zoals verondersteld in de beleidsdoelen (en opgenomen in werkplannen).

Bevindingen ten aanzien van de van de output

- Het LICG voert de werkzaamheden uit zoals zij deze heeft opgenomen in de jaarplannen en beleidstheorie. Soms wordt door ontwikkelingen of de actualiteit de behoefte ervaren om van het jaarplan af te wijken en/of aanvullende werkzaamheden op te pakken. Dit is door de beperkte middelen en capaciteit van het LICG onvoldoende mogelijk.
- Het LICG richt zich met haar werkzaamheden en activiteiten via de werkpakketten op de doelgroepen zoals verondersteld in de beleidstheorie en werkplannen: de (potentiële) huisdiereigenaren.

Normen ten aanzien van de kwaliteit informatie

- Huisdiereigenaren zijn tevreden over de kwaliteit en kwantiteit van de informatie van het LICG.
- Huisdiereigenaren missen geen informatie in de informatie van het LICG.
- Dierenartsen zijn tevreden over de kwaliteit van de informatie van het LICG.
- Dierenverkopers zijn tevreden over de kwaliteit en kwantiteit van de informatie van het LICG.

Bevindingen ten aanzien van de kwaliteit van de informatie

- Op basis van de ingevulde vragenlijst en beelden uit de gesprekken, concluderen we dat een groot deel van de huisdiereigenaren in hoge mate tevreden is over de kwaliteit en kwantiteit van de informatie van het LICG. Het merendeel (bijna twee derde deel) van de respondenten heeft geen opmerkingen of suggesties voor de verbetering van het informatieaanbod en lijkt tevreden met het huidige informatieaanbod.

- De aanbevelingen van respondenten hebben betrekking op het actualiseren van het informatieaanbod, het aantrekkelijker presenteren van informatie en het rekening houden met laaggeletterden en mensen met een visuele handicap. Ook doen zij aanbevelingen ten aanzien van het type middelen (de wens om papieren informatie te behouden).
- Dierenartsen zijn zeer tevreden over de kwaliteit en kwantiteit van de informatie van het LICG. De samenwerking met universitaire partners zorgt voor vertrouwen in de informatie. Wel wordt genoemd dat de informatie over het reizen met dieren buiten de Europese Unie niet altijd up-to-date is.
- Op basis van de gesprekken, onder andere met Dibevo, nemen we aan dat het merendeel van dierenverkopers tevreden is over de kwaliteit en kwantiteit van de informatie van het LICG.

Normen ten aanzien van monitoring van de output door het LICG

- Het LICG monitort de effecten van alle werkzaamheden en activiteiten uit de werkpakketten.
- De resultaten van de monitoring worden gebruikt als sturingsinformatie.

Bevindingen ten aanzien van de monitoring door het LICG

- Resultaten van het LICG worden met name op het niveau van output (prestaties) bijgehouden en gerapporteerd, bijvoorbeeld: aantal websitebezoekers en het aantal volgers op sociale media etc.
- Het LICG heeft niet inzichtelijk hoeveel dierenverkopers informatie van het LICG verschaffen bij verkoop van een dier.
- De bereikte effecten van alle werkzaamheden en activiteiten uit de werkpakketten zijn voor het LICG lastiger te monitoren. Het bereik is weliswaar te meten, maar is (nog) niet uitgesplitst naar doelgroepen (huidige versus potentiële huisdiereigenaren. Een direct verband van effecten ten aanzien van de verbetering van dierenwelzijn is lastig te leggen. Prestaties zijn niet altijd te herleiden zijn naar specifieke campagnes of specifieke uitingen.
- De inzichten uit de monitoring worden gebruikt als sturingsinformatie (o.a. verbeteren van inzet bij campagnes).

4.5 Effect

4.5.1 Feiten effect

4.5.1.1 Bereik van de werkpakketten

Werkpakket 1 *Bijsluiters, samenvattingen en praktische documenten*

In 2020 zijn de bijsluiters en praktische documenten in totaal 68.444 keer gedownload. In 2021 zijn er tot oktober 53.794 downloads. In Tabel 7 staat een overzicht over het aantal bestelde producten. In 2020 bestelden in totaal 91 verschillende organisaties en personen producten bij het LICG, dat zijn onder andere dierenpensies, dierenartsen, scholen, hondentrainers en individuen. Tot slot is relevant dat het voor het Dibevo keurmerk vereist dat informatie van het LICG wordt verschaft.

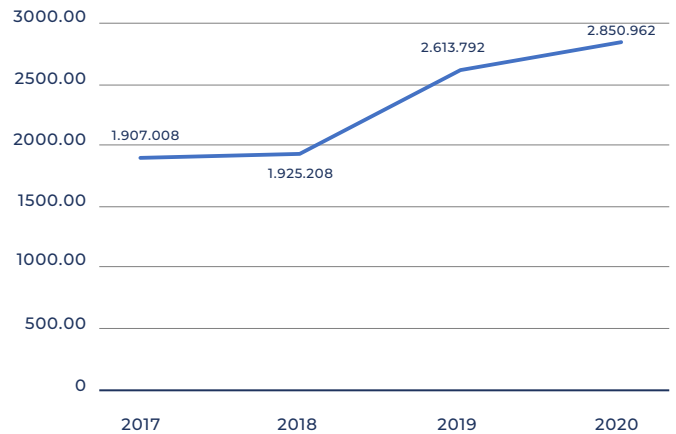
Product	Aantal
Voorlichting hond	5500
Visitekaartjes	3820
Over de grens	3700
Chip je dier	3450
Voorlichting kat	3350
Voorlichting huisdier	3031
Rashondengids poster	37
Foute Fokker	24

Tabel 7. **Overzicht van bestellingen bij het LICG in 2020**

Werkpakket 2

Website(s)

Het bezoekersaantal van de website van het LICG is sterk gegroeid over de afgelopen jaren (zie Figuur 7). In de periode 2017 en 2020 is een groei te zien van bijna 50% van het aantal bezoekers tot een aantal van ruim 2,8 miljoen. Per jaar heeft de website een gemiddelde stijging van 15,26%. Een opmerking daarbij is dat het LICG in oktober van 2017 een nieuwe website gelanceerd heeft, hetgeen kan hebben geleid tot lagere bezoekerscijfers voor het jaar 2017 als gevolg van de nieuwe indexatie in zoekmachines¹⁹. Over het algemeen valt ook op te maken dat het aantal bezoekers dat de website opent op een mobile device is toegenomen ten gunste van de desktop. In de eerste helft van 2021 is de website bezocht door 1.492.021 bezoekers. Naast de algemene website heeft het LICG drie specifieke websites voor de campagnes 'Chip je dier', 'Minder honden beten' en voor de 'Rashondengids'. We benoemen deze specifieke websites bij werkpakket 3.



Figuur 7: **Totaal aantal bezoekers website LICG periode 2017-2020**

Social media

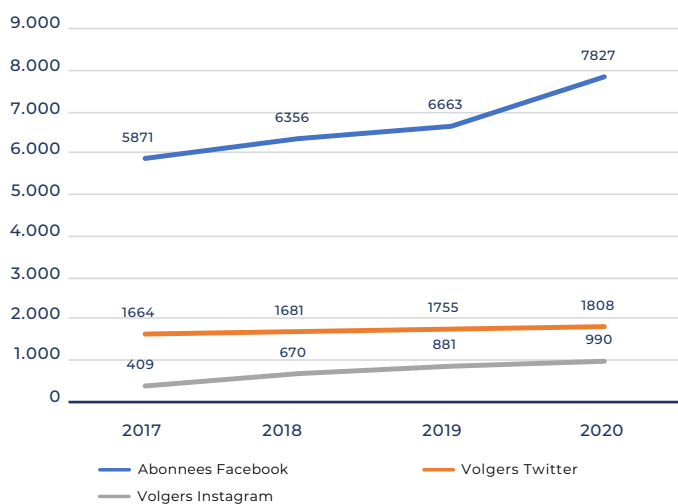
Het LICG gebruikt vier sociale media kanalen voor de informatievoorziening, namelijk: Facebook, Instagram, Twitter en YouTube. We merken op voorhand op dat bereik op sociale media twee gradaties kent: 1) volgers of abonnees die zich actief aanmelden om nieuws te ontvangen van het kanaal van het LICG en 2) mensen die het LICG bereikt, omdat de berichten van het LICG door bijvoorbeeld een 'like' op hun tijdlijn verschijnen, terwijl zij het LICG zelf nog niet volgen.

We spreken voor het overzicht van direct en indirect (of organisch) bereik. Het LICG houdt bij Facebook, Instagram en Twitter het directe bereik bij (lees: het aantal volgers of abonnees). Bij YouTube is dit aantal niet bijgehouden.

In de periode van 2017 tot 2020 laat het directe bereik van de sociale mediakanalen Facebook, Instagram en Twitter een positieve trend zien (zie Figuur 8). Bij alle drie de platforms is er per jaar sprake van een stijging in het aantal volgers, mensen die zich abonneren op het kanaal van het LICG op dat specifieke sociale medium en daarmee regelmatig informatie ontvangen van het LICG. Het sociaal medium Facebook groeit daarbij in absolute aantallen het hardst, gevolgd door Instagram. De groei van Twitter is gering. Het aantal volgers op Facebook laat in 2020 ten opzichte van 2019 een interessante stijging zien. In die periode is het aantal volgers met 17,5% toegenomen, wat de grootste stijging is die de facebook-pagina van het LICG in deze periode doormaakt. In de eerste helft van 2021 zijn de aantallen volgers en abonnees opnieuw verder gegroeid. De aantallen voor Facebook, Instagram en Twitter waren eind juni 2021 respectievelijk 8.100 (Facebook), 990 (Instagram) en 1.814 (Twitter).

¹⁹ Dit staat ook vermeld in het LICG jaarverslag 2017

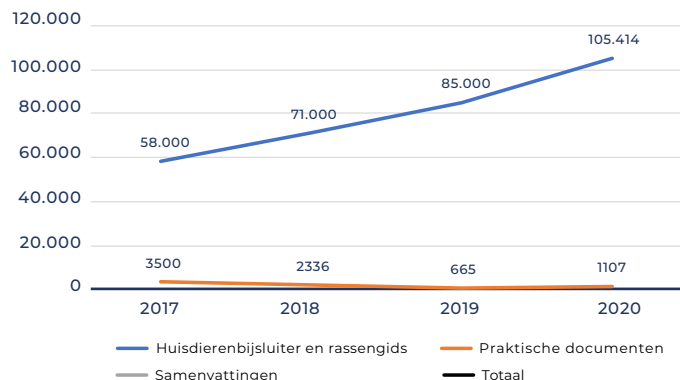
Het aantal abonnees op YouTube is 244. Op basis van de informatie in de jaarverslagen is het niet mogelijk om een trend te laten zien voor dit kanaal. Wel is sinds 2018 het organische bereik bijgehouden, namelijk het aantal keer dat de filmpjes van het LICG zijn bekeken. In 2018 zijn de 4 filmpjes van het LICG in totaal 7.000 keer bekeken, in 2019 zijn de filmpjes 40.000 keer bekeken en in 2020 komt het aantal views neer op 55.996. In de eerste helft van 2021 gaat het om nog eens 21.350 mensen die de filmpjes heeft bekeken. Het organische bereik van de andere drie sociale mediakanalen (Facebook, Instagram en Twitter) wordt wel bijgehouden voor campagnes, niet voor de reguliere berichten. Zie daarvoor paragraaf 3.3.1.3.



Figuur 8: **Totaal aantal volgers en abonnees sociale mediakanalen periode 2017-2020**

Social media naar website

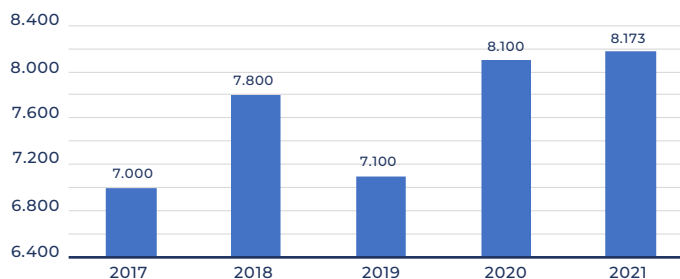
We noemen in navolging van het aantal volgers en abonnees op de sociale mediakanalen ook één andere prestatie, te weten het aantal mensen dat doorklikt van de sociale media-pagina's van het LICG naar de website van het LICG. Uit de resultaten in figuur 5 blijkt dat met name Facebook een effectief medium is voor het LICG. Het aantal personen dat heeft doorgeklikt van Facebook-berichten van het LICG naar de website is gestegen met 81% in de periode 2017 tot en met 2020. Over de eerste helft van 2021 hebben 81.800 lezers doorgeklikt van Facebook naar de website van het LICG. Bij Twitter was dit aantal in 2021 1.129 lezers. De getallen laten zien dat het LICG meer mensen op beide kanalen bereikt dan daadwerkelijk geabonneerd zijn. Dit verschijnsel zien we ook terug bij andere organisaties.



Figuur 9: **Aantal mensen dat vanaf Facebook en Twitter doorklikt naar de website**

Nieuwsbrief

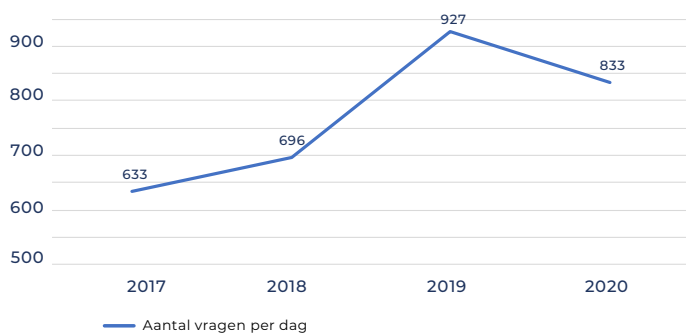
Het LICG stuurt regelmatig een nieuwsbrief uit. De nieuwsbrief bereikt diverse doelgroepen, waaronder: huisdiereigenaren, dierenartsen en fokkers. Het aantal abonnees op de nieuwsbrief heeft in de periode 2017 tot en met 2020 gemiddeld een positieve trend. De AVG-verordening is een mogelijke verklaring voor de daling van het aantal abonnees in 2019. In 2017 waren er 7.000 mensen geabonneerd op de nieuwsbrief van het LICG, in 2020 waren dat er 8.100. Eind juni 2021 had het LICG 8.173 abonnees op de nieuwsbrief, waarbij het aantal opnieuw stijgt ten opzichte van het vorige jaar. De nieuwsbrief wordt gemiddeld door zo'n 34% van de ontvangers geopend dan wel gelezen. Ongeveer 7% van de lezers klikt vervolgens door naar de website van het LICG. Tot slot is 97% van de mensen die geabonneerd is op de nieuwsbrief van het LICG in bezit van tenminste één huisdier. Slechts een klein deel (3%) heeft geen huisdier.



Figuur 10: **totaal aantal abonnees nieuwsbrief periode 2017-2020**

Contactvragen

Een ander resultaatgebied betreft het aantal contactvragen. Ook dit aantal laat over het algemeen een positieve trend zien. Als we kijken naar het type contactvragen dat het LICG behandelt, zien we dat gemiddeld genomen 25% van de vragen in de periode van 2017 tot en met 2020 gaat over reizen met dieren naar het buitenland. Gemiddeld genomen gaat 11% van de contactvragen over chippen en registreren, gaat nog eens gemiddeld 11% over verzorging, voeding en huisvesting, en gaat gemiddeld 10% over de aanschaf van een huisdier. Daarna volgen vragen over de dierenwet (9%), medische vragen over huisdieren (8%) en vragen over de bijsluiters (5%). Opvallend is de relatieve daling van het aantal vragen in 2020 ten opzichte van 2019 (dit is een daling van 10%). Deze daling komt door het LICG door een daling in het aantal vragen over het reizen met een huisdier, wat wordt verklaard door de reisrestricties als gevolg van de coronapandemie. Het aantal contactvragen over de eerste helft van 2021 is niet bekend, omdat het LICG deze vragen pas aan het einde van het kalenderjaar inventariseert.



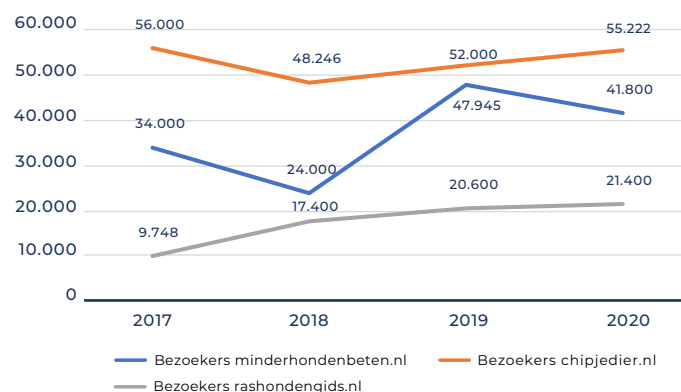
Figuur 11: Totaal aantal contactvragen periode 2017-2020

Artikelen

Verder noemen we nog het aantal redactionele artikelen, mediacontacten, bestellingen en de aanwezigheid van het LICG op beurzen. Het aantal redactionele artikelen (bijdrage in vakbladen en tijdschriften voor huisdierbezitters) is van 2 in 2017 gestegen naar 18 in 2019. Ook in 2020 zijn 18 redactionele artikelen gerealiseerd. In de eerste helft van 2021 stijgt het aantal opnieuw naar 14. Gemiddeld genomen is er een positieve trend zichtbaar. Het bereik van de redactionele bijdragen is niet in beeld gebracht. Mediacontacten variëren van het beantwoorden van korte vragen van journalisten tot het verlenen van medewerking aan een interview. Het aantal mediacontacten wordt niet bijgehouden door het LICG. Bij bestellingen gaat het om het aantal folders dat wordt besteld bij het LICG. Dit aantal is sinds 2017 gedaald van 94.755 tot 14.776 in 2020. De daling sluit aan bij de keuze van het LICG om de focus te verleggen naar digitale informatiemiddelen. Het LICG stond elk kalenderjaar op de Dibevo-vakbeurs, met uitzondering van 2020 als gevolg van de coronapandemie.

Werkpakket 3 Bezoekers campagnewebsites

Voor de campagnes 'Minder honden beten', 'Chip je dier' en 'Rashondengids' is een specifieke campagnewebsite ontwikkeld. De websites voor de campagnes laten in de periode 2017 tot en met 2020 alle drie gemiddeld een positieve trend zien (figuur 11). Opvallend is dat het aantal bezoekers over die periode wisselt bij twee van de drie campagnes. Bij de campagne 'Chip je dier' bezochten in 2017 56.000 bezoekers de corresponderende website, in 2018 waren dat er ongeveer 48.000 en in 2020 ruim 55.000. Die wisselvalligheid zien we ook terug bij de bezoekersaantallen van de website voor de campagne 'Minder honden beten'. Deze pagina had in 2017 34.000 bezoekers, in 2018 24.000 bezoekers, in 2019 bijna 48.000 bezoekers en in 2020 nog 41.800 bezoekers. Ondanks de wisselende aantallen is de gemiddelde trend over de periode positief. De campagnewebsites 'Chip je dier', 'Minder honden beten' en voor de 'Rashondengids' zijn in de eerste helft van 2021 respectievelijk 30.000 keer, 25.958 keer en 10.283 keer bekeken.



Figuur 12: Totaal aantal bezoekers campagnewebsites periode 2017-2020

Advertentiecampagnes

De campagnes waarmee die het LICG in de afgelopen jaren op Facebook heeft geadverteerd in hoge mate doeltreffend zijn en eveneens een hoge efficiëntie hebben in vergelijking tot de benchmark.

We gebruiken daarvoor twee kengetallen als benchmark:

- **Klikfrequentie of click through rate (CTR):** Een verhouding die aangeeft hoe vaak mensen die de advertentie zien, erop klikken. Deze waarde zegt iets over effectiviteit van de advertentie. Hoe hoger deze waarde ten opzichte van de benchmark, des te effectiever de advertentie.
- **Gemiddelde kosten per klik of cost per click (CPC)²⁰:** Het gemiddelde bedrag dat in rekening wordt gebracht voor een klik op de advertentie. Deze waarde zegt iets over efficiëntie van de advertentie. Hoe lager deze waarde ten opzichte van de benchmark, des te efficiënter de advertentie.

We hanteren in de vergelijking de gemiddelde waarden van Facebook-advertenties (over alle sectoren²¹):

- **klikfrequentie:** 1,92% (gemiddeld genomen over alle sectoren klikt 1,92% van alle mensen die een advertentie daadwerkelijk op die advertentie).
- **Gemiddelde kosten per klik:** € 0,64 (gemiddeld genomen over alle sectoren kost een klik op een advertentie die adverteerder € 0,64).

Tabel 8 toont een vergelijking van de LICG-advertentiecampagnes op Facebook met een benchmark (alle sectoren) in percentages. De uitkomsten laten zien dat de geanalyseerde advertentiecampagnes van het LICG op Facebook in hoge mate effectief en efficiënt zijn. De gemiddelde kosten per klik zijn lager. We merken daarbij wel op dat deze analyse is uitgevoerd op basis van 6 van de 17 campagnes die het LICG sinds 2017 heeft gerealiseerd. Van 11 campagnes is geen CTR-data en CPC-data beschikbaar.

4.5.1.2 Inzet op specifieke doelgroepen

Ouders en kinderen

Het LICG heeft zich de afgelopen jaren ingespannen om een groter publiek te bereiken. Dit heeft het LICG met name gedaan door op de website een speciale site aan te maken voor kinderen en professionals. Voor de website hebben we kunnen constateren dat het aantal websitebezoekers de afgelopen jaren is toegenomen. Dit is een indicatie voor het feit dat het aantal mensen die het LICG bereikt is toegenomen.

Het verantwoord aanschaffen en houden van huisdieren begint in veel gevallen bij ouders en kinderen. Het opzetten van een kinderversie van de website heeft een positief effect gehad op het websitegebruik onder jongeren. Uit het jaarverslag van 2019 blijkt dat de kinderversie 80.000 keer is bezocht en in 2020 46.000 keer. Met het ontwikkelen en aanbieden van lespakketten wil het LICG zo ook meer scholieren bereiken.

Jaar	Campagne	Klikfrequentie (CTR)	% verschil benchmark	Gemiddelde kosten per klik (CPC)	% verschil benchmark
2017	Ontmasker de foute fokker	2,33%	22%	€ 0,11	-83%
2017	Minder hondenbeten	71,58%	3628%	€ 0,02	-97%
2019	Huisdieren en kinderen	2,75%	43%	€ 0,20	-69%
2020	Bullshit, trap er niet in	4,48%	133%	€ 0,11	-83%
2020	Geloof niet alles	2,73%	42%	€ 0,17	-73%
2021	Pak problemen direct aan	11,07%	477%	€ 0,12	-81%

Tabel 8: **Overzicht effectiviteit en efficiëntie van LICG-advertenties op Facebook**

²⁰ Online advertenties worden verkocht volgens een aantal prijsmodellen. De meest populaire zijn CPM en CPC. CPC (cost per click) is een advertentiewijze waarbij de adverteerder (in dit geval het LICG) uitsluitend betaalt wanneer er daadwerkelijk geklikt wordt op de advertentie. Dit in tegenstelling tot CPM (cost per mille) waarbij per 1000 unieke weergaven wordt betaald.

²¹ Facebook kent geen sector voor dieren, daarom is gekozen voor het gemiddelde van alle sectoren.

Toegankelijkere kanalen

Het LICG heeft in het kader van toegankelijkheid haar informatiekkanalen uitgebreid en de huidige informatiekkanalen toegankelijker gemaakt voor een groot publiek. Het aanpassen van de boodschap aan de verschillende doelgroepen kan helpen om deze doelgroepen beter te bereiken. In het driejarenplan 2021-2023 zegt het LICG: '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.' Uit het jaarverslag van 2019 valt op dat (ondanks de diversiteit aan informatiekkanalen) een groot deel (ruim driekwart) van de websitegebruikers een vrouw is, namelijk 69%.

De mobiele toegankelijkheid van de website trekt naar verwachting meer jongvolwassenen. In het jaarverslag van 2018 was 13% van de bezoekers 25-34 jaar, in het jaarverslag van 2019 staat een toename vermeld van 26% jongvolwassenen tussen de 25-34 jaar.

Bredere samenwerkingen voor een groter bereik

Voor een groter bereik van doelgroepen probeert het LICG ook via andere platformen haar doelgroepen te bereiken. Hulp van haar 'achterban' is belangrijk voor een groter bereik. Uit de halfjaarrapportage 2021 blijkt bijvoorbeeld dat de Rashondengids sinds begin mei veel bezoekers krijgt vanuit een verzekeringsmaatschappij. Een logische verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat deze verzekeringsmaatschappij voorlichting geeft over de aanschaf van een hond op hun website en daar ook een link naar het LICG bij heeft opgenomen.

4.5.2 Beelden effect

4.5.2.1 Bereik van de werkpakketten

Beelden bij het bereik van het LICG: gesprekspartners zien ruimte voor verbetering van het bereik van het LICG onder de doelgroepen potentiële en huidige huisdiereigenaren

- De bijsluiters van het LICG zijn erg bekend in het veld en de campagnes van het LICG worden door gesprekspartners aangeduid als goed. Ook de samenwerking met Marktplaats wordt als positief ervaren, gesprekspartners hebben de indruk dat hiermee extra bereik wordt gerealiseerd bij mensen die op zoek zijn naar een dier.
- Gesprekspartners geven aan dat het LICG 'in het veld' vooral bekend is bij dierenartsen, dierenasiels, dierenwinkels en samenwerkingspartners. Daarbij geven gesprekspartners aan dat deze doelgroepen een belangrijke sleutelpositie vormen in de informatievoorziening en het bereik van het LICG.
- Uit de enquête die is uitgezet via de nieuwsbrief komt naar voren dat huisdiereigenaren het LICG met name via de website (38%), de nieuwsbrief (12%) of via hun dierenarts (11%) kennen. Verder noemen respondenten nog het dierenasiel, het KNMvD, fokkers, een opleiding of andere organisaties die zich inzetten voor het dierenwelzijn.
- Respondenten ontvangen informatie van het LICG graag via Facebook naast de website en de informatiefolders. De nieuwsbrief wordt hier relatief weinig genoemd.
- De meeste gesprekspartners vinden dat het LICG zowel potentiële als huidige huisdiereigenaren onvoldoende bereikt. Een aantal gesprekspartners heeft de indruk dat het LICG via de website vooral een subpopulatie van dierenhouders bereikt die intrinsiek gemotiveerd is en de moeite neemt om informatie op te zoeken over hun huisdier. Die groep is bovengemiddeld betrokken bij het welzijn van hun huisdier(en).
- Ook dierenartsen geven aan dat meer bekendheid en een groter bereik zou helpen om het dierenwelzijn van gezelschapsdieren te verbeteren. Zij denken dat het o.a. nuttig zou zijn om beter uit te dragen dat het LICG een onafhankelijke website is en om met meer partners samen te werken.
- Gesprekspartners noemen dat dierenwinkels het LICG kennen omdat deze winkels bij wet verplicht zijn om informatie te verschaffen bij de verkoop. Een enkele gesprekspartner denkt dat studenten het LICG niet kennen en stelt dat ook onderzoekers vrijwel nooit verwijzen naar publicaties van het LICG.
- De meeste gesprekspartners vinden dat de informatievoorziening van het LICG meer proactief zou kunnen zijn. Zij noemen daarbij voorbeelden als: vaker thematische campagnes voeren, inhaken op actualiteiten (bijvoorbeeld impulsadopties van huisdieren tijdens de coronapandemie) en vaker in de media komen. Ook moet de informatie van het LICG volgens sommige gesprekspartners aantrekkelijker en laagdrempeliger gepresenteerd worden, zowel op de bijsluiters als op de website.
- Gesprekspartners hebben over het algemeen de indruk dat extra financiële middelen nodig zijn om een groter bereik te kunnen realiseren en om sneller in te haken op actuele ontwikkelingen op het gebied van dierenwelzijn (bijvoorbeeld impulsadopties van huisdieren tijdens de coronapandemie).
- Sommige gesprekspartners gingen in het gesprek in op het informatieaanbod voor kinderen. Verschillende gesprekspartners noemen die strategie heel belangrijk. Een andere gesprekspartner erkent het belang om kinderen te

bereiken, maar vraagt zich af of die informatie over verloop van tijd niet weer wegzakt.

- Commerciële partijen zijn veelal bekend met de bijsluiters van het LICG, maar enkele gesprekspartners geven aan dat zij deze niet noodzakelijkerwijs gebruiken voor de voorlichting van (nieuwe) huisdiereigenaren. Bepaalde commerciële partijen geven de voorkeur te geven aan het gebruik van eigen flyers en informatie voor voorlichting, vanuit eigen expertise of marketing doeleinden. De informatie van het LICG is vaak gedetailleerd en geeft een gewogen beeld van het houden van dieren, met in sommige gevallen bijbehorende kritische noties aan de dierhouder. Enkele respondenten geven aan dat dit dierwinkels ook weerhoudt van het delen van de bijsluiters van het LICG en men liever gebruik maakt van eigen informatie of informatie van commerciële partijen.

4.5.2.2 Beelden bij bereik specifieke doelgroepen en impact van het LICG

- De middelen die het LICG kiest voor de voorlichting en verspreiding van de informatie lijken grotendeels aan te sluiten bij de huidige doelgroep.
- Gesprekspartners zijn het er niet over eens of het vergroten van het bereik van het LICG een effect heeft op dierenwelzijn. Een deel van de gesprekspartners noemt dat het LICG meer effect zou kunnen hebben door de doelgroepen beter te bereiken. Het andere deel van de gesprekspartners geeft aan dat het lastig is om in te schatten en te meten in hoeverre enkel informatie leidt tot gedragsverandering.
- Alle gesprekspartners zijn het er over eens dat náást informatieverstrekking een meer ‘hands on’ aanpak nodig is om daadwerkelijke gedragsverandering te bewerkstelligen. Daarbij is het van belang om het LICG in een groter geheel te plaatsen. Het ministerie zou een rol kunnen spelen om het LICG een niveau hoger te tillen.
- Het LICG zet steeds meer in op digitale informatie, waarbij belangrijk is rekening te houden met de groep dierenhouders die expliciet waardering uitspreekt voor de geprinte informatie. De wens bestaat dat het LICG naast digitale ook papieren informatiefolders blijft aanbieden. Dit is een belangrijk middel voor o.a. de doelgroep met een visuele beperking.
- Het LICG geeft aan dat het plannen ontwikkelt en uitvoert om nieuwe doelgroepen te bereiken.

4.5.3 Normen en bevindingen effect

Normen ten aanzien van het bereik

- Het LICG bereikt de voorgenomen doelgroepen.
- Het LICG bereikt een substantieel deel van de potentiële huisdiereigenaren.
- Het LICG bereikt een substantieel deel van de huidige huisdiereigenaren.
- Het LICG bereikt een substantieel deel dierenartsen/praktijken.
- Het LICG bereikt een substantieel van de dierenverkopers.
- Een substantieel deel van de dierenartsen maken gebruik van de dienstverlening van het LICG.
- Een substantieel deel van de verkopers maakt gebruik van de dienstverlening van het LICG.
- De zichtbaarheid van de informatie van het LICG bij (potentiële) huisdiereigenaren is de afgelopen evaluatieperiode vergroot.

Bevindingen ten aanzien van het bereik

- Het bereik van het LICG is in de periode 2017 tot en met 2020 toegenomen. We zien bij de activiteiten bij alle drie de werkpakketten gemiddeld een positieve trend in het bereik. Op basis van de gegevens over de eerste helft van 2021 lijkt het bereik van het LICG ook in dit jaar wederom toe te nemen.
- Het LICG beschikt niet over de exacte data hoeveel personen binnen verschillende doelgroepen (bijv. potentiële kopers, huisdiereigenaren of nog specifiek: hondeneigenaren) op jaarbasis worden bereikt. Het is daarom niet mogelijk om het exacte bereik te berekenen als percentage van een doelgroep.
- De campagnes zoals ‘Chip je dier’ en de Rashondengids leiden ertoe dat mensen ook de website van het LICG bezoeken: de bezoekersaantallen van de website laten rondom sommige campagnes een piek zien.
- Onze indruk op basis van de feiten en beelden uit de gesprekken is dat het LICG goed bekend is bij dierenartsen, dierenasiels en dierenwinkels. Ook voor dierhouders die bewust op zoek zijn naar meer informatie over het houden van dieren vormt de informatie van het LICG een belangrijke bron. Het LICG bereikt een substantieel deel van die doelgroepen.
- Wel is duidelijk dat niet alle dierverkopers de bijsluiters van het LICG gebruiken: soms wordt geen informatie verstrekt en er zijn ook andere bronnen van informatieverstrekking aan (toekomstige) huisdiereigenaren.

- Daarnaast is het bereik van het LICG bij potentiële en huidige huisdiereigenaren relatief beperkt in verhouding tot de totale grootte van die doelgroepen. Het is lastig om het exacte bereik van het LICG bij deze doelgroepen te kwantificeren.

Normen ten aanzien van de mechanismen van effect, outcome en impact van het LICG

Mechanismen van effect:

- De mechanismen van effect doen zich in de praktijk voor zoals beoogd in de beleidstheorie.
- Het LICG levert de juiste output om mechanismen van effect tot stand te brengen om het verantwoord houden van dieren te bevorderen.

Outcome:

- Het LICG bereikt de afzonderlijke doelen van de werkpakketten.
- De informatie van het LICG zorgt ervoor dat mensen die een huisdier aanschaffen beter geïnformeerd zijn over het houden van een huisdier.
- Het LICG realiseert een geschikte communicatiemiddelenmix om de verschillende doelgroepen te bereiken.
- Het LICG gebruikt de meest effectieve communicatiemiddelen om de voorgenomen doelgroepen te bereiken.

Impact:

- Dierenartsen en huisdiereigenaren geven aan dat de informatie van het LICG bijdraagt aan het verantwoord houden van dieren.
- Partners in het veld geven aan dat het LICG bijdraagt aan het verantwoord houden van dieren.

Bevindingen ten aanzien van de mechanismen van effect

- De beleidstheorie van het ministerie van LNV is helder geformuleerd, maar kent geen expliciete mechanismen van effect. Het is daardoor niet mogelijk om te toetsen of de mechanismen van effect uit de beleidstheorie zich in de praktijk zo voordoen zoals in de beleidstheorie beoogd. Wel komen uit onze analyse van feiten en beelden waarnemingen over de waarschijnlijk beoogde mechanismen van effect naar voren.
- Het belangrijkste mechanisme van effect in de beleidstheorie rondom het LICG lijkt dat de informatie die het LICG een bijdrage levert aan de gedragsverandering ten behoeve van het goed houden van gezelschapsdieren.

- Een voorzichtige bevinding op basis van de enquête dierhouders is dat het beoogde mechanisme van effect zich voordoet bij de beperkte doelgroep die bekend is met het LICG. Het was in dit onderzoek niet mogelijk te meten of de informatie van het LICG ook een bijdrage heeft geleverd aan de gedragsverandering bij (potentiële) dierhouders die informatie van het LICG via derden, bijvoorbeeld de dierenwinkels of dierenarts, hebben ontvangen. Wel gaven bijvoorbeeld dierenartsen tijdens dit onderzoek aan hun cliënten vaak door te verwijzen naar het LICG voor meer informatie.
- Een mogelijk tweede mechanisme van effect is dat toekomstige huisdiereigenaren bij de verkoop van dieren geïnformeerd worden over het houden van dieren. Uit de kwalitatieve analyse komt naar voren dat dit grotendeels plaatsvindt, maar dat een deel van met name fokkers dit niet doet. Hier zien we een relatie tussen voorlichting en handhaving om meer effectiviteit te behalen.
- De output die het LICG oplevert, zoals de bijsluiters en campagnes, leveren een aanmerkelijke bijdrage aan de gewenste gedragsverandering ten behoeve van het verantwoord houden van gezelschapsdieren.

Bevindingen ten aanzien van de outcome van het LICG

- Het gewenste resultaat van werkpakket 1 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. In strikte zin wordt dat doel behaald: door de website hebben (toekomstige) huisdiereigenaren op toegankelijke wijze direct beschikking over informatie die ze zoeken.
- De kern van werkpakket 2 is dat het LICG hét deskundige, betrouwbare en onafhankelijke kenniscentrum is voor huisdiereigenaren voor informatie over huisdieren en alles wat daaraan gerelateerd is. Op dit vlak heeft het LICG in het kader van werkpakket 2 de afgelopen jaren positieve resultaten geboekt. Alle partijen die het LICG kennen waarderen hen als zodanig. Het is echter niet zo dat alle (toekomstige) huisdiereigenaren bekend zijn met het LICG.
- De kern van werkpakket 3 is om specifieke doelgroepen te bereiken. De campagnes uit werkpakket 3 zijn zeer effectief voor het bereiken van doelgroepen en leveren een goede bekendheid op. Het LICG is het best zichtbaar met de campagnes. De advertentiecampagnes van het LICG op Facebook zijn in hoge mate effectief en efficiënt. Ook wordt de samenwerking met Marktplaats positief ervaren en moedigen partners deze samenwerking aan.

Bevindingen ten aanzien van de impact

- Partners in het veld geven aan dat de toegevoegde waarde van het LICG niet te betwisten is. Het LICG stelt toonaangevende informatie op en partners verwijzen huisdiereigenaren naar de informatie van het LICG. Dit is volgens partners een belangrijke stap richting het verantwoord houden van dieren.
- Het succes van het LICG zit ook in het feit dat er weinig alternatieve instrumenten zijn voor het LICG, waar kwalitatieve en onafhankelijke informatie voor particulieren gevonden kan worden.
- Dierenartsen en huisdiereigenaren geven aan dat de informatie van het LICG bijdraagt aan het verantwoord houden van dieren.
- Huisdiereigenaren worden door dierenartsen doorverwezen naar met name de website van het LICG. Dierenartsen zelf zoeken voornamelijk informatie over de regelgeving rond reizen van dieren naar landen buiten de EU.

Bijlagen

Bijlage 1: Tabellen gegevens beleidsprestatie

Bijlage 2: Resultaten enquête nieuwsbrief LICG

Bijlage 3: Bronnen en gesprekspartners

Bijlage 4: Beleidstheorie LICG

Bijlage 5: Evaluatiekader Berenschot voor evaluatie LICG

BIJLAGE 1:

Tabellen gegevens beleidsprestaties

Tabel werkpakket 1

Werkpakket 1: bijsluiters	2017	2018	2019	2020
Huisdierbijsluiters en rassengidsen	155	155	160	163
Samenvattingen	2	14	21	38
Praktische documenten	173	177	179	186
Totaal	330	356	360	387

Tabel werkpakket 2

Werkpakket 2: projectvoorlichting	2017	2018	2019	2020
Website				
Totaal bezoekers	1.907.008	1.925.208	2.613.792	2.850.962
Bezoekers minderhondenbeten.nl	34000	24000	47945	41800
Bezoekers chipjedier.nl	56000	48246	52000	55222
Bezoekers rashondengids.nl	9748	17400	20600	21400
Sociale media				
Volgers facebook	5871	6356	6663	7827
Doorstroom facebook	58000	71000	85000	105414
Volgers twitter	1664	1681	1755	1808
Doorstroom twitter	3500	2336	665	1007
Volgers Instagram	52	409	670	881
Views YouTube	n.v.t.	7000	40000	55996
Nieuwsbrief (abonnees)	7000	7800	7100	8100
Aantal vragen per jaar	633	696	927	833
Redactionele artikelen	10	16	18	4

Tabel werkpakket 3

Werkpakket 3: campagnes	2017	2018	2019	2020
Totaal aantal campagnes per jaar	3	3	3	3

BIJLAGE 2:

Resultaten enquête nieuwsbrief LICG

1. Hoe belangrijk vindt u betrouwbare informatie over de gezondheid en het welzijn bij huisdieren?

Antwoord	%
Zeer belangrijk	93%
Belangrijk	5%
Redelijk belangrijk	2%
Enigszins belangrijk	0%
Onbelangrijk	1%

Huisdier eigenaren vinden betrouwbare informatie over de gezondheid en het welzijn van huisdieren zeer belangrijk.

2. Stelling: de informatie van het LICG helpt mij om betere keuzes te maken die de gezondheid en het welzijn van mijn huisdier ten goede komt

Antwoord	%
Helemaal mee eens	44%
Mee eens	39%
Neutraal	15%
Mee oneens	2%
Helemaal mee oneens	0%

De informatie van het LICG helpt huisdier eigenaren betere keuzes te maken die de gezondheid en het welzijn van hun huisdieren ten goede komt.

3. Via welke kanalen wilt u de informatie van het LICG het liefst ontvangen (meerdere antwoorden mogelijk)

Antwoord	%
Website	35%
Informatiefolders (digitaal)	24%
Facebook	10%
Informatiefolders (geprint)	9%
Workshop of lezing	7%
Anders, namelijk ...	7%
YouTube	3%
Instagram	3%
LinkedIn	0%

4. Hoe bent u in aanraking gekomen (meerdere antwoorden mogelijk)

Antwoord	%
Website LICG	38%
Anders, namelijk ...	19%
Nieuwsbrief LICG	12%
Via mijn dierenarts	11%
Iemand anders	6%
Sociale media LICG	5%
Informatiefolders LICG	5%
Via een dierenwinkel	4%

Huisdier eigenaren kennen het LICG met name van de website, de nieuwsbrief of via hun dierenarts.

5. Wat is uw algemene indruk van de kwaliteit van de informatie die het LICG biedt?

Antwoord	%
Uitstekend	58%
Goed	36%
Voldoende	4%
Onvoldoende	2%
Slecht	0%

Respondenten zijn (zeer) tevreden over het LICG: 58% vindt het LICG uitstekend, 36% goed

6. Naar welke informatie bent u op zoek bij het LICG? (meerdere antwoorden mogelijk)

Antwoord	%
Informatie over de gezondheid en het welzijn van mijn huisdier	20%
Specifieke informatie over mijn huisdier	16%
Informatie over het houden van een huisdier	14%
Informatie over dierenwetgeving	14%
Informatie over reizen en vakanties	8%
Informatie over samen leven met huisdieren	9%
Informatie over het aanschaffen van een huisdier	9%
Informatie over ziek door een dier	7%
Anders	3%

7. Tips ter verbetering

Antwoord	%
Geen suggesties	63%
Vergroten naamsbekendheid en zichtbaarheid van het LICG bij dierenartsen en (potentiële) huisdiereigenaren	12%
Verbeteren informatie (genoemd: bieden praktische tips, meer overzicht creëren, aanbieden meer samenvattingen, actualiseren informatie, corrigeren fouten)	5%
Uitbreiden informatie over dieren (genoemd: ziektes en hoe te voorkomen, gedrag, voeding knagers, kittens etc.)	4%
Meer samenwerking (genoemd: dierenartsenpraktijken en fokkers)	3%
Toevoegen specifieke informatie over bepaalde diersoorten (genoemd: in algemene zin, fretten, kwartels)	3%
Toevoegen bronvermelding bij informatie en datum (datum laatste update)	2%
Aanpassen toonzetting, minder formeel, makkelijker leesbaar en rekening houden met laaggeletterden	1%
Doorverwijzen naar andere websites met specifieke informatie, verwijzen naar wet- en regelgeving	1%
Telefonische bereikbaarheid	1%
Hogere frequentie van de nieuwsbrief	1%
Behouden van papieren informatie	1%
Aanpassen overheidbeleid	1%

Het merendeel van de respondenten heeft geen suggesties en is tevreden over huidige informatieaanbod.

BIJLAGE 3:

Bronnen en gesprekspartners

Bronnen

Kamerstukken

- Motie Graus (kst-28286-1149)
- Brief dierenwelzijn LNV 2006 kst-28286-29
- Brief dierenwelzijn LNV 2015 kst-28286-799
- Brief dierenwelzijn LNV 2016 kst-28286-883
- Jaarverslag en slotwet Ministerie van Economische Zaken 2014 (kst-34200-XIII-1)
- Begroting 2016 EZK (kst-34550-XIII-2)
- Begroting 2020 LNV (kst-35300-XIV-2)

Stukken van LNV

- Subsidiebeschikking LICG 2021-2022-2023
- Nota LNV over subsidie/financiering en positionering LICG
- Nota voorbereiding gesprek LICG bestuur
- Fiche driehoeksoverleg EUK/JZ/V&H Dierenwelzijn over gebruik LICG-bijsluiters bij handhaving.

Evaluaties

Evaluatie LiD (PwC)

Evaluatie wet Dieren (Berenschot)

Beleidsdoorlichting en evaluatie I&R Hond (Panteia)

Overig

- NVWA - Inspectieresultaten factsheet handel in honden en katten - 2019
- NVWA - Inspectieresultaten handel en welzijn gezelschapsdieren - 2017
- Review Roofvogels en Uilen
- Memorie van Toelichting Wet Dieren
- Overzicht maatregelen en sancties Dierenwelzijn (RVO)

Stukken van LICG

Overzichten

- Urenregistratie LICG 2016-2020
- Overzicht campagnes 2016-2020
- Overzicht contactvragen 2020
- Overzicht externe projectkosten 2020
- Overzicht bestellingen 2020
- Statistieken website jaaroverzicht 2016-2020

Jaarverslagen

- Jaarverslag LICG 2012 website
- Jaarverslag LICG 2013
- Jaarverslag LICG 2017 website
- Jaarverslag LICG 2018
- Jaarverslag LICG 2019
- Jaarverslag LICG 2020
- LICG halfjaar rapportage 2021

Samenvatting drijarenplan 2021-2023

Samenwerkingen

- Overzicht met beschrijving van samenwerking met kennispartners
- Afwegingscriteria samenwerking externe partijen augustus 2021

Campagnematerialen

- Algemeen
- Chipjedier
- Geloof niet alles op internet
- Foute Fokker
- Rashondengids

Overig

- Intentieverklaring participatie LICG
- Bestuursnotulen over participatieverklaring periode 2021-2023 – 8 september 2021

Gesprekspartners

Beleidsadviseurs van het ministerie van LNV, Directie Dierlijke Agroketens en Dierenwelzijn

- Veerle Platvoet
- Yvonne Kleintjes

LICG

- Erik Teske
- Guido Camps
- Corina Haverlag
- Saskia Ober
- Barbara Rozenberg
- Josefiën Wallet-Vink

Faculteit Diergeneeskunde UU

- Hille Fieten
- Nico Schoemaker
- Yvonne van Zeeland

Dibevo

- Gijs van den Assum
- Henk van Houwelingen

De Koninklijke Nederlandse Maatschappij voor Diergeneeskunde

- Maico Bouwmans
- Joost van Herten

Dierenbescherming

- Gemma Willemsen
- Elly von Jessen

LiD

- Marsha Reijgwart

WUR

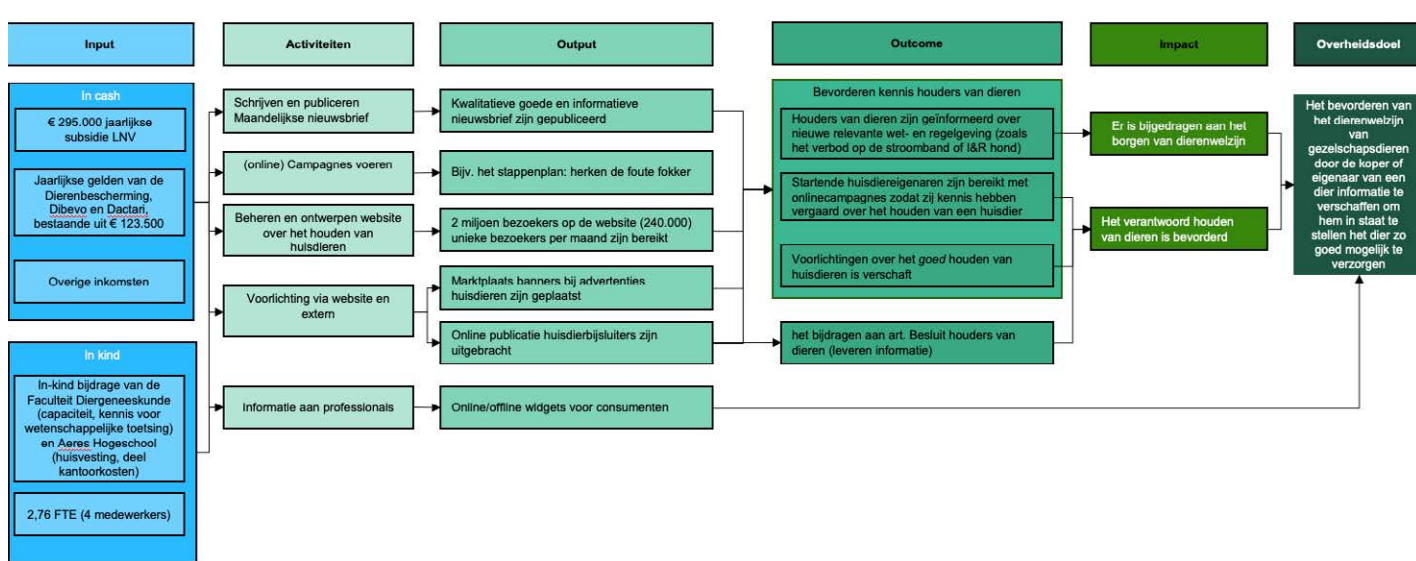
- Guido Bosch
- Marko Ruis

Focusgroep dierenartsen

- Inge van Zomeren
- Jelke-Jan Smit
- Bob Suurenbroek

BIJLAGE 4:

Beleidstheorie LICG



BIJLAGE 5:

Evaluatiekader Berenschot voor evaluatie LICG

Waarom een evaluatiekader?

Een vooraf vastgesteld evaluatiekader borgt de onafhankelijkheid van de evaluatie en creëert draagvlak voor de uitkomsten. In het evaluatiekader werken we daar waar mogelijk de onderzoeksvragen systematisch uit in normen. Vervolgens geven we aan op welke bronnen we de benodigde gegevens verzamelen om de onderzoeksvragen te beantwoorden en de antwoorden te toetsen aan de normen. Het evaluatiekader geeft daarmee vooraf inzicht in wat nodig is om de vragen te beantwoorden en achteraf in de wijze waarop de oordelen tot stand zijn gekomen.

Korte introductie van het evaluatiekader

Het uitgangspunt van het evaluatiekader zijn de vragen uit uw offerteaanvraag. We hebben deze vragen aangevuld en geclusterd over de lijnen van de beleidstheorie. We onderzoeken hierbij ook de mechanismen van effect en kijken op hoofdlijnen naar het bredere stelsel waarin het LICG opereert. Op basis van de antwoorden op de vragen beantwoorden we de hoofdvraag.

Hoofdvraag

‘Is het LICG het juiste instrument om het dierenwelzijn te bevorderen door (potentiële) houders van dieren informatie te verschaffen om hen in staat te stellen het dier zo goed mogelijk te verzorgen, zowel qua doeltreffendheid als doelmatigheid?’.

Uitwerking van het evaluatiekader

1. Doeltreffendheid en doelmatigheid			
Onderwerp	Vragen	Norm	Bronnen (hoe verzamelen we de informatie om antwoord te geven op de vraag en te toetsen op de norm)
Doeltreffendheid	In hoeverre is de huidige opzet van LICG doeltreffend?	Het LICG levert de juiste output om mechanismen van effect tot stand te brengen om het verantwoord houden van dieren te bevorderen.	Antwoorden op deelvragen.
Doelmatigheid	In hoeverre is de subsidieverlening aan het LICG doelmatig?	Doelbereik vindt plaats tegen de laagst mogelijke kosten.	Antwoorden op deelvragen.
2. Organisatie			
Onderwerp	Vragen	Norm	Bronnen (hoe verzamelen we de informatie om antwoord te geven op de vraag en te toetsen op de norm)
Input (beleidsmiddelen)	Hoe verhouden de doelen die het LICG zelf stelt zich tot het overheidsdoel (waarmee de subsidie aan het LICG verstrekt wordt)?	<ul style="list-style-type: none"> De doelen van het LICG liggen in het verlengde van het overheidsdoel. Het LICG heeft de overheidsdoelen zichtbaar vertaald in een meerjarenplan en jaarplannen met meetbare doelen. 	Documentstudie
	Welke middelen (subsidie, inkomsten, 'in kind', formatie) krijgt het LICG in de praktijk en hoe verhoudt zich dit tot de beleidstheorie?	<ul style="list-style-type: none"> De middelen die het LICG krijgt zijn dezelfde middelen die in de beleidstheorie worden verondersteld. De middelen die het LICG ontvangt zijn conform de begroting van het ministerie van LNV. 	Documentstudie en interviews
	Is er voldoende (financiële) borging om er zeker van te zijn het LICG in de toekomst haar taak uit kan blijven voeren? <ul style="list-style-type: none"> Zijn er relevante beleidsontwikkelingen die financieel effect hebben gehad op het LICG? Zo ja, welke en wat was het effect? Wat is de trend in de middelen de afgelopen jaren? Welke ontwikkelingen zijn er (voorzien) op dit gebied de komende jaren? 	<ul style="list-style-type: none"> Het LICG is financieel gezond. Het LICG heeft voldoende capaciteit om de werkzaamheden van de werkplannen uit te voeren. Het LICG kan tot de volgende subsidieverstrekking haar taak blijven uitvoeren. Het LICG beschikt over voldoende middelen om de werkzaamheden en activiteiten uit te kunnen voeren. 	Documentstudie en interviews Interviews met het LICG en het ministerie van LNV

Throughput (beleids-activiteiten)	Hoe verhouden de werkzaamheden en activiteiten zich tot de beleidstheorie?	<ul style="list-style-type: none"> • Het LICG voert de werkzaamheden en activiteiten uit die in de beleidstheorie worden verondersteld. • Het LICG voert de werkzaamheden en activiteiten uit die in de eigen jaarplannen zijn gedefinieerd. 	Documentstudie en interviews
	<ul style="list-style-type: none"> • Wat zijn de verschillende werkzaamheden en activiteiten in de werkpakketten van het LICG? • Voert het LICG extra werkzaamheden of activiteiten uit naast de werkpakketten? 		
	Welke processen zijn er georganiseerd om de activiteiten te realiseren? Met wie wordt samengewerkt?	<ul style="list-style-type: none"> • De organisatie inrichting van het LICG is volgens internen en buitenstaanders logisch voor de uitvoering van de verschillende werkpakketten en de daarbij behorende werkzaamheden en activiteiten. 	Documentstudie en interviews
	Hoe worden de beschikbare middelen (financieel en formatie) besteed aan de activiteiten?	<ul style="list-style-type: none"> • De beschikbare middelen van het LICG worden volgens internen en buitenstaanders logisch verdeeld over de werkpakketten. 	Documentstudie (begroting) en interviews
	Op welke doelgroepen richt het LICG zich?	<ul style="list-style-type: none"> • Het LICG richt zich tot de doelgroepen zoals verondersteld in de beleidsdoelen (en opgenomen in werkplannen). 	Documentstudie en interviews
	Is de informatie die het LICG verstrekt voldoende onafhankelijk en wetenschappelijk onderbouwd?	<ul style="list-style-type: none"> • Er is wetenschappelijke overeenstemming over de informatie die het LICG verstrekt. • De informatie die het LICG verstrekt is voldoende onafhankelijk en onderbouwd. 	Documentstudie, interviews met kennispartners en focusgroep met dierenartsen
Is de onafhankelijkheid van het LICG ten opzichte van de organisaties die bijdragen voldoende geborgd? Zo ja, hoe?	<ul style="list-style-type: none"> • Het LICG is financieel onafhankelijk van de organisaties die bijdragen aan het LICG. • Het LICG heeft voldoende eigen expertise om de bijdragen van organisaties op waarde te schatten. 	Documentstudie en interviews	
Output (beleidsprestaties)	Wat is het bereik van het LICG?	<ul style="list-style-type: none"> • Het LICG bereikt een substantieel deel van de potentiële huisdiereigenaren. • Het LICG bereikt een substantieel deel van de huidige huisdiereigenaren. • Het LICG bereikt een substantieel deel dierenartsen/ praktijken. • Het LICG bereikt een substantieel van de dierenverkopers. • Het LICG heeft plannen om eventuele (delen van) nog niet bereikte doelgroepen te bereiken. 	Documentstudie, website, nieuwsbrieven et cetera. Focusgroepen We doen op basis van de focusgroepen een inschatting of het aannemelijk is dat het LICG de doelgroepen bereikt.
Output (beleidsprestaties)	Hoe beoordelen (potentiële) huisdiereigenaren de kwaliteit en kwantiteit van de inhoudelijke communicatie van het LICG (zowel vorm als inhoud)?	<ul style="list-style-type: none"> • Huisdiereigenaren zijn tevreden over de kwaliteit en kwantiteit van de informatie van het LICG. • Huisdiereigenaren missen geen informatie in de informatie van het LICG. • Dierenartsen zijn tevreden over de kwaliteit van de informatie van het LICG. • Dierenverkopers zijn tevreden over de kwaliteit en kwantiteit van de informatie van het LICG. 	Documentstudie Focusgroep huisdiereigenaren Focusgroep dierenartsen
	Monitort het LICG prestaties en/of campagnes? Zo ja, hoe? Hoe kan evaluatie en monitoring in de toekomst verbeterd worden?	<ul style="list-style-type: none"> • Het LICG monitort de effecten van alle werkzaamheden en activiteiten uit de werkpakketten. • De resultaten van de monitoring wordt gebruikt als sturingsinformatie. 	Documentstudie en interviews
	Monitort het ministerie van LNV het functioneren van LICG en de bijdrage van het LICG aan het overheidsdoel?	<ul style="list-style-type: none"> • Het ministerie van LNV monitort en evalueert het functioneren van het LICG aanvullend op de beleidsevaluatie. 	Documentstudie en interviews

3. Het effect van het LICG

Onderwerp	Vragen	Norm	Bronnen (hoe verzamelen we de informatie om antwoord te geven op de vraag en te toetsen op de norm)
Outcome (beleidseffecten)	Bereiken de drie werkpakketten van het LICG afzonderlijk hun doel?	<ul style="list-style-type: none"> Het LICG bereikt de afzonderlijke doelen van de werkpakketten. 	Documentstudie, interviews en focusgroepen.
	<p>In welke mate zorgen de werkpakketten 1, 2 en 3 ervoor dat mensen die een huisdier aanschaffen beter geïnformeerd beginnen aan het houden van huisdieren?</p> <ul style="list-style-type: none"> In welke mate zijn professionele gebruikers bekend met de dienstverlening van het LICG? In welke mate gebruiken zij het LICG om (nieuwe) huisdiereigenaren voor te lichten? Hebben de werkpakketten van het LICG onvoorziene of bijkomende effecten? 	<ul style="list-style-type: none"> De zichtbaarheid van de informatie van het LICG bij (potentiële) huisdiereigenaren is de afgelopen evaluatieperiode vergroot. Een substantieel deel van de dierenartsen maken gebruik van de dienstverlening van het LICG. Een substantieel deel van de verkopers maakt gebruik van de dienstverlening van het LICG. De informatie van het LICG zorgt ervoor dat mensen die een huisdier aanschaffen beter geïnformeerd zijn over het houden van een huisdier. 	<p>Focusgroep huisdiereigenaren Focusgroep dierenartsen Interviews</p>
	Bereikt het LICG de juiste doelgroepen? Is het bereik van het LICG voldoende groot om de gestelde doelen te bereiken? Gebruikt het LICG de juiste middelen om de doelgroepen te bereiken?	<ul style="list-style-type: none"> Het LICG bereikt de voorgenomen doelgroepen. Het LICG realiseert een geschikte communicatiemiddelenmix om de verschillende doelgroepen te bereiken. Het LICG gebruikt de meest effectieve communicatiemiddelen om de voorgenomen doelgroepen te bereiken. 	Documentstudie en interviews
Impact (publieke waarde)	In hoeverre draagt het LICG door het informeren van huisdiereigenaren bij aan het borgen van dierenwelzijn en het verantwoord houden van dieren?	<ul style="list-style-type: none"> Dierenartsen en huisdiereigenaren geven aan dat de informatie van het LICG bijdraagt aan het verantwoord houden van dieren. Partners in het veld geven aan dat het LICG bijdraagt aan het verantwoord houden van dieren. 	<p>Documentstudie en interviews Focusgroep dierenartsen Focusgroep huisdiereigenaren</p>

4. Het stelsel / partijen binnen het stelsel en alternatieve sturingsinstrumenten

Onderwerp	Vragen	Norm	Bronnen (hoe verzamelen we de informatie om antwoord te geven op de vraag en te toetsen op de norm)
Partijen en rollen	Wat vinden stakeholders van de relatie tussen het LICG en het ministerie? Vinden de stakeholders deze relatie duidelijk genoeg?	<ul style="list-style-type: none"> Het merendeel van de stakeholders vindt de relatie tussen het LICG en het ministerie duidelijk genoeg. 	Interviews met stakeholders
	Heeft het ministerie wat betreft afstand en betrokkenheid de juiste rol t.o.v. het LICG?	<ul style="list-style-type: none"> De rol van het ministerie t.o.v. het LICG draagt bij aan het behalen van de doelen uit de werkpakketten. 	Documentstudie en interviews
	<p>Is de overheidsrol in het LICG voldoende onderbouwd?</p> <ul style="list-style-type: none"> Wat is de rol van het ministerie van LNV t.o.v. het LICG? Wat is een mogelijke andere rol van het ministerie t.o.v. het LICG? 	<ul style="list-style-type: none"> Betrokken stakeholders zijn tevreden met de onderbouwing van de overheidsrol in het LICG. 	Documentstudie en interviews

Sturings-instrumenten	Wat voor mix van sturingsinstrumenten wordt ingezet in het stelsel van dierenwelzijn? Wat zegt dat over de invulling van de overheidsrol? Zijn er alternatieve sturingsinstrumenten mogelijk?	De overheid zet volgens stakeholders de juiste mix van sturingsinstrumenten (waaronder LICG) om dierenwelzijn te bevorderen.	interviews
-----------------------	---	--	------------

5. Mechanismen van effect

Onderwerp	Vragen	Norm	Bronnen (hoe verzamelen we de informatie om antwoord te geven op de vraag en te toetsen op de norm)
	Langs welke mechanismen van effect was in de beleidstheorie beoogd dat de LICG door het bereik van haar output de beoogde impact zou realiseren? Hebben deze mechanismen van effect zich voorgedaan?	De mechanismen van effect doen zich in de praktijk voor zoals beoogd in de beleidstheorie.	Documentstudie en interviews

6. Aanvullende vragen

Vragen	Bronnen (hoe verzamelen we de informatie om antwoord te geven op de vraag en te toetsen op de norm)
Wanneer kwalificeert het LICG iemand als 'expert'?	We bepalen deze definitie aan de hand van interview met de medewerkers van het LICG. We gaan in de gesprekken met stakeholders na of zij dit een juiste benadering vinden en wat dit doet met legitimiteit van de LICG informatie.
Zijn er lessen die (vanuit het buitenland) meegenomen kunnen worden in het verbeteren van het Nederlandse beleid?	We vragen in de interviews alle kennispartners om goede voorbeelden van het instrument informatievoorziening uit het buitenland met betrekking tot dierenwelzijn.



‘WIJ ZIJN BERENSCHOT, GRONDLEGGER VAN VOORUITGANG’

Wij zien een Nederland dat altijd in ontwikkeling is. Zowel sociaal als organisatorisch verandert er veel. Al meer dan 80 jaar volgen wij deze ontwikkelingen op de voet en werken we aan een vooruitstrevende samenleving. Daarbij staan we voor duurzaam advies en de implementatie hiervan. Altijd gericht op vooruitgang én echt iets kunnen betekenen voor mensen, organisaties en de maatschappij.

Alles wat we doen, is onderzocht, onderbouwd en vanuit meerdere invalshoeken bekeken. In ons advies zijn we hard op de inhoud, maar houden rekening met de menselijke maat. Onze adviseurs doen er alles aan om complexe vraagstukken om te zetten naar praktische oplossingen waar u iets mee kan. Wij geven advies en bieden digitale oplossingen waarbij we ons focussen op:

- Toekomst van werk en organisatie
- Energietransitie
- Toekomst van zorg
- Transformatie van openbaar bestuur

Berenschot Groep B.V.

Van Deventerlaan 31-51, 3528 AG Utrecht

Postbus 8039, 3503 RA Utrecht

030 2 916 916

www.berenschot.nl