

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 596
van **TINNE ROMBOUTS**
datum: 18 februari 2019

aan **BEN WEYTS**

VLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT, OPENBARE WERKEN, VLAAMSE RAND, TOERISME EN DIERENWELZIJN

Dierenasielen - Promotiecampagne

Eind 2018 startte de minister een publiekscampagne om dierenasielen meer bekendheid te geven en hun aanbod via één website te centraliseren. Enerzijds omdat niet alle dierenasielen over een eigen website beschikken en anderzijds omdat de dierenasielen die wel een website hebben elk hun eigen systeem gebruikten. Op de website www.adopteereendier.be krijgt men een overzicht van dieren die in erkende dierenasielen verblijven, met de beschikbare gegevens. De dierenasielen zijn zelf verantwoordelijk voor het invoeren van informatie over hun dieren.

Het gaat dan over katten en honden maar ook knaagdieren en vogels behoren tot het aanbod. De dieren zijn zwervdieren, afgestane of inbeslaggenomen dieren. Honden zijn steeds gechipt, geregistreerd en in het bezig van een paspoort. Ook katten zijn gechipt, geregistreerd en gecastreerd/gesteriliseerd. De minister investeerde 30.000 euro in dit online platform.

1. Wat is de begin- en einddatum van de campagne om de website www.adopteereendier.be meer bekendheid te geven.
2. Hoeveel bezoekers heeft de website www.adopteereendier.be reeds verwelkomd sinds de oprichting ervan tot op heden? Graag een overzicht per maand.
3. Welke campagnemiddelen werden ingezet, wanneer werden die ingezet en hoeveel van de middelen werd daaraan besteed?
4. Zijn er campagnemiddelen die nog uitgerold moeten worden? Welke en hoeveel middelen heeft de minister daarvoor uitgetrokken?
5. Hoeveel dierenasielen maken gebruik van het aanbod en geven zelf informatie over de dieren die zich in hun asiel bevinden? Graag een overzicht per provincie.
6. Hoeveel van de dierenasielen uit bovenstaande deelvraag beschikken ook over een eigen website?
7. Welke diersoorten en hoeveel van deze diersoorten worden aangeboden? Hoeveel van de aangeboden dieren per soort vond een nieuwe thuis dankzij de website?
8. Hoe evalueert de minister deze campagne? Wordt de campagne verdergezet? Waarom wel, waarom niet?

BEN WEYTSVLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT, OPENBARE WERKEN, VLAAMSE RAND, TOERISME EN DIERENWELZIJN

ANTWOORD

op vraag nr. 596 van 18 februari 2019

van **TINNE ROMBOUTS**

1. De campagne is gestart op Werelddierendag, 4 oktober 2018, en geëindigd op 31 december 2018.

2.

oktober	43.342
november	32.370
december	37.579
januari	29.266

3. - Advertentiecampaagne op De Lijn van 27 november 2018 tem 24 december 2018: 232.790 euro.
- Promoted posts op Facebook: 2 advertentiesets met elk 2 beelden, van 17 tot 30 december 2018: 446,24 euro
- Advertenties in tijdschriften (oktober – december 2018): 38.530,78 euro
4. Op dit moment zijn geen verdere campagnemiddelen voorzien. Ik sluit dit in de toekomst echter niet uit.
5. Ik verwijs naar het antwoord op schriftelijke vraag nr. 424 van 17 januari 2019.
6. Ik beschik niet over deze gegevens.
7. Ik verwijs naar het antwoord op schriftelijke vraag nr. 424 van 17 januari 2019.
8. De campagne heeft positieve resultaten opgeleverd. Meer asielen maken gebruik van de website. De website is ook bekend geraakt bij het brede publiek. Verder verwijs ik naar het antwoord op vraag 4.