

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 914
van **GWENNY DE VROE**
datum: 31 maart 2016

aan **BEN WEYTS**

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

Dierenwelzijn - Sensibiliseringsstrategie (2)

Volgens de beleidsbrief Dierenwelzijn (punt 3.1 p21) werd een ontwerp van communicatiestrategie uitgewerkt om mensen er bewust van te maken dat een huisdier houden ook verantwoordelijkheden en kosten met zich meebrengt.

Eind 2015 antwoordde de minister dat de uitwerking van een gedetailleerd concept met specifieke acties, communicatiemiddelen en timing, lopende was.

1. a) Werd het concept inmiddels uitgewerkt? Zo ja, door wie en waaruit bestaat het?
b) Hoeveel bedraagt de kostprijs van het ontwerp?
2. a) Waaruit bestaat de communicatiestrategie en het gamma aan communicatiemiddelen dat zal worden aangewend?
b) Welk budget wordt uitgetrokken voor de communicatie? Graag een opdeling per medium en publicatie?
3. Welke specifieke acties zullen er worden uitgewerkt?
4. Welke timing zal hiervoor worden gehanteerd?
5. Zal er een specifieke rol zijn weggelegd voor dierenasielen en desgevallend dierenartsen om de boodschap over te brengen aan de doelgroep?
6. a) Blijven de huidige en toekomstige diereneigenaars voornamelijk de doelgroep?
b) Zo niet, wie wil de minister bijkomend bereiken?

ANTWOORD

op vraag nr. 914 van 31 maart 2016

van **GWENNY DE VROE**

1. a) Het concept werd uitgewerkt door de dienst Milieucommunicatie en -informatie van het Departement LNE in overleg met de dienst Dierenwelzijn. Het plan bevat een strategie en een overzicht van de geplande acties met een voorlopige kalender. De campagne wordt gespreid over meerdere jaren waardoor de kalender ongetwijfeld onderhevig zal zijn aan wijzigingen.

b) Daar het plan intern werd uitgewerkt, waren hier geen externe kosten aan verbonden.
- 2-3.a) De campagne zal enerzijds bestaan uit bewustmakingsacties en herhalingsacties en anderzijds uit het toegankelijk maken van correcte, praktische informatie voor zowel de huidige als de toekomstige diereneigenaar. Afhankelijk van de doelgroep en het soort informatie zal hiervoor gebruik gemaakt worden van een campagnewebsite met dierenfiches, folders, affiches, sociale media, persberichten, kant-en-klare persartikels, vakbladen, ...

b) De spreiding van de campagne en bijgevolg de kosten over meerdere jaren laat toe om een voldoende ruim budget hieraan te besteden. Bij elke fase zal het budget bepaald moeten worden, rekening houdend met de keuze van de communicatiekanalen in functie van een efficiënte verspreiding.
4. De campagnewebsite hoop ik dit jaar te lanceren.
5. Bij elke fase van de campagne zal steeds gezocht worden naar de meest geschikte verspreidingskanalen. Verspreiding via bv asielen en dierenartsen is hierbij een van de mogelijkheden.
6. De campagne wordt inderdaad gericht op huidige en toekomstige diereneigenaars.